

Prototipo de una tienda virtual para la comercialización de artesanías en cruceros por productores locales de la isla Santa Cruz

PROBLEMA

En la actualidad, el desempeño laboral de los artesanos de Galápagos expone que su principal problema radica en el limitado acceso a canales de comercialización, por lo que en conjunto a la Fundación “Un cambio por la vida”, han buscado establecer vínculos con empresas privadas para poder ofrecer las artesanías a los turistas que viajan en cruceros en dicha provincia.

OBJETIVO GENERAL

Prototipar una tienda virtual con base en la oferta artesanal de la provincia de Galápagos para la comercialización de productos locales en cruceros.

PROPUESTA

La innovación e inclusión de herramientas digitales tras los acontecimientos por el COVID-19 se convirtió en un factor imprescindible en la actualidad. De tal manera, con FUNCAVID, la propuesta de una tienda virtual para el sector comercial reconforta al usuario en evitar el contacto e interacción de manera personal bajo el simple uso de una plataforma virtual.

Gráfico 1. Etapas para la elaboración de la plataforma

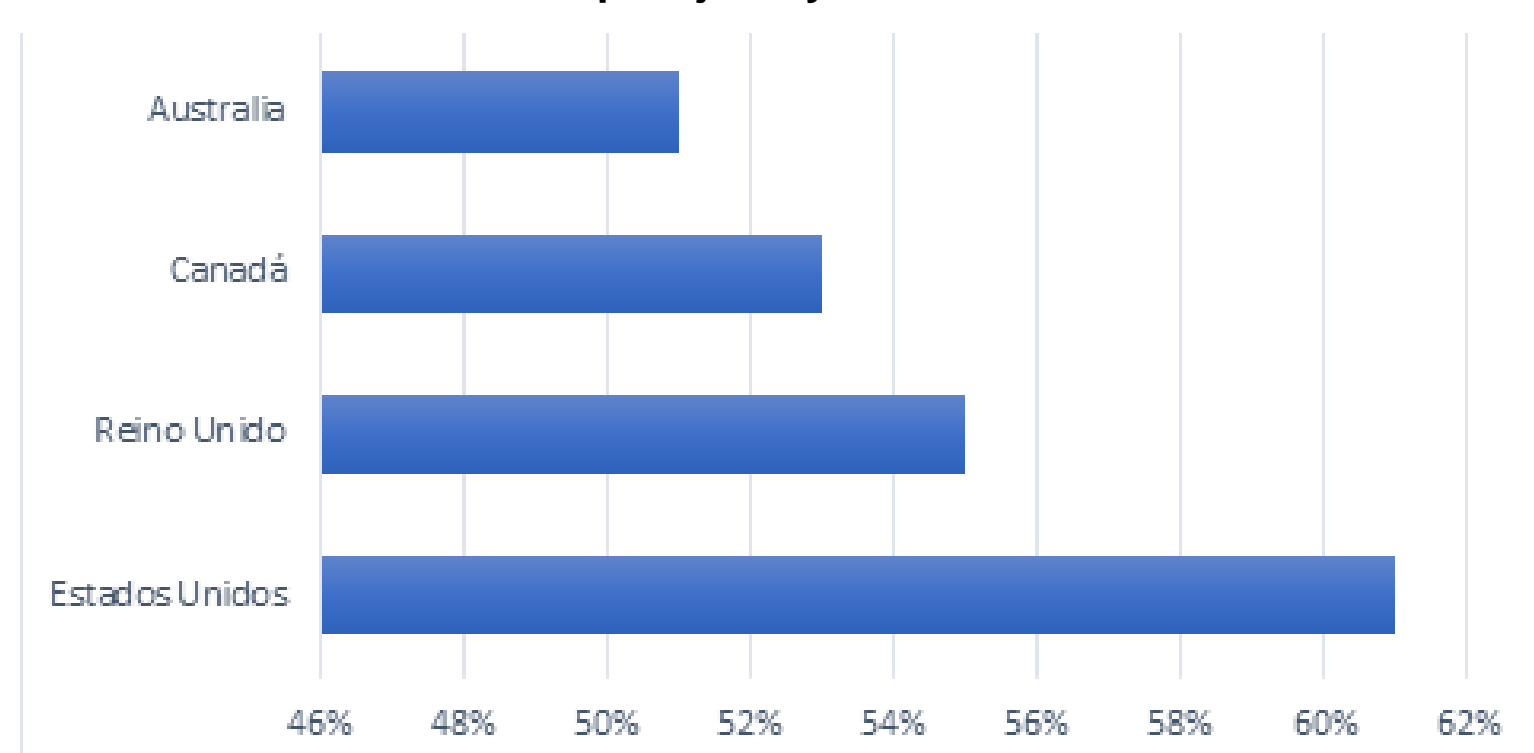


Fuente: FUNCAVID

RESULTADOS

Los principales mercados, según el informe del PNG (2019), la nacionalidad de los turistas con mayor hospedaje a bordo es de EE.UU 61%, seguido de Reino Unido 55%, posterior Canadá 53% y Australia 51%.

Gráfico 3. Hospedaje mayoritario a bordo



Fuente: PNG, 2019

Del cual, el perfil del turista destaca los baby boomers, profesionales retirados y de ingresos altos en búsqueda de lujos.

CONCLUSIONES

Tras los resultados expuestos se conoció que tan de acuerdo estaban los artesanos con la creación de la plataforma web y la implementación del catálogo con sus productos, donde se percibió distintas situaciones como:

- ✓ Déficit de promoción del productor local.
- ✓ Canales de distribución



Gráfico 2. Estrategias de marketing MIX a implementar

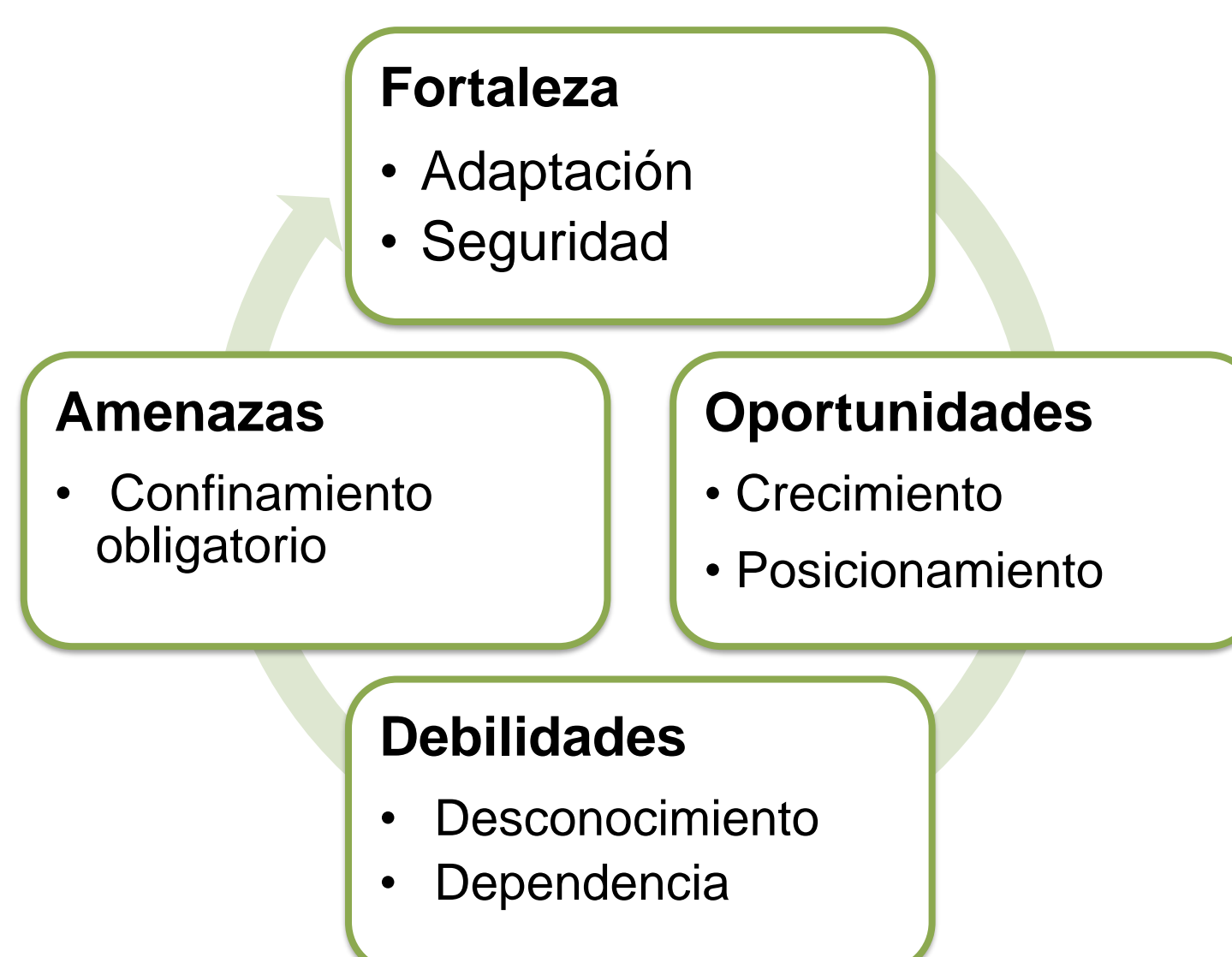


Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, para captar el interés de los visitantes, se elaboró un plan de estrategias de marketing mix basado en la creación de un prototipo de una tienda virtual que permita exhibir aquellos productos elaborados por artistas y artesanos.

Además, con la recolección de datos se elaboró un análisis FODA basado en la creación de la tienda virtual y se obtuvo como resultados los siguiente:

Gráfico 4. Análisis F.O.D.A. para la plataforma



Fuente: Elaboración propia.

- ✓ Falta de control en precios, hay una competencia desleal.

Del cual dichos factores exhiben una realidad de lo que es el trabajo de estas personas y de sus necesidades para una pronta reactivación económica por la pandemia.