ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Percepción del turista sobre la materialidad sostenible en el diseño de espacios interiores en hoteles

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ARQUITECTURA DE INTERIORES

PRESENTADA POR

Ñopo Riojas , Sary Lisset
DNI: 46207084, Perú
Trujillo Manrique , Kiara Estefania
DNI: 73127682, Perú

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO DE PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADA POR

Lara Rivera, Oscar Hans
DNI: 46215803, Perú

ASESOR

Karin Del Rocio Vargas Torres
DNI: 18011433, Perú
ORCID: 0009-0003-3642-7313

JURADO

Bernuy Chavez,Gioanny Marshia
Ampuero Quezada, Héctor David
Robles Montes Víctor Adrian

Lima, Marzo 2026

Reporte de Similitud

GRUPO 3 Lara_%C3%91opo_Trujillo.docx.pdf

Tarea 5 - Entrega Turnitin 2

2252|4296|TITULACIÓN TESIS CREATIVA|LU 19:00-23:00 JU 19:00-23:00

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:557688618

Fecha de entrega
16 feb 2026, 10:20 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 mar 2026, 5:16 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
GRUPO 3 Lara_Ñopo_Trujillo.docx.pdf

Tamaño del archivo
7.8 MB

45 páginas

9040 palabras

58.434 caracteres

5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

4%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
4%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, por acompañarnos a lo largo de toda nuestra formación académica y por brindarnos apoyo constante durante el desarrollo de esta tesis. Su comprensión en los momentos de mayor carga y su confianza en nuestras capacidades fueron fundamentales para seguir avanzando y no rendirnos

Agradecimiento

Queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a nuestra asesora Karin del Rocio Vargas Torres por su orientación constante, su paciencia y sus valiosos consejos a lo largo de este proceso. Su acompañamiento académico fue fundamental para el desarrollo y culminación de este trabajo. Asimismo, agradezco a la institución por brindarme las herramientas y el conocimiento necesarios para mi formación profesional y personal.

Resumen Ejecutivo

Para futuras investigaciones, se sugiere ampliar el tamaño y diversidad de la muestra para analizar posibles diferencias perceptuales según variables como edad, cultura, nivel socioeconómico o tipo de viajero. Asimismo, sería relevante desarrollar estudios mixtos que permitan correlacionar la percepción sensorial de la materialidad sostenible con indicadores cuantificables de satisfacción, bienestar y fidelización del huésped. También se recomienda investigar con mayor profundidad la relación entre sostenibilidad interior, percepción de lujo contemporáneo y comportamiento de compra en distintos segmentos del mercado turístico. Finalmente, futuras investigaciones podrían explorar la influencia de tecnologías emergentes, certificaciones ambientales y estrategias digitales en la construcción de la percepción del usuario sobre la sostenibilidad en el diseño interior hotelero.

Palabras Clave

Materialidad sostenible, diseño interior hotelero, percepción del turista, calidad ambiental interior, bienestar del huésped, sostenibilidad hotelera.

Tabla de Contenidos

Reporte de Similitud 2

Dedicatoria 3

Agradecimiento 4

Resumen Ejecutivo 5

Capítulo I: Introducción 9

1.1. Problema de Investigación 9

1.2. Vacío en el Conocimiento 10

1.3. Justificación de la Investigación 10

Capítulo II: Revisión de la literatura 12

2.1. Estado del Arte 12

2.2. Marco Teórico 17

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación 20

3.1. Objetivo General 20

3.2. Objetivos Específicos 20

3.3. Pregunta General 20

3.4. Preguntas Específicas 20

3.5. Proposición General 21

3.6. Proposiciones Específicas 21

Capítulo IV: Metodología 22

4.1. Tipo y enfoque de investigación 22

4.2. Diseño metodológico 23

4.3. Participantes o casos de estudio 24

4.4. Técnicas e instrumentos 25

4.5. Procedimiento 26

Capítulo V: Resultados 28

5.1. Nombre de la categoría 1 28

5.2. Nombre de la categoría 2 29

5.3. Nombre de la categoría 3 31

5.4. Nombre de la categoría 4 32

5.5. Nombre de la categoría 5 33

Capítulo VI: Discusión 36

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones 41

7.1. Conclusiones 41

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones 42

Referencias 44

Anexos 46

Anexo 1: Guía de Entrevista 46

Índice de Tablas y Figuras

Figura 1 Elementos naturales en diseño sostenible 29

Figura 2 Sostenibilidad y lujo responsable 30

Figura 3 Bienestar físico y salud vinculados a los materiales interiores 32

Figura 4 Conexión emocional y sentido de pertenencia con el entorno 33

Figura 5 Sostenibilidad como criterio ético y factor de decisión condicionado al precio 35

Capítulo I: Introducción

1.1. Problema de Investigación

La industria hotelera contemporánea enfrenta el desafío de implementar estrategias de sostenibilidad que no sólo reduzcan la huella ecológica, sino que también sean valoradas positivamente por los usuarios durante su estancia. Actualmente, existe una brecha significativa en la literatura técnica sobre el diseño de interiores, pues la mayoría de los sistemas de evaluación se enfocan en la estructura externa de los edificios y omiten criterios específicos sobre la materialidad interna (Rashdan & Ashour, 2024). Esta falta de estándares detallados dificulta la comprensión de cómo los elementos tangibles del espacio influyen en la experiencia emocional y física del turista. En este contexto, se ha demostrado que la calidad ambiental interior, mediada por la materialidad y la decoración, es un factor determinante que impacta directamente en la comodidad y la satisfacción final de los huéspedes (Abdulaali et al., 2025).

La relevancia de este estudio para la disciplina del diseño radica en la necesidad de transformar la materialidad sostenible en una herramienta de diferenciación competitiva y bienestar humano integral. El diseño y la arquitectura funcionan hoy como símbolos de identidad de los destinos turísticos, donde la selección de materiales ecológicos y la creación de atmósferas sensoriales son claves para atraer al consumidor moderno (Floričić et al., 2025). Por lo tanto, investigar la percepción del turista permite al profesional alinear las soluciones técnicas con las expectativas de salud y ética ambiental del mercado global actual. La integración de componentes de bienestar con prácticas sostenibles favorece el desarrollo de modelos hoteleros holísticos que responden eficazmente a las nuevas exigencias de responsabilidad personal y ecológica (Onlamai & Kokkhangplu, 2025).

1.2. Vacío en el Conocimiento

A pesar del avance en las certificaciones de construcción ecológica, existe una desatención notable hacia la dimensión interna de los espacios arquitectónicos en el sector hotelero. La mayoría de los sistemas de evaluación de sostenibilidad actuales se concentran primordialmente en los aspectos estructurales y envolventes de los edificios, omitiendo directrices específicas para la materialidad del diseño de interiores. Esta falta de enfoque micro-escalar impide comprender cómo la selección de acabados y mobiliario ecológico influye directamente en las sensaciones físicas del viajero. Investigaciones recientes subrayan que la calidad ambiental interior, influenciada por la decoración y la materialidad, es un factor determinante en la comodidad del huésped que aún requiere mayor exploración empírica.

La literatura científica disponible ha analizado la sostenibilidad y el diseño de manera aislada, sin lograr una síntesis que considere la experiencia emocional completa del turista. El conocimiento académico sobre el diseño interior como factor de elección del consumidor es sorprendentemente escaso, limitándose a menudo a estudios sobre satisfacción en grandes complejos sin profundizar en la estética. Asimismo, no abundan modelos teóricos que integren simultáneamente la responsabilidad ecológica con los estándares de bienestar humano demandados por el mercado actual. Por lo tanto, se identifica una brecha crítica en la integración de los conceptos de salud y eco-amigabilidad dentro de los estándares operativos de la industria de la hospitalidad.

1.3. Justificación de la Investigación

El sector creativo actual exige que el diseño hotelero trascienda la funcionalidad básica para convertirse en una narrativa visual y cultural que defina la experiencia integral del viajero. La arquitectura y el diseño de interiores funcionan hoy como

símbolos de identidad de los destinos, donde la creación de atmósferas sensoriales únicas permite la diferenciación competitiva y el éxito de los proyectos turísticos (Floričić et al., 2025). Bajo esta premisa, integrar la sostenibilidad desde la etapa creativa permite a los profesionales proponer soluciones espaciales que sean estéticas y ambientalmente responsables de manera simultánea. Esta investigación es vital porque el diseño de interiores desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico y en la mitigación de la degradación ambiental a través de una selección consciente de la materialidad (Rashdan & Ashour, 2024).

La necesidad de este estudio radica en la evolución del diseño hacia un enfoque centrado en el ser humano, donde el espacio interior promueve activamente la salud y el bienestar integral del usuario. Las industrias creativas vinculadas a la hospitalidad deben adoptar modelos holísticos que sincronicen los componentes de salud personal con estándares ecológicos rigurosos para satisfacer las nuevas exigencias del mercado (Onlamai & Kokkhangplu, 2025). Por lo tanto, resulta fundamental analizar cómo la materialidad sostenible influye en la percepción subjetiva para validar las innovaciones técnicas y estéticas propuestas por el diseñador. El estudio se justifica plenamente ya que la calidad ambiental interior, definida por la materialidad y la decoración, impacta directamente en la comodidad y la satisfacción final del turista (Abdulaali et al., 2025).

Capítulo II: Revisión de la literatura

2.1. Estado del Arte

A nivel global, la industria de la hospitalidad atraviesa una fase de reconfiguración donde las experiencias digitales y la retroalimentación en línea han elevado las expectativas de los usuarios sobre la calidad tangible de los entornos físicos (Kim & Kim, 2022). En este escenario, el desarrollo de un turismo sostenible se posiciona como una prioridad estratégica que busca equilibrar la gestión ambiental eficiente con el cumplimiento de las crecientes demandas de satisfacción del viajero contemporáneo (Aniramu et al., 2025). Esta tendencia se manifiesta en la búsqueda de paisajes de servicio innovadores, donde la estética creativa y la materialidad del espacio influyen directamente en la intención de los sujetos de regresar o recomendar un establecimiento (Pratminingsih et al., 2025). A nivel local, el análisis de casos específicos revela que la comodidad del huésped depende estrechamente de la calidad ambiental interior, lo que evidencia la urgencia de fortalecer los estándares de sostenibilidad aplicados específicamente al diseño de la microescala arquitectónica (Abdulaali et al., 2025).

El análisis de este problema es esencial para el campo creativo ya que permite identificar los atributos específicos del diseño que elevan la satisfacción del cliente a través de experiencias físicas memorables (Kim & Kim, 2022). La innovación en el paisaje de servicio o "servicescape" permite al diseñador crear atmósferas que estimulan la búsqueda de novedades y la percepción de frescura, elementos vitales para la diferenciación en el mercado del turismo creativo (Pratminingsih et al., 2025). Para la disciplina del diseño de interiores, resulta prioritario abordar la materialidad sostenible dado que la calidad ambiental interior es la que asegura directamente el bienestar y la comodidad del usuario final (Abdulaali et al., 2025). Finalmente, la relevancia creativa

radica en la capacidad de transformar la sostenibilidad en una ventaja competitiva que responda de manera integral a las necesidades de un turismo moderno y éticamente responsable (Aniramu et al., 2025).

Las investigaciones actuales han demostrado que el conocimiento del turista sobre aspectos técnicos, como el uso de materiales no tóxicos y sistemas de ventilación eficientes, es un predictor clave de su intención de alojamiento (Hou & Wu, 2020). Complementariamente, se ha estudiado cómo la gestión de infraestructuras y residuos varía según la clasificación del hotel, revelando diferencias significativas en la aplicación de prácticas sostenibles operativas (Marciš et al., 2024). Por su parte, el análisis de la segmentación actitudinal permite comprender que el valor otorgado a la sostenibilidad depende de las motivaciones personales y el tipo de experiencia buscada por el viajero (Loedphacharakamon & Choibamroong, 2025). Para concluir, los hallazgos empíricos resaltan que los turistas son plenamente conscientes de los beneficios ecológicos, aunque perciben barreras relacionadas con la escasa disponibilidad y diversidad de la oferta sostenible (Fuchs et al., 2025).

La investigación en torno a los hoteles ecológicos emplea metodologías mixtas para analizar la percepción del turista y el impacto de la sostenibilidad. Los estudios actuales utilizan técnicas cuantitativas como encuestas a gran escala y análisis estadísticos de regresión moderada para validar la relación entre la conciencia ecológica y la intención de alojamiento. Asimismo, se aplican herramientas de mapeo bibliométrico para sintetizar tendencias mediante el análisis de citación y co-palabras en bases de datos científicas. Por otro lado, el enfoque cualitativo permite profundizar en las dimensiones subjetivas, tales como la desconfianza generada por las prácticas de lavado verde o greenwashing en la industria. Finalmente, el uso de pruebas estadísticas específicas, como el test-T, ayuda a determinar cómo las preferencias de los

consumidores son influenciadas por los atributos ambientales y tecnológicos de los establecimientos.

Los estudios analizados demuestran que las iniciativas sostenibles son percibidas favorablemente por los turistas, consolidando la sostenibilidad como un factor clave para la atracción de huéspedes a pesar de los costos operativos elevados (Haq, 2025). Por su parte, se identifica que el conocimiento y la importancia percibida sobre el diseño de edificios ecológicos actúan como moderadores que fortalecen la intención de alojamiento en los consumidores con conciencia ambiental (Hou & Wu, 2020). No obstante, la industria enfrenta el desafío del lavado verde o greenwashing, una práctica engañosa que puede generar desconfianza y daños significativos en la reputación de los hoteles que no cumplen honestamente con sus promesas ecológicas (Alyahia et al., 2025). Finalmente, los resultados en contextos específicos indican que la mayoría de los usuarios asocia positivamente los establecimientos ecológicos con la salud, el bienestar y una conexión directa con la naturaleza (Aksöz et al., 2021).

A pesar del crecimiento de la hotelería sostenible, la literatura académica aún presenta vacíos significativos respecto a la eficacia real de las herramientas de evaluación para medir el desempeño ambiental de forma integral (Makoondlall-Chadee & Bokhoree, 2024). Resulta necesario profundizar en cómo las percepciones sensoriales específicas de los turistas sobre los atributos del diseño influyen directamente en sus futuras intenciones de comportamiento (Hou & Wu, 2020). Asimismo, se requiere explorar con mayor detalle los factores psicológicos y actitudinales que impulsan a diversos perfiles de viajeros a elegir alojamientos responsables en entornos digitales (Waris et al., 2025). Finalmente, existe una oportunidad crítica para investigar la influencia de las normas subjetivas y las motivaciones intrínsecas en segmentos generacionales específicos que priorizan el consumo ético (Vila-Vázquez et al., 2025).

El sector hotelero está experimentando una transformación impulsada por la adopción de herramientas de evaluación avanzadas que permiten monitorear de manera precisa el desempeño ambiental de las instalaciones (Makoondlall-Chadee & Bokhoree, 2024). En esta evolución, la integración de materiales no tóxicos y sistemas de ventilación eficientes en el diseño de interiores se ha convertido en un estándar clave para mejorar la experiencia sensorial del usuario (Hou & Wu, 2020). Asimismo, el uso estratégico de plataformas digitales y redes sociales facilita el acceso a información ecológica, lo cual fortalece significativamente la actitud proambiental de los viajeros contemporáneos (Waris et al., 2025). Finalmente, los cambios sociales liderados por grupos como la Generación Z están redefiniendo el mercado, pues estos consumidores priorizan la autenticidad y el compromiso ético en cada etapa de su toma de decisiones (Vila-Vázquez et al., 2025).

La literatura sobre diseño interior sostenible define la materialidad sostenible como un concepto clave que integra criterios ambientales, técnicos y perceptuales en los espacios interiores hoteleros, destacando que los materiales no solo cumplen una función constructiva o estética, sino que también influyen directamente en la experiencia sensorial, simbólica y valorativa del usuario dentro del espacio durante su estancia (Rashdan & Ashour, 2024). Desde la perspectiva del diseño de interiores, el mobiliario y la decoración se configuran como categorías fundamentales que estructuran la identidad del espacio interior, organizan el uso del entorno y condicionan la percepción estética, funcional y emocional del turista en relación con la calidad del hotel (Papadopoulos et al., 2024).

Asimismo, diversos estudios evidencian que la percepción emocional del huésped se construye a partir de estímulos sensoriales generados por materiales, texturas y la integración de elementos biofílicos, los cuales influyen en sensaciones de bienestar,

calma, confort psicológico y conexión con el entorno interior (Nanu et al., 2023). De manera complementaria, la calidad ambiental interior emerge como una categoría transversal que articula materialidad, confort físico y bienestar del usuario, siendo determinante en la valoración global de los espacios interiores sostenibles y en la satisfacción final del turista dentro del contexto hotelero (Abdulaali et al., 2025).

La literatura evidencia enfoques diferenciados en el análisis de la sostenibilidad hotelera, ya que algunos estudios priorizan la evaluación del entorno físico y los atributos ambientales desde la experiencia general del cliente, pero sin profundizar de manera específica en el rol del diseño interior y la materialidad como elementos perceptuales autónomos que influyen directamente en la experiencia espacial del turista (Kim & Kim, 2022). Investigaciones comparativas muestran que la implementación de prácticas sostenibles varía significativamente entre hoteles de distinto rango y categoría, lo que genera inconsistencias entre el discurso sostenible institucional y la experiencia real percibida por los huéspedes dentro de los espacios interiores (Marciš et al., 2024).

Desde una perspectiva crítica, se identifica que ciertas estrategias verdes aplicadas en hoteles están fuertemente influenciadas por el marketing, lo que puede distorsionar la percepción del turista y sobredimensionar el valor sostenible del diseño interior sin un sustento material real (Varelas & Georgitseas, 2023). Desde una perspectiva crítica, la literatura sobre greenwashing advierte que la falta de criterios claros, medibles y específicos en el diseño interior sostenible dificulta una evaluación objetiva del espacio por parte del usuario, generando sesgos en la percepción de autenticidad ambiental y debilitando la credibilidad de las propuestas sostenibles (Greenwashing Behavior in Hotels Industry, 2024).

Diversos estudios evidencian que la percepción del turista frente a los hoteles sostenibles no se limita exclusivamente a la eficiencia ambiental o al ahorro energético,

sino que está fuertemente condicionada por la experiencia sensorial generada por la materialidad, la iluminación, las texturas y la integración de elementos naturales en los espacios interiores, los cuales inciden directamente en el bienestar psicológico, la comodidad física y la evaluación global de la estancia hotelera (Elshaer et al., 2025). Investigaciones centradas en el diseño biofílico demuestran que la incorporación consciente de materiales naturales, vegetación y configuraciones espaciales orientadas al confort emocional favorecen estados de relajación, reducción del estrés y una percepción más positiva del ambiente interior, fortaleciendo la conexión emocional del huésped con el espacio habitado (Suess et al., 2024). Desde el ámbito del comportamiento del consumidor, se ha identificado que las prácticas sostenibles percibidas en habitaciones y áreas comunes influyen significativamente en la actitud del huésped, condicionando no solo su nivel de satisfacción, sino también su disposición a adoptar comportamientos ambientalmente responsables y a valorar éticamente la propuesta del hotel (Harit & Kumar, 2025).

En esta línea, la literatura reciente señala que la articulación entre sostenibilidad, bienestar y diseño interior refuerza la percepción de valor del servicio hotelero, consolidando experiencias más memorables y fortaleciendo la relación emocional y simbólica entre el turista y el entorno construido (Tercan et al., 2025).

2.2. Marco Teórico

El fenómeno de la percepción del turista sobre la materialidad sostenible en el diseño de espacios interiores hoteleros puede explicarse desde el modelo del servicescape, el cual sostiene que los elementos físicos del entorno influyen directamente en las respuestas cognitivas, emocionales y conductuales de los usuarios durante la experiencia de servicio (Kim & Kim, 2022). Desde esta perspectiva, el diseño interior actúa como un

mediador perceptual donde la materialidad, el mobiliario y la atmósfera construida condicionan la satisfacción, la intención de permanencia y la evaluación global del establecimiento hotelero (Pratminingsih et al., 2025). Este modelo se articula con los enfoques de calidad ambiental interior, los cuales explican que factores como los materiales no tóxicos, la ventilación y el confort térmico influyen directamente en la comodidad y el bienestar del huésped (Abdulaali et al., 2025). En el contexto de la hotelería sostenible, el servicescape se convierte en una herramienta estratégica que integra diseño, experiencia sensorial y valor percibido por el turista contemporáneo (Floričić et al., 2025).

Desde el campo del diseño ambiental, la corriente del diseño biofílico explica la relación entre materialidad sostenible y bienestar humano, proponiendo que la integración de elementos naturales en los espacios interiores favorece la restauración psicológica y la reducción del estrés (Suess et al., 2024). Esta corriente sostiene que el uso de materiales naturales, texturas orgánicas y configuraciones espaciales inspiradas en la naturaleza genera respuestas emocionales positivas y una mayor conexión del huésped con el entorno interior (Nanu et al., 2023). En el ámbito hotelero, el diseño biofílico ha demostrado influir positivamente en la percepción de valor, la satisfacción del cliente y la evaluación de la experiencia espacial durante la estancia (Elshaer et al., 2025). De este modo, la biofilia se consolida como un marco teórico que vincula sostenibilidad, experiencia sensorial y bienestar integral dentro del diseño de interiores hoteleros (Tercan et al., 2025).

Complementariamente, la teoría del comportamiento del consumidor sostenible permite comprender cómo las percepciones sobre las prácticas ecológicas y la materialidad interior influyen en las actitudes y decisiones del turista (Harit & Kumar, 2025). Este enfoque explica que la valoración del diseño sostenible depende no solo de

los atributos técnicos del espacio, sino también de la coherencia percibida entre el discurso ambiental del hotel y la experiencia real vivida por el huésped (Varelas & Georgitseas, 2023). Asimismo, la literatura sobre sostenibilidad percibida advierte que la ausencia de criterios claros en el diseño interior puede generar desconfianza y percepciones de greenwashing, afectando negativamente la credibilidad del establecimiento (Greenwashing Behavior in Hotels Industry, 2024). En consecuencia, este marco integra percepción, ética ambiental y experiencia espacial como dimensiones fundamentales para explicar la relación entre materialidad sostenible y satisfacción del turista (Rashdan & Ashour, 2024).

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación

3.1. Objetivo General

Analizar la percepción del turista sobre la materialidad sostenible en el diseño de espacios interiores de hoteles, con el fin de comprender su impacto en la experiencia emocional y el bienestar integral del huésped.

3.2. Objetivos Específicos

Explorar las sensaciones físicas y respuestas emocionales que genera el uso de materiales ecológicos y acabados internos en el turista durante su estancia.

Identificar los elementos tangibles de la materialidad interna que influyen de manera determinante en la percepción de calidad ambiental interior y comodidad.

Evaluar el rol de la materialidad sostenible como un factor de identidad y diferenciación competitiva desde la perspectiva del consumidor con un estilo de vida saludable.

3.3. Pregunta General

¿Cómo percibe el turista la materialidad sostenible en el diseño de espacios interiores de hoteles y de qué manera esta influye en su experiencia emocional y bienestar integral?

3.4. Preguntas Específicas

¿Qué sensaciones físicas y emociones específicas provoca la interacción con materiales sostenibles en el diseño de interiores hoteleros?

¿Cuáles son los componentes de la materialidad interna (acabados, mobiliario, textiles) que el turista asocia con una mayor satisfacción y confort ambiental?

¿De qué forma la materialidad sostenible en los espacios interiores contribuye a la construcción de una identidad hotelera que atrae al turista ético y consciente?

3.5. Proposición General

La percepción del turista sobre la materialidad sostenible trasciende la funcionalidad técnica, integrándose como un componente esencial de su bienestar emocional y físico que define la calidad percibida de la hospitalidad moderna.

3.6. Proposiciones Específicas

El uso de materiales con texturas naturales y acabados no tóxicos genera en el huésped una respuesta emocional de "seguridad y conexión ética", la cual es prioritaria sobre la estética puramente visual.

El turista consciente valora más la materialidad de los elementos que están en contacto directo con su cuerpo (mobiliario, textiles y acabados internos) que los sistemas estructurales externos del edificio para definir su nivel de confort.

La materialidad sostenible funciona como un código visual de identidad que permite al hotel diferenciarse competitivamente, siempre que logre equilibrar la responsabilidad ecológica con los estándares de salud y bienestar del usuario.

Capítulo IV: Metodología

4.1. Tipo y enfoque de investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, ya que tuvo como propósito comprender en profundidad las percepciones, significados y experiencias subjetivas de los turistas respecto a la materialidad sostenible en el diseño de espacios interiores hoteleros. El estudio no se orientó a la medición de variables numéricas ni a la comprobación estadística de relaciones causales, sino a explorar cómo los usuarios interpretaron los materiales, texturas, atmósferas y elementos sostenibles desde una dimensión emocional, sensorial y valorativa. Este enfoque permitió analizar el fenómeno desde la perspectiva del sujeto, considerando la experiencia vivida como eje central del proceso investigativo.

Asimismo, la investigación fue de tipo aplicado, debido a que estuvo orientada a abordar un problema real dentro del campo creativo y del diseño de interiores en el sector hotelero. El estudio no se limitó a la generación de conocimiento teórico abstracto, sino que buscó aportar criterios prácticos que pudieran orientar la toma de decisiones proyectuales relacionadas con la selección de materialidad sostenible. En este sentido, los resultados obtenidos contribuyeron a fortalecer la práctica profesional del diseño, integrando sostenibilidad, bienestar y experiencia del usuario como componentes estratégicos en la planificación de espacios hoteleros.

Finalmente, el enfoque cualitativo adoptado permitió interpretar cómo los participantes construyeron sentido en torno al fenómeno estudiado, analizando las narrativas, percepciones y valoraciones que emergieron de su experiencia en espacios interiores sostenibles. A través de la comprensión de sus discursos, fue posible identificar cómo la materialidad influyó en su sensación de bienestar, comodidad y autenticidad ambiental. De esta manera, el estudio logró revelar la relación entre

experiencia sensorial, percepción ecológica y satisfacción del turista, aportando una comprensión integral del fenómeno desde la perspectiva del usuario.

4.2. Diseño metodológico

La investigación se desarrolló bajo un diseño metodológico cualitativo de tipo exploratorio, ya que tuvo como propósito indagar en profundidad la percepción del turista sobre la materialidad sostenible en el diseño de espacios interiores hoteleros. Este diseño permitió aproximarse al fenómeno desde una perspectiva interpretativa, explorando dimensiones poco estudiadas relacionadas con la experiencia sensorial, emocional y valorativa del usuario frente a los materiales ecológicos dentro del entorno hotelero. Al tratarse de un campo donde aún existen vacíos teóricos sobre la microescala del diseño interior, el carácter exploratorio facilitó la generación de conocimientos descriptivos e interpretativos orientados a comprender el fenómeno en su contexto real.

Este diseño resultó adecuado porque se centró en un grupo reducido de participantes, lo que permitió profundizar en sus discursos, percepciones y comportamientos durante la experiencia espacial. La metodología cualitativa exploratoria favoreció un análisis detallado de las narrativas individuales, posibilitando identificar significados, valoraciones y construcciones simbólicas en torno a la materialidad sostenible. De esta manera, se prioriza la riqueza y profundidad de la información por encima de la generalización estadística, asegurando una comprensión contextualizada del fenómeno estudiado.

Para la recolección de información se utilizaron dos técnicas principales: entrevistas semiestructuradas y observación directa con enfoque de etnografía ligera. Las entrevistas permitieron explorar de manera flexible las percepciones, emociones y juicios de valor de los participantes respecto a los materiales y atmósferas sostenibles

presentes en los espacios interiores hoteleros. Por su parte, la observación posibilitó registrar comportamientos, reacciones y dinámicas espaciales durante la interacción con el entorno, complementando los discursos obtenidos y fortaleciendo la interpretación integral del fenómeno.

4.3. Participantes o casos de estudio

El grupo de estudio estuvo conformado por tres participantes que integraron las categorías de estudiantes, profesionales y nómadas digitales con una edad base de 18 años. Estos individuos comparten un estilo de vida orientado al bienestar, caracterizado por un consumo habitual de productos de origen sostenible y una dieta estrictamente saludable. Se seleccionó este número de informantes para obtener una visión cualitativa profunda sobre cómo los jóvenes adultos interactúan con entornos de hospitalidad modernos. Durante el proceso, cada entrevistado demostró una alta capacidad crítica para evaluar la atmósfera del diseño interior desde su perspectiva de movilidad y compromiso ético.

La elección de este perfil resultó idónea para la investigación porque los consumidores conscientes suelen extrapolar su conciencia ambiental hacia los elementos tangibles de los espacios que habitan. Al ser usuarios con un enfoque en la salud, los participantes mostraron una sensibilidad particular hacia la pureza y el origen de la materialidad sostenible en las habitaciones de hotel. La inclusión de nómadas y profesionales permitió validar si el diseño interior cumplía con las exigencias funcionales y estéticas que este segmento demanda en el mercado global. En consecuencia, la experiencia de estos tres sujetos proporcionó datos fundamentales para entender el vínculo entre los valores personales de sostenibilidad y la percepción del diseño físico.

4.4. Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo de la investigación se empleó como técnica principal la entrevista semiestructurada. Se diseñó una guía de entrevista compuesta por 10 preguntas abiertas, orientadas a explorar de manera profunda las percepciones, experiencias y valoraciones subjetivas de los turistas respecto a la materialidad sostenible en el diseño de espacios interiores hoteleros. Las preguntas permitieron indagar dimensiones sensoriales, emocionales, éticas y funcionales vinculadas al uso de materiales sostenibles, así como su influencia en la comodidad, el bienestar y la intención de elección o recomendación del establecimiento. Este instrumento facilitó la obtención de información rica y detallada, coherente con el enfoque cualitativo descriptivo de la investigación.

La guía de entrevista fue sometida a un proceso de validación de contenido por parte de la Dra. Karin Del Rocio Vargas Torres, quien evaluó la claridad, pertinencia y coherencia de cada una de las preguntas, así como su alineación con los objetivos de la investigación. A partir de esta revisión experta, se realizaron ajustes en la redacción y formulación de algunos ítems con el fin de garantizar mayor precisión conceptual y consistencia metodológica. Este procedimiento permitió asegurar la validez del instrumento y fortalecer el rigor académico del estudio.

Asimismo, se empleó como técnica complementaria la observación directa de carácter etnográfico, la cual permitió registrar comportamientos, interacciones y elementos visuales relevantes relacionados con la materialidad sostenible en los espacios interiores hoteleros. A través de esta técnica se documentaron aspectos como el uso del mobiliario, la interacción con los materiales, la percepción del ambiente y la disposición espacial. La observación permitió contrastar y complementar la información

obtenida en las entrevistas, enriqueciendo el análisis interpretativo y aportando mayor profundidad a la comprensión del fenómeno estudiado.

4.5. Procedimiento

La investigación inició con la delimitación rigurosa del problema y la formulación de los objetivos, centrados en comprender la brecha entre la materialidad interna y la percepción del bienestar del turista. Posteriormente, se diseñó la guía de entrevista semiestructurada como instrumento principal, asegurando su alineación técnica con las dimensiones de estudio sensoriales y éticas. El proceso de selección de los participantes se realizó bajo criterios de muestreo por conveniencia, integrando a estudiantes, profesionales y nómadas digitales, con quienes se estableció contacto inicial para asegurar su participación voluntaria mediante la firma del consentimiento informado.

El trabajo de campo se ejecutó a través de la aplicación de entrevistas en profundidad, las cuales fueron grabadas íntegramente y luego transcritas para garantizar la fidelidad de los testimonios. De forma simultánea, se llevó a cabo la observación directa en contexto bajo un enfoque de etnografía ligera, recolectando datos a través de notas de campo y registros fotográficos que capturaron la interacción espontánea de los sujetos con el entorno físico. Este procedimiento permitió triangular los discursos verbales con los comportamientos observados, fortaleciendo la validez interpretativa de la experiencia espacial.

En la fase final, se procedió a la transcripción y organización sistemática de toda la información recolectada para facilitar su manejo. Se aplicó una técnica de codificación temática que permitió identificar categorías emergentes, patrones comunes y divergencias en las narrativas sobre la sostenibilidad y el diseño interior. Finalmente,

se realizó la redacción de los resultados, vinculando sistemáticamente cada hallazgo con los objetivos originales y las proposiciones de investigación, permitiendo así una comprensión integral del fenómeno desde la perspectiva del sector creativo.

Capítulo V: Resultados

5.1. Nombre de la categoría 1

La categoría refiere a cómo los usuarios identifican la sostenibilidad a través de atributos sensoriales concretos: textura, olor, temperatura y apariencia. Los entrevistados asocian sostenibilidad con “madera real”, “telas suaves”, “fibras naturales” y materiales que “no huelen a químicos fuertes”. La percepción no es técnica, sino experiencial y directa.

Esta materialidad se vincula con la autenticidad y el origen local. Se menciona el uso de materiales “propios de la zona o autóctonos” y la presencia de “piedra natural local” o “fibras vegetales”. Lo natural no solo comunica bajo impacto ambiental, sino coherencia cultural y valoración del territorio.

Además, lo natural se percibe como opuesto a lo artificial. Expresiones como “no plásticos ni artificiales” o materiales que “no brillan como el plástico” evidencian una lectura estética clara: lo sostenible se reconoce en lo cálido, mate y honesto. Así, la materialidad funciona como señal visible de compromiso ambiental dentro del espacio interior.

En la figura 1 se evidencia que los elementos predominantes de esta categoría son madera natural, textiles orgánicos (lino, algodón), piedra local y acabados sin apariencia sintética. La observación muestra predominio de tonos neutros, texturas cálidas y ausencia de superficies brillantes, reforzando la percepción sensorial de sostenibilidad identificada en las entrevistas.



Figura 1 : Materialidad natural como indicador perceptible de sostenibilidad.

5.2. Nombre de la categoría 2

La categoría evidencia que los usuarios no perciben la sostenibilidad como algo básico, sino como un atributo que eleva el estándar del hotel. Se asocia a inversión real y durabilidad: un entrevistado señala que nota cuando un hotel apuesta por “calidad duradera, en lugar de solo decoración superficial”, y otro afirma que saber que los materiales son naturales “me transmite exclusividad”.

Asimismo, la sostenibilidad se vincula con una percepción de mayor categoría. Para una participante, incorporar estos criterios “elevaría la calidad del hotel”, mientras otra indica que cuando los materiales son responsables “siento que el hotel es de mejor calidad”. Aquí, lo ecológico deja de ser sólo ético y se convierte en un indicador de lujo contemporáneo basado en autenticidad y coherencia.

También aparece como factor de diferenciación frente a la oferta convencional. Un entrevistado menciona que, si debe elegir, se inclinará por el que garantice “un ambiente saludable” con “detalles más ecológicos, bellos y naturales”. Aunque el precio puede condicionar la decisión, la sostenibilidad agrega valor competitivo y simbólico.

En la figura 2 se evidencia que la categoría se compone de tres ejes observables: percepción de calidad superior (materiales duraderos y bien ejecutados), asociación con lujo natural (madera, piedra, fibras nobles) y diferenciación frente a hoteles estándar. La figura muestra cómo estos elementos convergen en una imagen de exclusividad responsable, donde la sostenibilidad funciona como atributo distintivo y no como simple complemento técnico.



Figura 2 : Sostenibilidad asociada a calidad, lujo y diferenciación.

5.3. Nombre de la categoría 3

La categoría evidencia que los usuarios asocian directamente la elección material con efectos concretos en su cuerpo y descanso. No se trata solo de estética, sino de cómo el espacio se respira y se habita. Un entrevistado señala que “se nota al respirar y al tocar… no te hacen sudar como los sintéticos. Eso ayuda a dormir mejor”, mostrando que la experiencia sensorial impacta en la calidad del sueño.

Asimismo, la calidad del aire aparece como un factor central. Se menciona que con materiales naturales “me levanto más descansado y sin la típica congestión” y que “no hay olores fuertes y eso me hace sentir mejor física y emocionalmente”. Esto conecta la sostenibilidad interior con salud preventiva, donde textiles, pinturas y revestimientos influyen en la percepción de limpieza y confort ambiental.

Finalmente, el bienestar también se relaciona con la relajación emocional. Una participante afirma que los materiales le ayudan a sentirse “más cómoda y relajada”, mientras otra destaca que el hotel debe ofrecer “un espacio cómodo donde descansar”. Así, la investigación demuestra que la materialidad sostenible no solo comunica ética ambiental, sino que construye condiciones físicas reales para el descanso.

En la figura 3 se evidencia que la categoría se organiza en tres dimensiones: confort térmico y táctil (calidez, ausencia de sintéticos), calidad del aire (sin olores químicos, menor congestión) y efecto en el descanso (mejor sueño y relajación). La figura muestra cómo estos factores convergen en una experiencia integral de bienestar, donde la salud del usuario se convierte en resultado directo de las decisiones materiales del diseño interior.



Figura 3: Bienestar físico y salud vinculados a los materiales interiores

5.4. Nombre de la categoría 4

La categoría refleja cómo los usuarios desarrollan vínculos afectivos con los espacios cuando estos incorporan materiales naturales y referencias locales. Los entrevistados señalan que estos ambientes generan cercanía y familiaridad; por ejemplo, una participante menciona que el hotel se siente "más hogareño y con un toque cultural de la zona", lo que facilita una primera conexión emocional con el destino.

Esta conexión se intensifica cuando el espacio evoca sensaciones asociadas a la naturaleza y al hogar. Un entrevistado afirma que habitar un hotel con materiales sostenibles le da "la sensación de estar como en casa, o como en medio de la naturaleza", mientras otro destaca que estos lugares transmiten "calma y tranquilidad" y

ayudan a “desconectarse del estrés”. Así, la materialidad funciona como mediadora emocional entre el usuario y el entorno.

Asimismo, el sentido de pertenencia se vincula con valores culturales y éticos. La valoración del trabajo local y artesanal genera satisfacción personal, como cuando una entrevistada expresa sentirse feliz al “contribuir con la economía del lugar. Esto demuestra que el diseño interior sostenible no solo impacta en lo sensorial, sino que refuerza la identificación del usuario con el contexto social y cultural del lugar.

En la figura 4 se evidencia que la categoría se compone de tres aspectos observables: evocación de hogar y naturaleza (materiales cálidos y colores tranquilos), vínculo cultural con el lugar (uso de materiales locales y artesanales) y respuesta emocional positiva (calma, felicidad y desconexión). La figura muestra cómo estos elementos convergen en una experiencia de pertenencia, donde el espacio interior actúa como puente entre el usuario, el entorno y su identidad como viajero consciente.



Figura 4 : Conexión emocional y sentido de pertenencia con el entorno.

5.5. Nombre de la categoría 5

La categoría muestra que los usuarios valoran la sostenibilidad como una extensión de sus principios personales, incluso durante el viaje. Elegir un hotel sostenible les permite actuar de forma coherente con sus valores, generando satisfacción ética y emocional. Una entrevistada señala que este tipo de decisiones “me hace sentir que estoy actuando de forma coherente con mis valores, incluso cuando viajo”

Sin embargo, la sostenibilidad no opera como criterio absoluto, sino que se negocia con variables prácticas, especialmente el precio. Los participantes coinciden en que, aunque prefieren hoteles sostenibles, la decisión final depende de que el costo sea competitivo frente a otras opciones. Esto se evidencia cuando una entrevistada afirma que lo recomendaría “solo si el precio es competente con otros hoteles”, mostrando que el compromiso ético se ajusta a límites económicos reales.

Aun así, la sostenibilidad agrega valor simbólico y diferencial en contextos de elección. Cuando el precio es similar, los usuarios tienden a inclinarse por la alternativa que garantice un impacto positivo o un ambiente más saludable. Un entrevistado destaca que, si debe elegir, “siempre me inclinaré por aquel que me asegure un ambiente saludable”

En la figura 5 se evidencia que la observación refuerza estos hallazgos al mostrar cómo la sostenibilidad se manifiesta como un valor ético visible, pero subordinado al equilibrio costo–beneficio. La figura detalla que los usuarios reconocen y valoran los atributos sostenibles, aunque estos influyen de manera determinante solo

cuando no implican un sobrecosto significativo, consolidando la sostenibilidad como un factor de decisión relevante pero contextual.



Figura 5 : Sostenibilidad como criterio ético y factor de decisión condicionado al precio.

Capítulo VI: Discusión

Los hallazgos evidencian que los turistas reconocen la sostenibilidad principalmente a través de estímulos sensoriales directos asociados a la materialidad natural, lo cual coincide con la literatura que destaca el rol perceptual y experiencial del diseño interior por encima del conocimiento técnico especializado (Rashdan & Ashour, 2024; Kim & Kim, 2022). La asociación entre materiales naturales, bienestar y autenticidad cultural refuerza lo planteado por estudios sobre calidad ambiental interior y diseño biofílico, donde las texturas, olores y acabados influyen directamente en la valoración del espacio (Nanu et al., 2023; Abdulaali et al., 2025). Asimismo, la oposición clara entre lo natural y lo sintético confirma que los usuarios utilizan códigos estéticos —calidez, mate, honestidad material— como indicadores visibles de compromiso ambiental, alineándose con lo señalado por Elshaer et al. (2025). Sin embargo, los resultados amplían la literatura al demostrar que esta percepción no depende de certificaciones o discursos formales, sino de una lectura sensorial inmediata del espacio, aspecto poco profundizado en investigaciones previas (Hou & Wu, 2020).

Este hallazgo se vincula directamente con el objetivo general de analizar cómo la materialidad sostenible impacta en la experiencia emocional y el bienestar del turista, al evidenciar que la percepción de sostenibilidad se construye desde la experiencia corporal y sensorial del espacio interior (Abdulaali et al., 2025). Asimismo, responde al objetivo específico de identificar elementos tangibles determinantes, ya que madera natural, textiles orgánicos y piedra local emergen como componentes clave en la evaluación de la calidad ambiental interior (Papadopoulos et al., 2024). La interpretación también conecta con el objetivo de explorar la materialidad como factor de identidad, dado que el uso de materiales autóctonos refuerza la coherencia cultural y

la autenticidad percibida del hotel (Pratminingsih et al., 2025). En conjunto, los resultados confirman que la materialidad sostenible funciona como un lenguaje perceptual estratégico que articula sostenibilidad, bienestar y diferenciación competitiva, alineándose con los propósitos centrales de la investigación (Aniramu et al., 2025).

Los hallazgos muestran que los turistas reinterpretan la sostenibilidad como un atributo de calidad superior y lujo contemporáneo, lo cual coincide con la literatura que posiciona la materialidad sostenible como generadora de valor percibido y diferenciación en el servicescape hotelero (Pratminingsih et al., 2025; Kim & Kim, 2022). La asociación entre materiales naturales, durabilidad y exclusividad respalda los planteamientos sobre cómo la calidad ambiental interior influye en la satisfacción y evaluación global del servicio (Abdulaali et al., 2025; Elshaer et al., 2025). Asimismo, la vinculación entre sostenibilidad, autenticidad y coherencia ética se alinea con estudios que indican que el turista contemporáneo valora propuestas sostenibles cuando estas son tangibles y verificables en la experiencia espacial (Harit & Kumar, 2025). Sin embargo, los resultados amplían la literatura al evidenciar que la sostenibilidad no solo es percibida como responsabilidad ambiental, sino como símbolo de inversión real y lujo responsable, reforzando la idea de sostenibilidad como ventaja competitiva en hospitalidad (Aniramu et al., 2025).

Este hallazgo se conecta directamente con el objetivo de analizar la percepción del turista sobre la materialidad sostenible al demostrar que los usuarios la interpretan como un indicador tangible de calidad, estatus y diferenciación dentro del mercado hotelero (Rashdan & Ashour, 2024). Asimismo, responde al objetivo de identificar elementos materiales determinantes, ya que los usuarios reconocen la sostenibilidad en materiales duraderos, nobles y coherentes con el discurso ecológico del hotel

(Papadopoulos et al., 2024). La relación entre sostenibilidad, lujo natural y diferenciación también valida el objetivo de analizar la materialidad como herramienta de identidad competitiva dentro del diseño interior hotelero (Pratminingsih et al., 2025). En conjunto, estos resultados confirman que la materialidad sostenible funciona como un recurso estratégico que integra valor simbólico, bienestar y posicionamiento de marca dentro del turismo contemporáneo (Tercan et al. 2025).

Los hallazgos evidencian que los turistas relacionan directamente la materialidad sostenible con efectos fisiológicos y sensoriales concretos, lo cual coincide con la literatura que establece que la calidad ambiental interior influye de forma directa en el confort, la salud y la satisfacción del huésped (Abdulaali et al., 2025; Elshaer et al., 2025). La asociación entre materiales naturales, calidad del aire y mejora del descanso respalda los estudios sobre estímulos sensoriales y biofilia, los cuales señalan que las texturas orgánicas y la ausencia de compuestos químicos favorecen el bienestar psicológico y físico del usuario (Nanu et al., 2023; Suess et al., 2024). Asimismo, los resultados refuerzan la evidencia de que la percepción del turista sobre la sostenibilidad se construye desde la experiencia corporal y no únicamente desde el conocimiento técnico sobre eficiencia ambiental (Hou & Wu, 2020). Sin embargo, el estudio amplía la literatura al demostrar que los usuarios interpretan la materialidad sostenible como una forma de salud preventiva cotidiana, vinculándolo directamente con el descanso y la recuperación física durante la estancia (Tercan et al. 2025).

Este hallazgo se relaciona directamente con el objetivo general de analizar la percepción del turista sobre la materialidad sostenible, al demostrar que los usuarios interpretan los materiales interiores como determinantes en su bienestar físico y emocional durante la experiencia hotelera (Rashdan & Ashour, 2024). Asimismo, responde al objetivo específico de explorar las sensaciones físicas generadas por la

materialidad sostenible, evidenciando que factores como confort térmico, pureza del aire y calidad táctil influyen en la evaluación global del espacio interior (Papadopoulos et al., 2024). La interpretación también fortalece el objetivo de comprender la relación entre sostenibilidad y calidad ambiental interior como base de la satisfacción del usuario (Abdulaali et al., 2025). En conjunto, los resultados confirman que la materialidad sostenible actúa como un componente estratégico que integra bienestar, experiencia sensorial y valor percibido dentro del diseño interior hotelero contemporáneo (Aniramu et al., 2025).

Los hallazgos muestran que los turistas interpretan la sostenibilidad como un valor ético personal que guía sus decisiones de consumo, lo cual coincide con la literatura que señala que la conciencia ambiental fortalece la intención de elección de alojamientos responsables (Hou & Wu, 2020; Harit & Kumar, 2025). Asimismo, la asociación entre sostenibilidad, bienestar y elección preferencial respalda estudios que posicionan las prácticas ecológicas como factores clave en la satisfacción y percepción de valor del servicio hotelero (Tercan et al., 2025; Elshaer et al., 2025). Sin embargo, los resultados también evidencian que el precio funciona como variable moderadora, lo que coincide con investigaciones que indican que la sostenibilidad es valorada positivamente, pero puede verse limitada por barreras de acceso y disponibilidad económica (Fuchs et al. 2025). De este modo, el estudio confirma que la sostenibilidad actúa como un criterio ético relevante, pero contextualizado dentro de decisiones racionales de costo–beneficio, ampliando la comprensión del comportamiento del turista sostenible (Aniramu et al., 2025).

Este hallazgo se relaciona directamente con el objetivo general de analizar la percepción del turista sobre la materialidad sostenible, al demostrar que los usuarios integran valores éticos personales dentro de su evaluación del diseño interior hotelero

(Rashdan & Ashour, 2024). Asimismo, responde al objetivo de comprender cómo la materialidad sostenible influye en la experiencia global del usuario, evidenciando que los materiales ecológicos no solo generan bienestar físico, sino también satisfacción moral y coherencia personal (Abdulaali et al., 2025). La relación entre sostenibilidad, decisión de elección y precio también permite interpretar la materialidad sostenible como un factor de diferenciación competitiva dentro del mercado turístico contemporáneo (Pratminingsih et al., 2025). En conjunto, los resultados confirman que la sostenibilidad en el diseño interior funciona como un atributo estratégico que integra ética, experiencia sensorial y valor percibido dentro del proceso de decisión del turista (Kim & Kim, 2022).

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

La investigación concluye que la percepción del turista sobre la materialidad sostenible se construye principalmente desde la experiencia sensorial directa del espacio interior, más que desde el conocimiento técnico sobre sostenibilidad. Los usuarios identifican lo sostenible a través de estímulos tangibles como textura, olor, temperatura, apariencia natural y ausencia de químicos perceptibles. Esto demuestra que la materialidad sostenible impacta directamente en la experiencia emocional y en el bienestar integral del huésped durante su estancia. En consecuencia, el estudio confirma que el diseño interior sostenible influye de forma real en la satisfacción, percepción de calidad y evaluación global del servicio hotelero.

Se concluye que las sensaciones físicas y respuestas emocionales generadas por los materiales ecológicos constituyen un eje central en la experiencia del usuario. Los resultados evidencian que materiales naturales favorecen el confort térmico, la calidad del aire, la relajación emocional y la calidad del descanso. Asimismo, los turistas asocian la materialidad sostenible con seguridad, salud preventiva y equilibrio emocional dentro del espacio interior. De este modo, se confirma que la materialidad sostenible no solo comunica sostenibilidad ambiental, sino que construye experiencias corporales y emocionales positivas.

El estudio demuestra que existen elementos tangibles específicos que determinan la percepción de calidad ambiental interior, destacando la madera natural, textiles orgánicos, piedra local y acabados no sintéticos. Estos materiales funcionan como códigos visuales y sensoriales que permiten al usuario interpretar la autenticidad, calidad y coherencia ambiental del hotel. Además, la materialidad sostenible fortalece la identidad cultural del espacio cuando incorpora materiales locales y procesos

artesanales. En este sentido, la materialidad interna se consolida como un factor determinante en la percepción de comodidad, confianza y valor del servicio hotelero.

Finalmente, se concluye que la materialidad sostenible cumple un rol estratégico como elemento de diferenciación competitiva e identidad de marca dentro del sector hotelero. Los turistas perciben la sostenibilidad como un atributo asociado a calidad, lujo contemporáneo, autenticidad y coherencia ética, aunque su elección final puede estar condicionada por el precio. Esto evidencia que la sostenibilidad funciona como un valor simbólico y ético relevante dentro del proceso de decisión del consumidor. En conjunto, el estudio confirma que integrar sostenibilidad en la materialidad del diseño interior permite articular bienestar, valor emocional y posicionamiento competitivo en el mercado turístico actual.

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones

Se recomienda que los profesionales del diseño interior hotelero prioricen la selección de materiales sostenibles que sean perceptibles sensorialmente para el usuario, considerando textura, temperatura, olor y apariencia natural como variables clave de diseño. Asimismo, es importante integrar materiales locales y procesos artesanales para fortalecer la identidad cultural del espacio y generar mayor conexión emocional con el huésped. Se sugiere que los hoteles comuniquen la sostenibilidad a través de la experiencia espacial y no únicamente mediante certificaciones o discursos técnicos, ya que los usuarios valoran principalmente la evidencia tangible del compromiso ambiental. Finalmente, se recomienda desarrollar estrategias de sostenibilidad que mantengan un equilibrio entre valor ecológico y accesibilidad económica, considerando que el precio sigue siendo un factor relevante en la decisión del turista.

Para futuras investigaciones, se sugiere ampliar el tamaño y diversidad de la muestra para analizar posibles diferencias perceptuales según variables como edad, cultura, nivel socioeconómico o tipo de viajero. Asimismo, sería relevante desarrollar estudios mixtos que permitan correlacionar la percepción sensorial de la materialidad sostenible con indicadores cuantificables de satisfacción, bienestar y fidelización del huésped. También se recomienda investigar con mayor profundidad la relación entre sostenibilidad interior, percepción de lujo contemporáneo y comportamiento de compra en distintos segmentos del mercado turístico. Finalmente, futuras investigaciones podrían explorar la influencia de tecnologías emergentes, certificaciones ambientales y estrategias digitales en la construcción de la percepción del usuario sobre la sostenibilidad en el diseño interior hotelero.

Referencias

- **Abdulaali, H. S., et al. (2025).** Research on guest comfort and satisfaction with indoor environmental quality in green hotels. Frontiers in Built Environment, 11, 1544177. https://doi.org/10.3389/fbuil.2025.1544177
- **Akhoundogli, M., & Buckley, R. (2025).** Assessment of sustainable tourism and tourist satisfaction using importance performance analysis: The role of eco-friendly amenities. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 13(2), 45-62. https://doi.org/10.1080/27658511.2025.2469988
- **Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., Fayyad, S., & Mohammad, A. A. A. (2025).** Quality of Hotel Biophilic Design and Its Impact on Guest Well-Being, Perceived Value, and Patronage Intentions: The Moderating Role of Guest Delight. Tourism and Hospitality, 6(4), 212. https://doi.org/10.3390/tourhosp6040212
- **Floričić, T., Šker, I., & Molnar, N. (2025).** Creating Attractive Hotels - Contemporary Challenges in Design and Architecture: Sustainability, Emotional Aspects and Desirable Elements in Hotel Selection. Journal of Global Perspectives on Society, Culture, and Development, 1(1), 1–15. https://doi.org/10.63620/MKJGPSCD.2025.1003
- **Harit, P., & Kumar, V. (2025).** Guest perception and behavior on green practices in guest rooms. https://www.researchgate.net/publication/398358468_Guest_Perception_and_Behavior_on_Green_Practices_in_guest_rooms
- **Kim, Y. J., & Kim, H. S. (2022).** The impact of hotel customer experience on customer satisfaction through online reviews: Analysis of physical environment and sustainability attributes. Sustainability, 14(2), 848. https://doi.org/10.3390/su14020848
- **Loedphacharakamon, N., & Choibamroong, T. (2025).** Attitudinal segmentation and the perceived value of sustainable practices in luxury hotels: Evidence from Chinese tourists. Sustainability, 17(12), 5525. https://doi.org/10.3390/su17125525
- **Marciš, M., Kvasnová, D., & Strnádová, P. (2024).** Sustainable hotel practices: A comparison between higher and lower ranking hotels. DETUROPE - The Central European Journal of Regional Development and Tourism, 16(2), 36-56. https://doi.org/10.32725/det.2024.019
- **Murad, M., et al. (2025).** A scale development of standard components for wellness and eco-friendly hotels. Cogent Business & Management, 12(1), 215. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2025.2538709
- **Nanu, L., Ali, F., Berezina, K., & Cobanoglu, C. (2023).** The biophilic hotel lobby: Consumer emotions, peace of mind, willingness to pay, and health-consciousness. International Journal of Hospitality Management, 113, 103520.

https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103520

- **Papadopoulos, I., Mamalis, G., & Trigkas, M. (2024).** Investigation of tourists' satisfaction from the furniture equipment and decoration of hotels in Greece. En A. Kavoura, T. Borges-Tiago & F. Tiago (Eds.), Strategic Innovative Marketing and Tourism (pp. 687–695). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-51038-0_74
- **Pratminingsih, S. A., Munawar, F., & Rudatin, C. L. (2025).** Creative tourism experience: exploring the influence of novelty-seeking, perceived coolness and servicescape on behavioral intention. Cogent Business & Management, 12(1), 2447906. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2447906 https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/23311975.2024.2447906?needAccess=true
- **Rashdan, W., & Ashour, A. F. (2024).** Exploring sustainability in interior design: A comprehensive systematic review. Buildings, 14(8), 2303. https://doi.org/10.3390/buildings14082303
- **Suess, C., Legendre, T. S., & Hanks, L. (2024).** Biophilic Urban Hotel Design and Restorative Experiencescapes. Journal of Hospitality & Tourism Research, 48(8), 1572–1593. https://doi.org/10.1177/10963480241244720
- **Tercan, T., Anarkhanovna Zhunusova, A., Tercan, N., & Begalievna, M. N. (2025).** Mindfulness and Biophilic Design: Enhancing Guest Well‐Being, Emotional Relaxation, Stress Reduction and Physical Health in the Hotel Sector. Tourism: An International Interdisciplinary Journal, 73(4), 756–770. https://doi.org/10.37741/t.73.4.11
- **Varelas, S., & Georgitseas, P. (2023).** Strategic green marketing and its effect on guest perception in Greek hotels. Journal of Hospitality and Tourism Management, 54, 460-471. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.08.005 https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677023001389

- **Hou, H., & Wu, H. (2021).** Tourists' perceptions of green building design and their intention of staying in green hotels. *Tourism and Hospitality Research, 21*(1), 115–128. https://doi.org/10.1177/1467358420963379

Anexos

Anexo 1: Guía de Entrevista

1. ¿Qué características visuales o táctiles de los materiales en una habitación de hotel le permiten a usted identificar que un espacio ha sido diseñado bajo criterios de sostenibilidad?

2. Desde su perspectiva como consumidor consciente, ¿cómo influye la "pureza" y el origen de los materiales (maderas certificadas, fibras naturales, acabados no tóxicos) en su percepción de calidad del hotel?

3. ¿De qué manera la elección de materiales sostenibles en el mobiliario y la decoración impacta en su sensación de comodidad física y descanso durante su estancia?

4. Como persona orientada a un estilo de vida saludable, ¿cómo percibe que los materiales del diseño interior (textiles, pinturas, revestimientos) contribuyen a su bienestar integral o salud durante el viaje?

5. ¿Podría describir alguna emoción o conexión específica que haya sentido al habitar un espacio hotelero que prioriza materiales de bajo impacto ambiental?

6. ¿En qué medida considera que un diseño interior sostenible refuerza o valida su compromiso ético personal con el medio ambiente mientras se encuentra fuera de casa?

7. Dada su condición de [estudiante/profesional/nómada], ¿cómo logra el diseño interior sostenible equilibrar sus necesidades funcionales de trabajo con su demanda de un entorno estético y saludable?

8. Muchos hoteles se enfocan en ahorrar energía o agua (aspectos externos/técnicos), ¿qué valor le otorga usted a que el hotel también se preocupe por la sostenibilidad "interna" (materiales de los muebles y acabados)?

9. ¿Hasta qué punto la materialidad sostenible de los espacios interiores es un factor decisivo para que usted elija un hotel o decida recomendarlo a otros viajeros con su mismo perfil?

10. Si tuviera que definir el "espacio interior ideal", ¿qué materiales consideraría esenciales para que un hotel logre una armonía total entre responsabilidad ecológica y lujo contemporáneo?