

8 de noviembre de 2023

Sr. Rafael Quesada Alvarado

Jefe, Departamento de Publicidad e Investigación

INFORME DE LABORES DEL FUNCIONARIO LUIS EDUARDO MADRIGAL CALVO

COORDINADOR SUBPROCESO INVESTIGACION

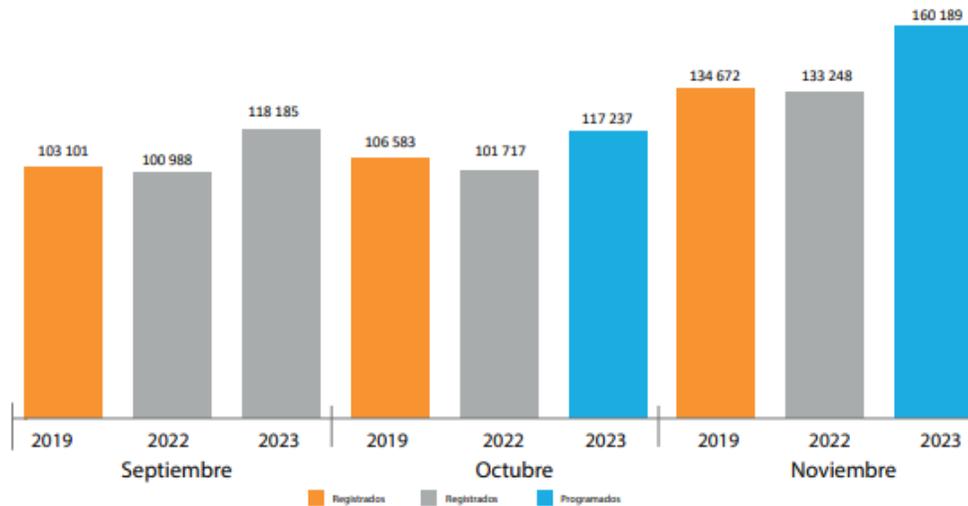
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD E INVESTIGACIÓN.

Procesamiento y análisis de datos estadísticos: mediante el uso de plataformas o suscripciones a bases de datos especializadas en comercialización aérea, los ejecutivos estadísticos del Subproceso proceden mensualmente, salvo alguna petición particular a obtener los datos de asientos aéreos que conforman la oferta de conexión aérea directa entre los mercados emisores principales de turistas y Costa Rica. Las cifras de asientos se clasifican por mercados, aerolíneas y se obtienen además las frecuencias y los horarios.

Como coordinador me ha correspondido definir cuáles son los procesamientos que interesan, orientar, dirigir el análisis y sacar conclusiones que se obtienen de las capturas de datos. Los análisis de datos y su respectiva correlación con otras variables como las llegadas de turistas permiten valorar la situación del turismo y brindar insumos para la toma de decisiones a las jefaturas y jercas de la Institución.



La presentación apropiada de los datos mediante la utilización de cuadros y gráficos estadísticos han permitido a la Dirección de Mercadeo y a la Unidad de Atracción de Inversiones desarrollar estrategias para el desarrollo de rutas aéreas, atracción de aerolíneas y convenios cooperativos con empresas mayoristas y líneas aéreas.



FUENTE: ICT a partir de OAG; datos de 1999 a jul-2022; update 03-jul-2022. Forwardkeys; datos ago-2022 a ago-2023; update 04-sep-2023. Aeris; datos sep-2023 a dic-2023 update 03-oct-2023. Estados Unidos

Estudio de imagen y posicionamiento de Costa Rica en la post pandemia:

En abril de 2023 , el Instituto Costarricense de Turismo recibió de manos de la empresa consultora española Two Much Research Studio los resultados de la segunda edición de la investigación denominada Estudio de Imagen y Posicionamiento de Costa Rica como destino turístico en la post pandemia. Se trata de una investigación de corte cualitativa y cuantitativa, donde se analizan 7 mercados de interés. La coordinación y administración del contrato con la empresa estuvo a cargo en su totalidad de quien suscribe este informe de labores.

Universo de esta investigación.

Esta investigación se ha llevado a cabo en siete países: Canadá, Estados Unidos, México, Reino Unido, Alemania, Francia y España.

El universo está compuesto por personas con las siguientes características:

- Hombres y mujeres de entre 25 a 75 años.
- En Canadá, Estados Unidos y México, viajeros que han hecho viajes de vacaciones fuera de su país, de más de siete días duración, entre 2012 y la actualidad.
- En Reino Unido, Francia, Alemania y España, en ese mismo período han hecho viajes de vacaciones de más de diez días, fuera de Europa y las Islas Británicas.

Etapas de la investigación.

Se han realizado dos etapas:

Fase cualitativa (noviembre 2022 a enero 2023):

Un total de 480 entrevistas mediante respondario online semi-estructurado con varias preguntas abiertas, con una duración promedio de quince minutos.

Se han realizado 120 entrevistas en Estados Unidos y 60 entrevistas en cada uno de los demás países. El objetivo de esta fase ha sido extraer los conceptos clave para construir el respondario de la siguiente fase, la cuantitativa.

Fase cuantitativa (febrero a mayo 2023):

Un total de 4.859 entrevistas mediante respondario online estructurado de preguntas cerradas, con una sola pregunta abierta.

El análisis que presentamos en este informe de resultados se basa en los datos obtenidos durante esta fase cuantitativa, la cual recoge lo hallado en la fase cualitativa, pues esta fue la inspiración para redactar las preguntas del respondario empleado.

La investigación, por su naturaleza, única y pionera en el sector turismo de Costa Rica conduce a hallazgos muy relevantes que llevan a los tomadores de decisión a repensar en cuál es el posicionamiento de Costa Rica como destino turístico, esto tiene que ver con elementos que conforman y personalizan la marca Costa Rica e indaga a profundidad en un público meta al que se le ha llamado “los quetzales”. Según los investigadores Luis y Pepa Barral:



¿Quién es el viajero más afín a Costa Rica?

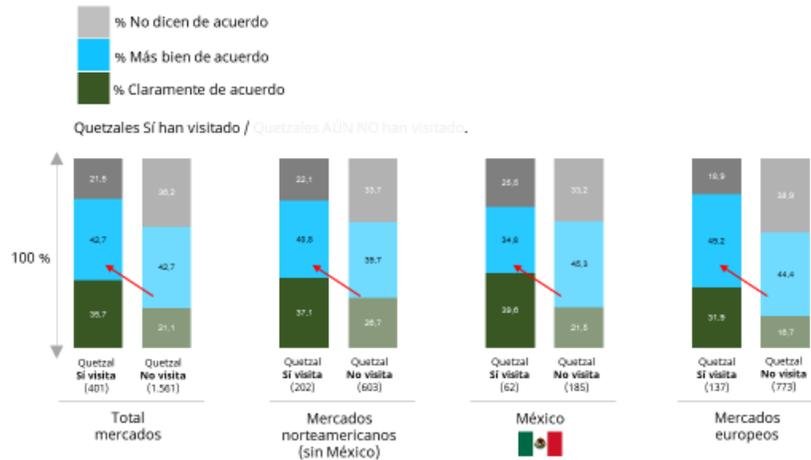
El segmento de público que llamamos “Quetzales”.

Aunque pueden sobrevivir en hábitats menos intactos, su salud y su capacidad para reproducirse con éxito están estrechamente relacionadas con la conservación de sus hábitats naturales.

Es un ser vivo que necesita vivir en espacios singulares singularmente bien conservados.

En el tema de las percepciones de “los quetzales” sobre diferentes tópicos de Costa Rica , la investigación reveló que las percepciones positivas son superiores en la mayoría de las veces cuando se comparan los estudios del 2018 y 2023 , y aún más interesante que “los quetzales” que han visitado el País tienen una mejor percepción que los quetzales que aún no lo han hecho. Un ejemplo es el polémico caso de la seguridad, al respecto se obtuvieron los siguientes resultados:

“Es seguro para el visitante, se puede recorrer sin miedo”.



Estudio de los mejores prospectos (“best prospects”) de Canadá, edición 2023:

Canadá es el segundo mercado más importante para Costa Rica por la generación de turistas y consecuentemente de divisas para la economía nacional.

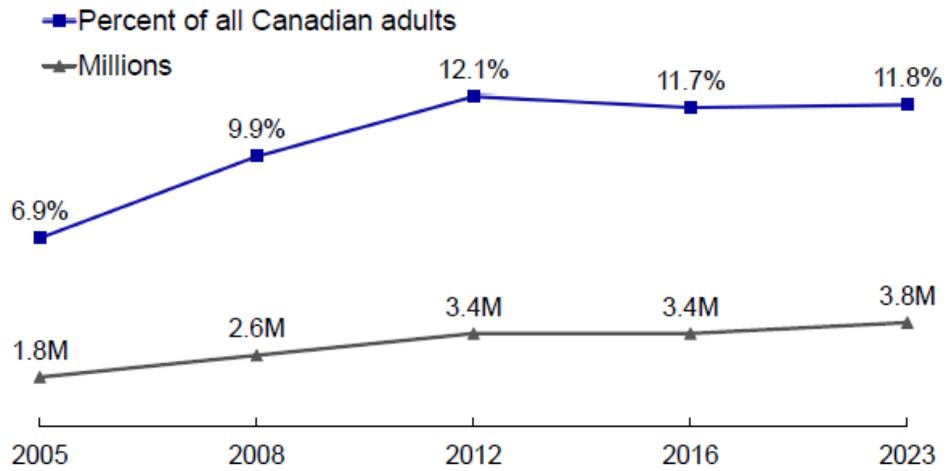
Generar información actualizada de este mercado es responsabilidad del Subproceso de Investigación, el cual el suscrito coordina. Esto significa que correspondió elaborar los términos de referencia para la contratación de la suscripción al estudio tipo ómnibus que es propiedad de la empresa estadounidense TravelStyles LLC, radicada en Palo Alto , California. Igualmente correspondió darle seguimiento y administrar esta contratación.

El estudio tiene dos bondades que son vitales para realizar acciones de mercadeo más que justificadas. Por un lado, el tamaño potencial del mercado canadiense de los mejores prospectos que a pesar de la pandemia aumentó a 3.8 millones de canadienses.

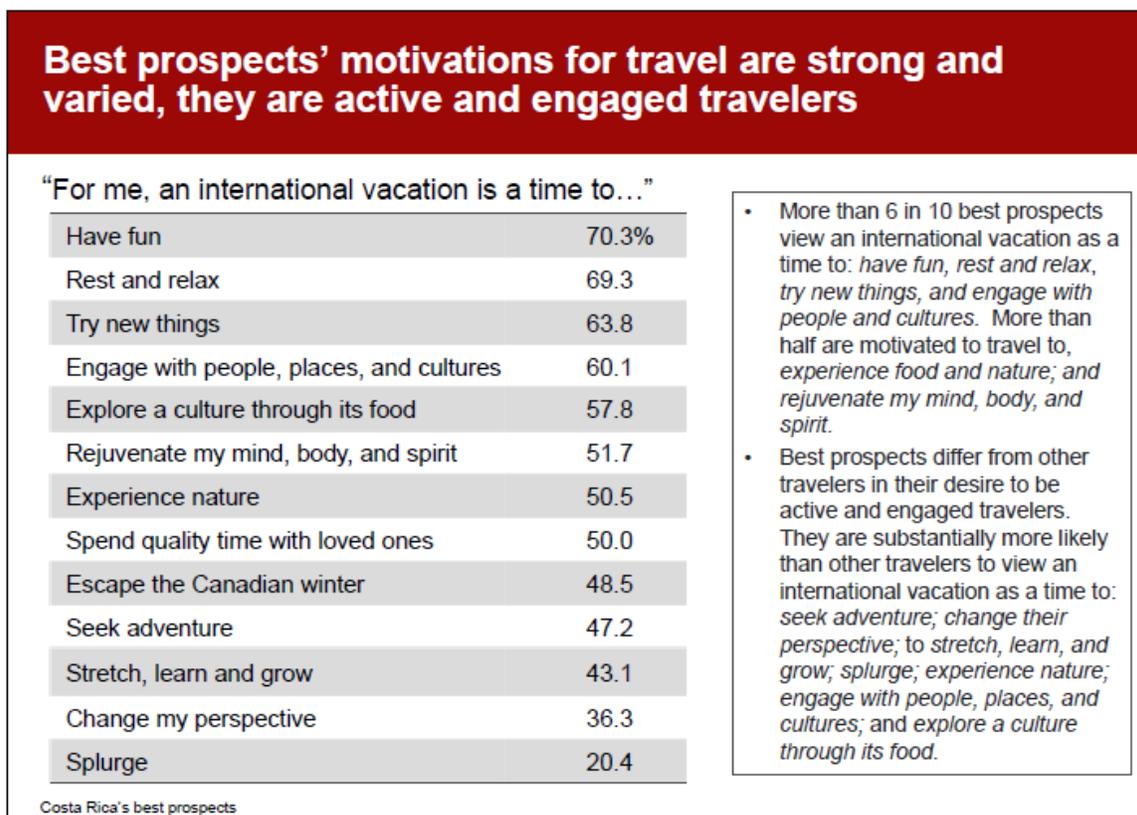
Si se relaciona matemáticamente el número de llegadas de canadienses con el tamaño de los mejores prospectos, se sabe que existe una altísima posibilidad de crecimiento de este mercado norteamericano que deberá venir acompañado de acciones de mercadeo y desarrollo de rutas aéreas.

Costa Rica's potential market grew despite the contraction in the Canadian international pleasure travel market

Costa Rica's best prospects



El otro tema relevante es que el estudio permite conocer el perfil psico demográfico de este mercado, las motivaciones de viaje, intereses, comportamiento en la planificación y realización de los viajes entre otras variables.



Estudios de incidencia de las vacaciones y hábitos vacacionales de los costarricenses:

El mercado interno, como en la mayoría de los países que son destinos turísticos importantes, caso de México, Estados Unidos, España y por supuesto Costa Rica forma parte del “ecosistema” turístico, es decir, la colaboración del turismo interno a la economía nacional es relevante.

En el ICT existen objetivos estratégicos y acciones de mercadeo y desarrollo turístico que buscan impulsar el crecimiento de este público meta. Por este motivo se realizan campañas de publicidad, acciones de relaciones públicas, ferias turísticas, desarrollo de producto y coordinación con otras instancias para la capacitación del recurso humano en turismo.

En lo que respecta al Subproceso de Investigación y al quehacer del suscrito, las investigaciones estadísticas cuantitativas y cualitativas para medir la incidencia de las vacaciones de los costarricenses y los estudios de hábitos vacacionales han sido el objetivo en este año 2023.

Para ello , el equipo de Investigación y el suscrito hemos trabajado en un pliego de condiciones (cartel) para lograr la contratación de una empresa que cumpla con los más altos estándares en investigación estadística utilizando muestreo probabilístico, hubo que realizar el contrato dos veces porque en la primera ocasión fue declarado infructuoso.

En la segunda oportunidad, se logró adjudicar a una empresa costarricense que cumplió con lo requerido y el trabajo dio inicio en el último cuatrimestre del 2023. En los últimos meses, el suscrito ha liderado el proceso de revisión de instrumentos de medición, compra y selección de la muestra al INEC, manuales del entrevistador, supervisor. El trabajo de campo está previsto para arrancar en enero del 2024 y los resultados finales de ambas investigaciones en mayo-junio del próximo año.

Presentaciones internas y al sector privado.

Divulgar la información estadística producto de investigaciones propias y contratadas ha sido una constante durante los años como coordinador del Subproceso de Investigación. En el presente 2023 el suscrito ha participado en presentaciones dirigidas al Comité Mixto de Mercadeo , a las agencias de publicidad Publimark y relaciones públicas Porter Novelli.

Entre las más importantes quiero destacar mi participación activa ante FUTUROPA y el grupo PROIMAGEN donde compartí los últimos datos del mercado de los Estados Unidos, igualmente colaboré con la plataforma ICT CAPACITA en el mismo tema.

Cordialmente

MBA. Luis Madrigal Calvo

Coordinador Subproceso Investigación

Departamento de Publicidad e Investigación

Presentaciones de diferentes temas de investigación al interno y externo del ICT: