

ESTRATEGIA PARA POTENCIAR LA OFERTA GASTRONÓMICA DE SANTA CRUZ, GALÁPAGOS

PROBLEMA

En Santa Cruz podemos degustar una variedad de platos hechos con productos representativos del lugar. Sin embargo, la promoción de estos platos se ve opacada por la amplia oferta y popularidad de restaurantes que ofrecen comida internacional, además de la falta de un producto gastronómico que defina la isla.

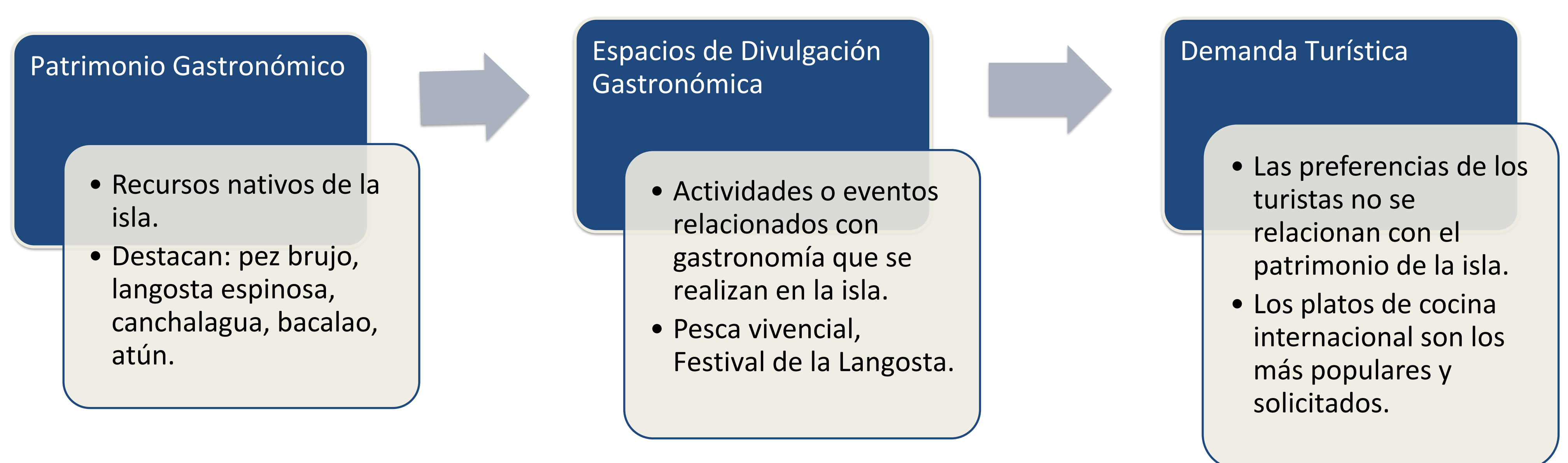


OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia efectiva que potencie la oferta gastronómica de la isla Santa Cruz, Galápagos.



RESULTADOS



PROPUESTA

Se realizaron encuestas a dueños de restaurantes, entrevistas estructuradas a turistas y chefs y se analizaron documentos y páginas web como TripAdvisor. En base a esta información, se propone como estrategia la creación de un Club de Producto Gastronómico.

CLUB DE PRODUCTO GASTRONÓMICO

Conjunto de organismos privados y públicos que trabajan de manera colaborativa



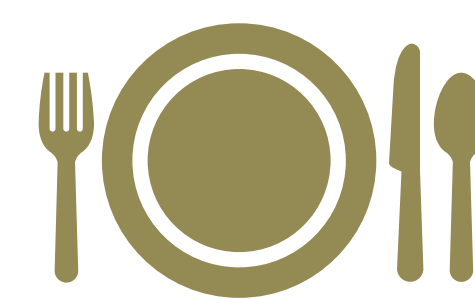
Mejoran la calidad de la oferta gastronómica existente

Dan paso a la creación y aplicación de nuevas propuestas

Programas del Club



Calidad del Servicio



Producto



Promoción

¿A quiénes beneficia?

Miembros del Club

Población Local

Turistas

CONCLUSIONES

- Debido a la pandemia, la gran mayoría de turistas que visitaron Santa Cruz en este período fueron nacionales.
- Los turistas y expertos entrevistados revelaron que no consideran a Santa Cruz como un destino gastronómico.
- En base al levantamiento de información secundaria, se reveló que Santa Cruz posee las bases y recursos nativos para desarrollar turismo gastronómico.
- La cooperación entre actores hacia una misma meta es una clave importante para el desarrollo del turismo gastronómico.
- La correcta implementación del Club de Producto garantizará el éxito a largo plazo del turismo gastronómico en la isla de Santa Cruz.