

**Agosto  
2020**



**Evaluación del  
impacto  
Galápagos Travel  
Roadshow e-Edition**

Dirección Zonal Insular

MINISTERIO DE TURISMO

*Lenín*



## Antecedentes

Galápagos Travel Roadshow e-Edition fue ejecutado como parte de la Agenda de Reactivación del Sector Turístico, en el contexto de la Emergencia Sanitaria por COVID-19. El evento se efectuó del **26 al 28 de agosto** a través de la plataforma GoToMeeting.

## Objetivos

- Estimular alianzas estratégicas.
- Fortalecer las operaciones turísticas con base local, reguladas.
- Generar contactos comerciales entre los operadores de Galápagos y Ecuador continental.



## Ejecución del evento

### Nro. de participantes



**34** Operadores de Galápagos (vendedores)



**37** Operadores continente (compradores)

### Citas

Citas planificadas

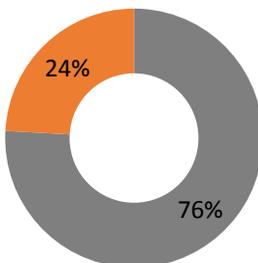
**568**

Citas ejecutadas

**431**

### Porcentaje de ejecución de citas

■ Citas concretadas ■ Citas canceladas



De las 568 citas planificadas se ejecutaron 431 citas. Las reuniones virtuales tenían una duración de 15 minutos y se efectuaron en 6 salas de GoToMeeting.



# Análisis levantamiento de encuestas post evento



## Levantamiento de información

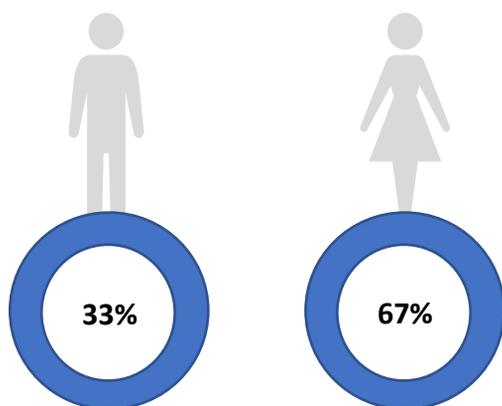
Agencias encuestadas  
Galápagos

29

Agencias encuestadas  
Ecuador continental

22

## Perfil de los participantes encuestados

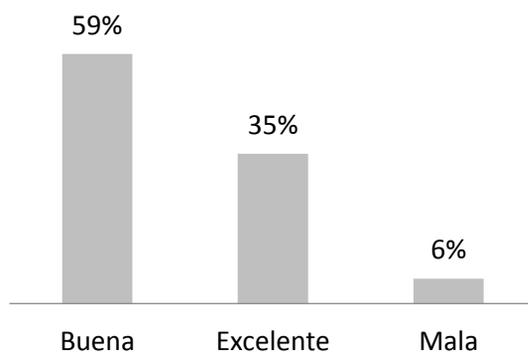


La muestra obtenida posee representatividad. De los 71 establecimientos inscritos en el Galápagos Travel Roadshow e-Edition se obtuvo un total de 51 encuestas.



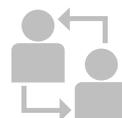


## Calificación de la conexión durante el evento

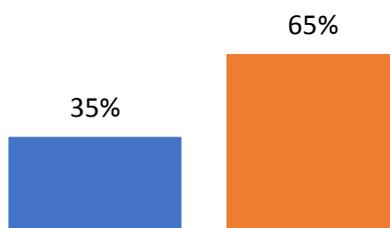


30 participantes califican la conexión del evento como buena, 18 de excelente y 3 de mala.

## Calificación de la metodología de citas del evento



■ Buena ■ Excelente

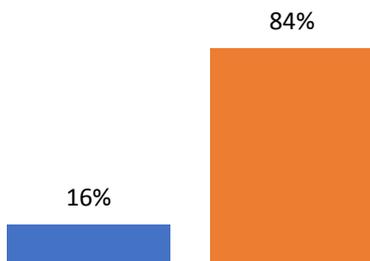


33 establecimientos calificaron la metodología de citas como excelente; mientras que 18 de buena. Ninguno de mala.

## Nivel de satisfacción con el evento en general



■ Medianamente satisfecho ■ Satisfecho

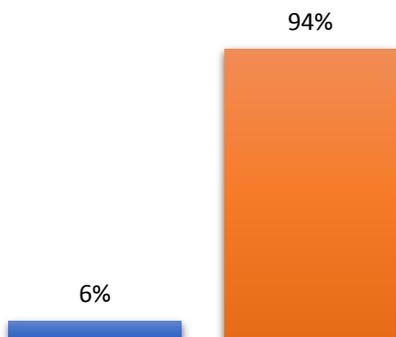


43 indicaron que están satisfechos con el evento; mientras que 8 medianamente satisfechos. Ninguno de insatisfecho.

## Utilidad del directorio de contactos proporcionado por el Mintur

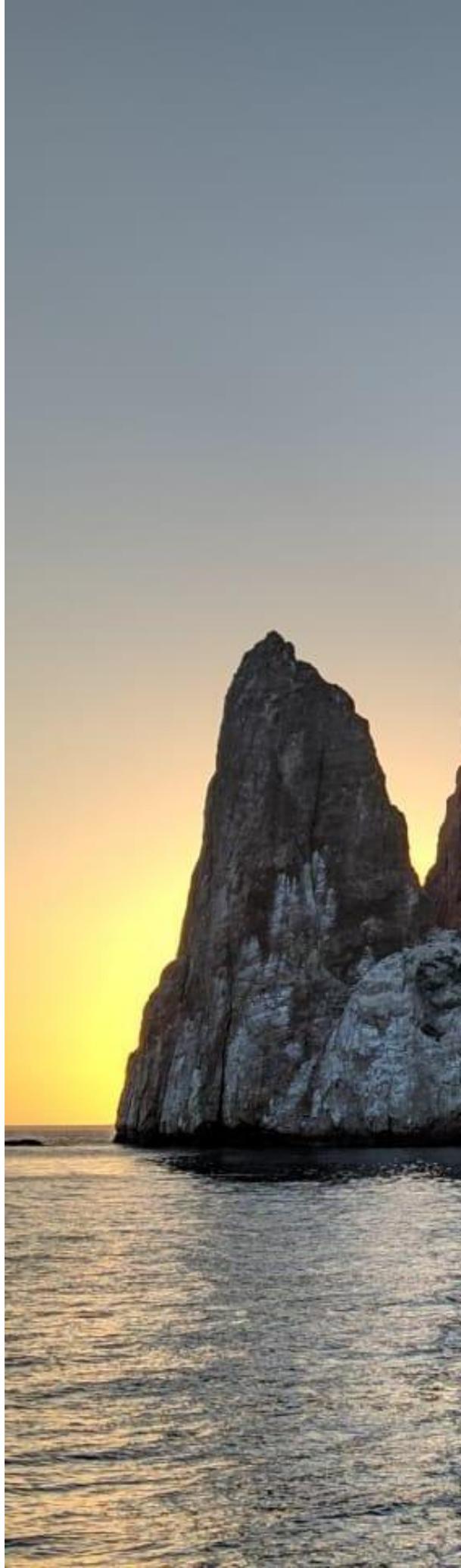


■ No ■ Sí



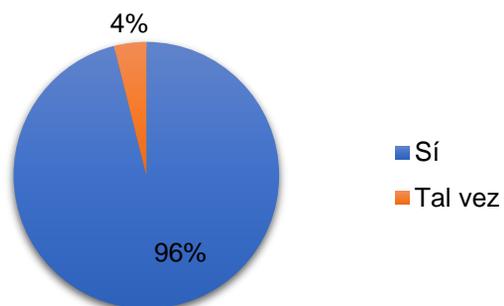
48 indicaron que el directorio de contactos fue útil mientras que para 3\* no fue útil.

\*Entre los comentarios al directorio se destacan que la información era muy escasa y se debía incluir contactos de propietarios de embarcaciones, hoteles.





## Intención de participación en las próximas ediciones



49 participantes mencionan que si participarían en las próximas ediciones del Galápagos Travel Roadshow; mientras que 4 tal vez lo harían. Ninguno mencionó que no lo harían.

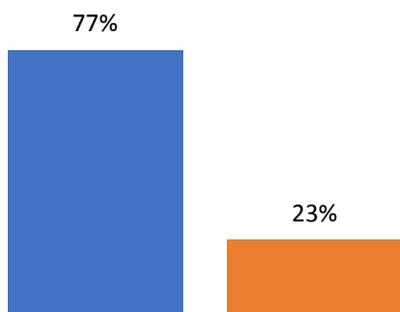


# Resultados de encuestas a compradores



## Calificación de las ponencias de las agencias de Galápagos

■ Muy interesantes    ■ Poco interesantes



17 empresas de Ecuador continental calificaron las exposiciones de las agencias de Galápagos como "Muy interesantes", 5 como "Poco interesantes".

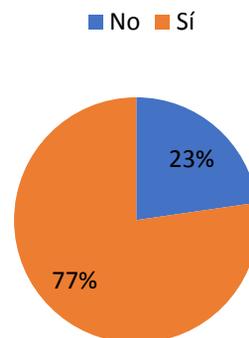


## Oportunidades de mejora en las ponencias

- ✓ La mayoría de agencias presentó mucho interés, apertura y estuvieron preparados adecuadamente.
- ✓ En general fueron claras, concisas, pero tal vez requerían de unos 5 minutos más.
- ✓ Faltó tiempo para hablar de las políticas de reserva, pago y cancelación.
- ✓ Algunas operadoras tuvieron problemas técnicos.
- ✓ Algunos se dedicaban a leer su presentación que no era muy dinámicas.
- ✓ Tenían productos innovadores.
- ✓ Lo que no me gustó mucho es que cancelaron las reuniones a último momento.
- ✓ Muchas citas por día, 5 hubieran sido suficientes.



## Innovación en la oferta de las agencias de Galápagos



17 empresas mencionaron que SI existe innovación en los servicios turístico, mientras que 5 mencionaron que NO.

### Existe innovación

- Si bien la base de las expediciones son las mismas, es evidente que varias de ellas están buscando innovar y enseñar una nueva faceta de Galápagos en temas de actividades deportivas, culinarias, agroturísticas y de vivencias locales.
- Oferta de turismo comunitario, relación con la comunidad, etc.
- Muchos operadores ofrecen experiencias con la comunidad, lo cual es muy interesante para el mercado extranjero.
- Más contacto con la gente local, visita de las plantaciones de café, talleres, clases de cocina, caminata al volcán Trillizo en Isabela.
- Algunos productos innovadores como el SUP.
- Si hay cambios al presentar productos que están relacionados con el turismo vivencial.
- Encontré nueva oferta que aún no se promociona.

### No hay innovación

- No hay claridad de como va a operar Galápagos post pandemia.

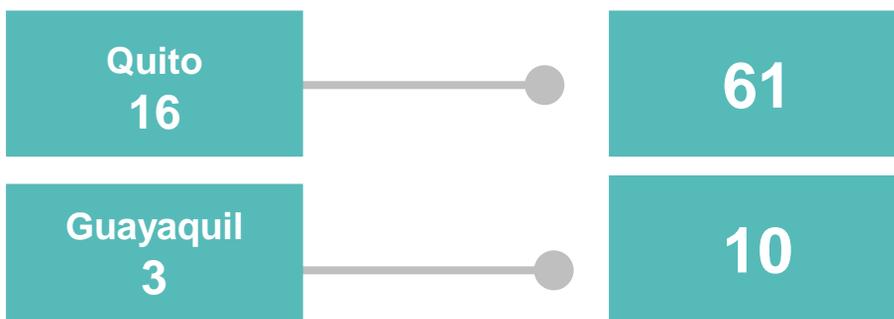


## Número de empresas con las que establecerán alianzas



**Operadoras Ecuador  
continental**

**Número de futuras  
alianzas**



De acuerdo a las citas mantenidas con las agencias de Galápagos, 19 empresas de Ecuador continental consideran que lograrán establecer 71 alianzas estratégicas.

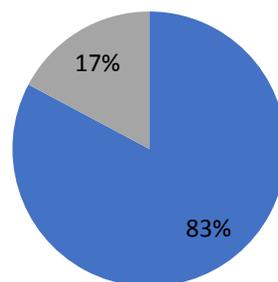


# Resultados de encuestas a vendedores



## Cómo califican a la audiencia que recibió la información

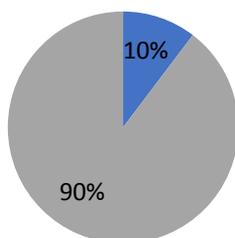
■ Muy activa ■ Poco activa



24 empresas mencionaron que su audiencia fue muy activa mientras que 5 mencionaron que fue poco activa.

## Cómo califican el acompañamiento técnico del Mintur durante el evento

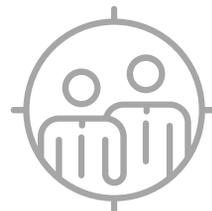
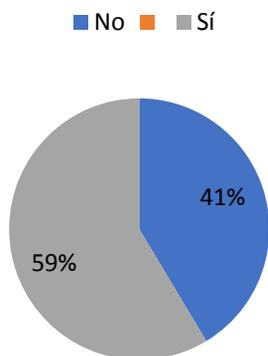
■ Bueno ■ Excelente



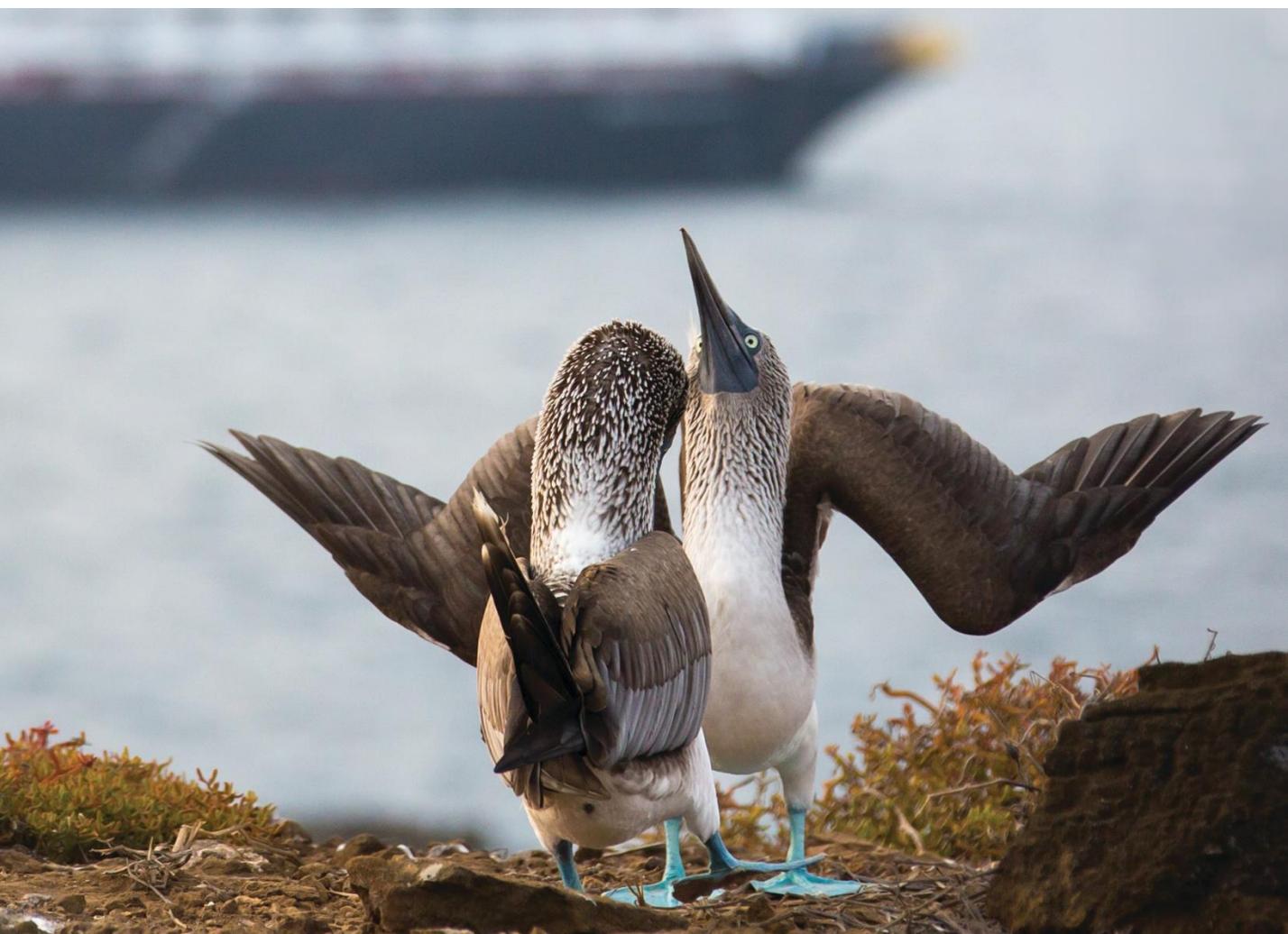
26 empresas calificaron en acompañamiento del Mintur como excelente, 3 como bueno y ninguno como malo.



## Agencias de Galápagos lograron establecer alianzas



17 agencias de Galápagos si lograrán alianzas con operadoras de Ecuador continental mientras que 12 no.



## Número de empresas con las que establecerán alianzas



**Número de  
Operadoras con  
alianzas**

Isabela  
6

San Cristóbal  
3

Santa Cruz  
5



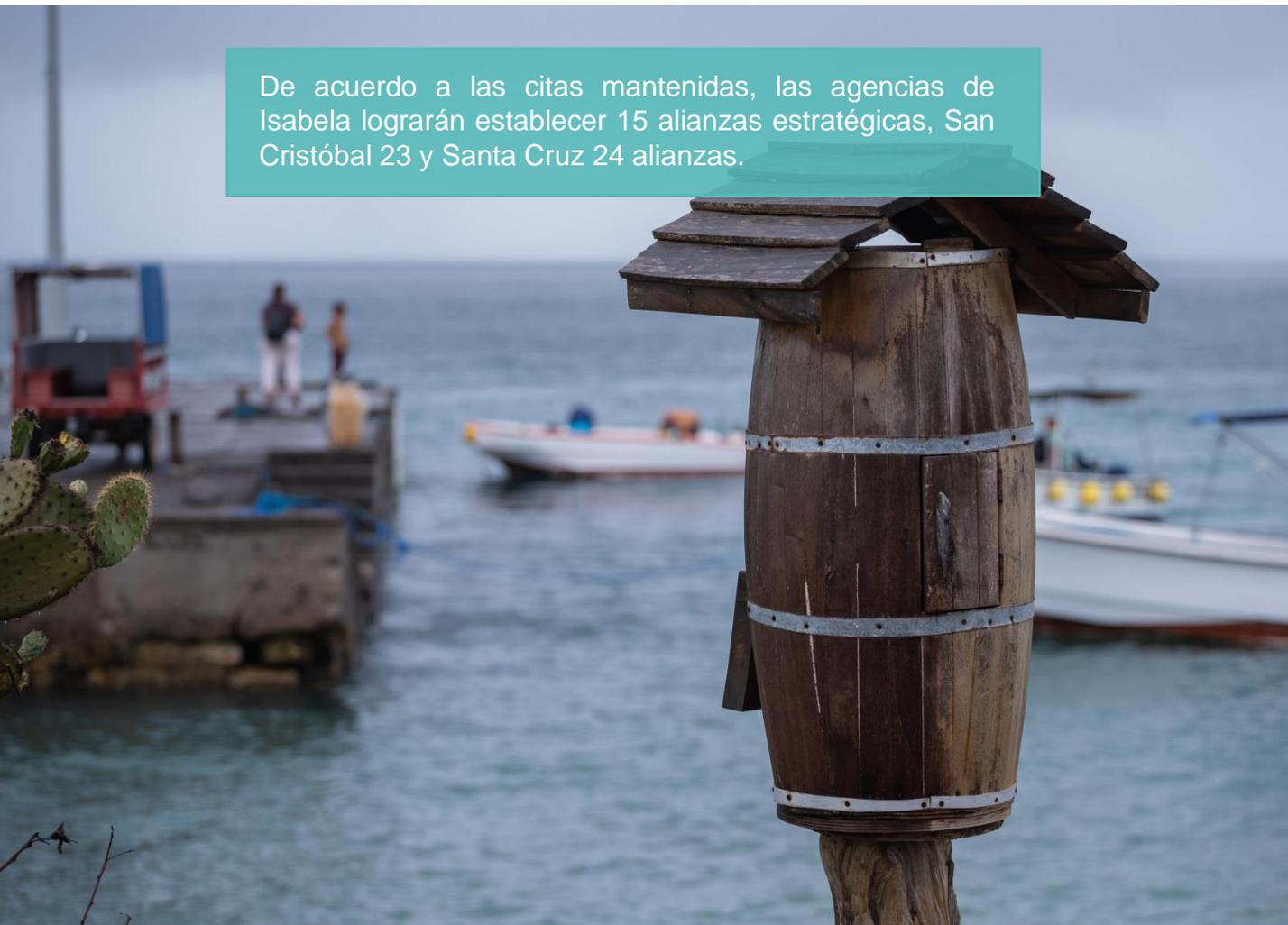
**Número de alianzas**

15

23

24

De acuerdo a las citas mantenidas, las agencias de Isabela lograrán establecer 15 alianzas estratégicas, San Cristóbal 23 y Santa Cruz 24 alianzas.





# Galápagos

Travel Roadshow

e-Edition

2020