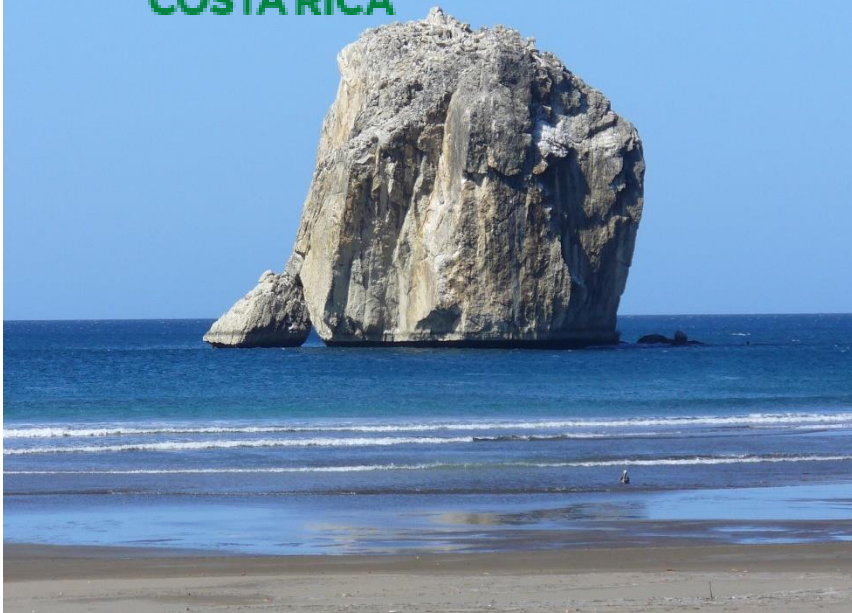
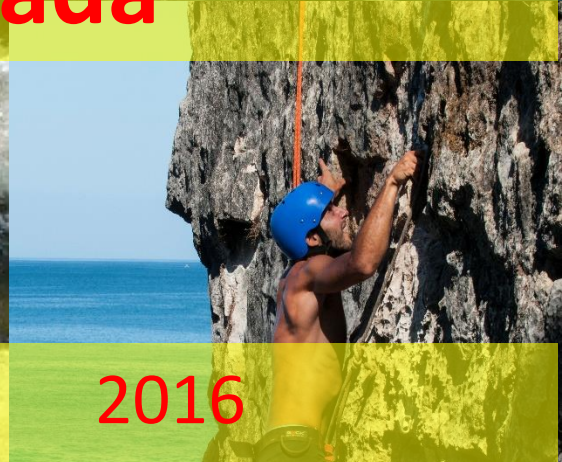


essential
COSTA RICA



Mejores Prospectos de Canadá



2016



¿Qué vamos a presentar?

- Ficha Técnica del Estudio
- Características del Mercado
 - Evolución
 - Provincias de residencia
 - Perfil Demográfico
- Perfil Sicográfico
- Medios y Herramientas Digitales
- Características del Viaje más reciente
- Imagen de Costa Rica
- Sostenibilidad

Ficha Técnica

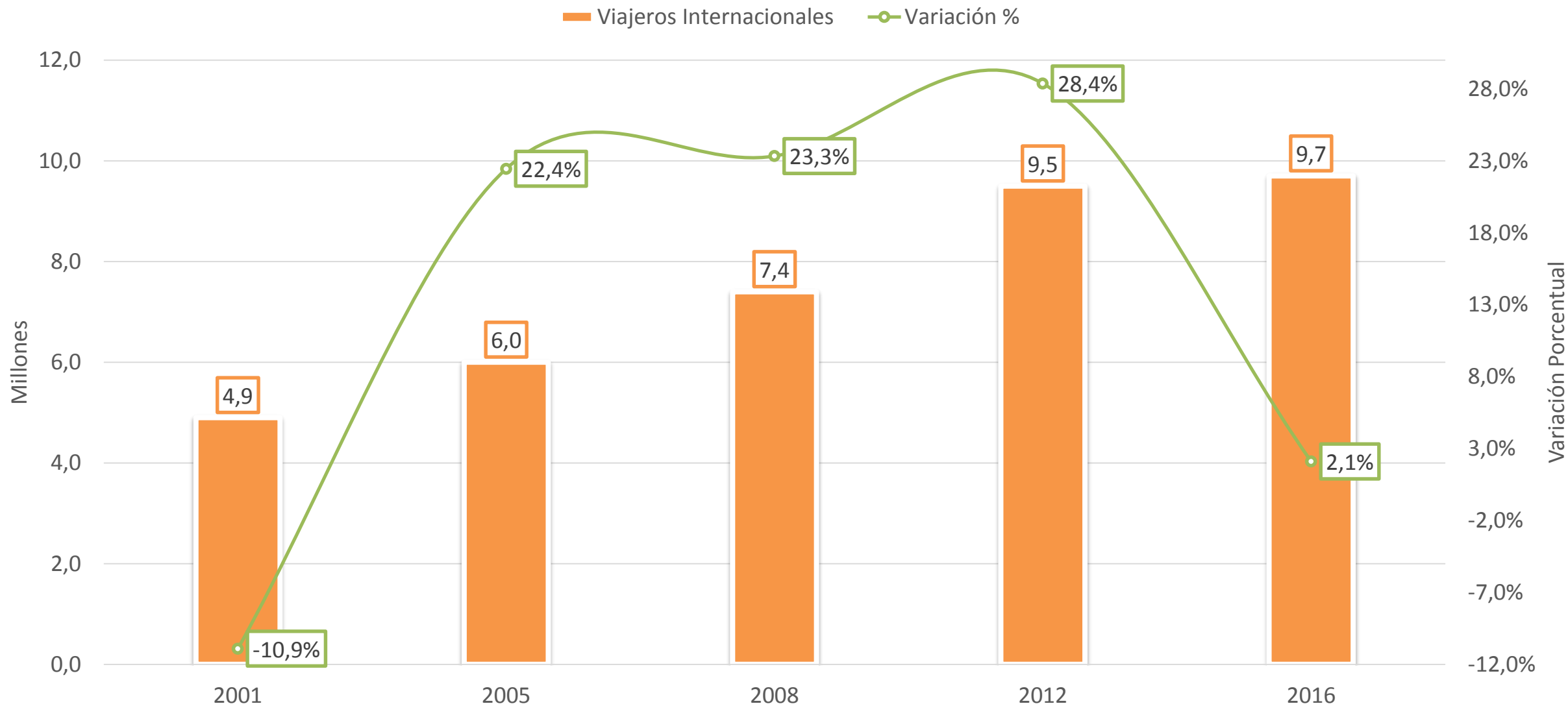
- *Canadians as International Travelers* es una investigación perteneciente a la serie *TravelStyles* sobre el mercado de viajes al exterior de Canadá, realizado por la empresa Menlo Consulting Group desde 1987 hasta 2009. A partir del 2011, la empresa TravelStyles LLC asume la ejecución de esta investigación .
- Metodología de dos fases:
 - Encuesta filtro:
 - Identificar las personas que viajaron fuera de Canadá y más allá de Estados Unidos en los últimos tres años
 - Balanceado por variables censales
 - Encuesta de Seguimiento: a las personas que calificaron en la primera fase.

A partir del 2011, ambas fases se realizaron por medio de encuesta por Internet. Previamente, se empleaba la encuesta por correo postal

Tamaño: 1.048 a 1.417 entrevistados

Viajeros Internacionales: Aquellos que viajaron por motivo de vacación, 5 o más noches fuera de Canadá y más allá de EUA en los últimos 3 años

Número y Variación Porcentual del Número de Viajeros Internacionales de Canadá. 2001-2016



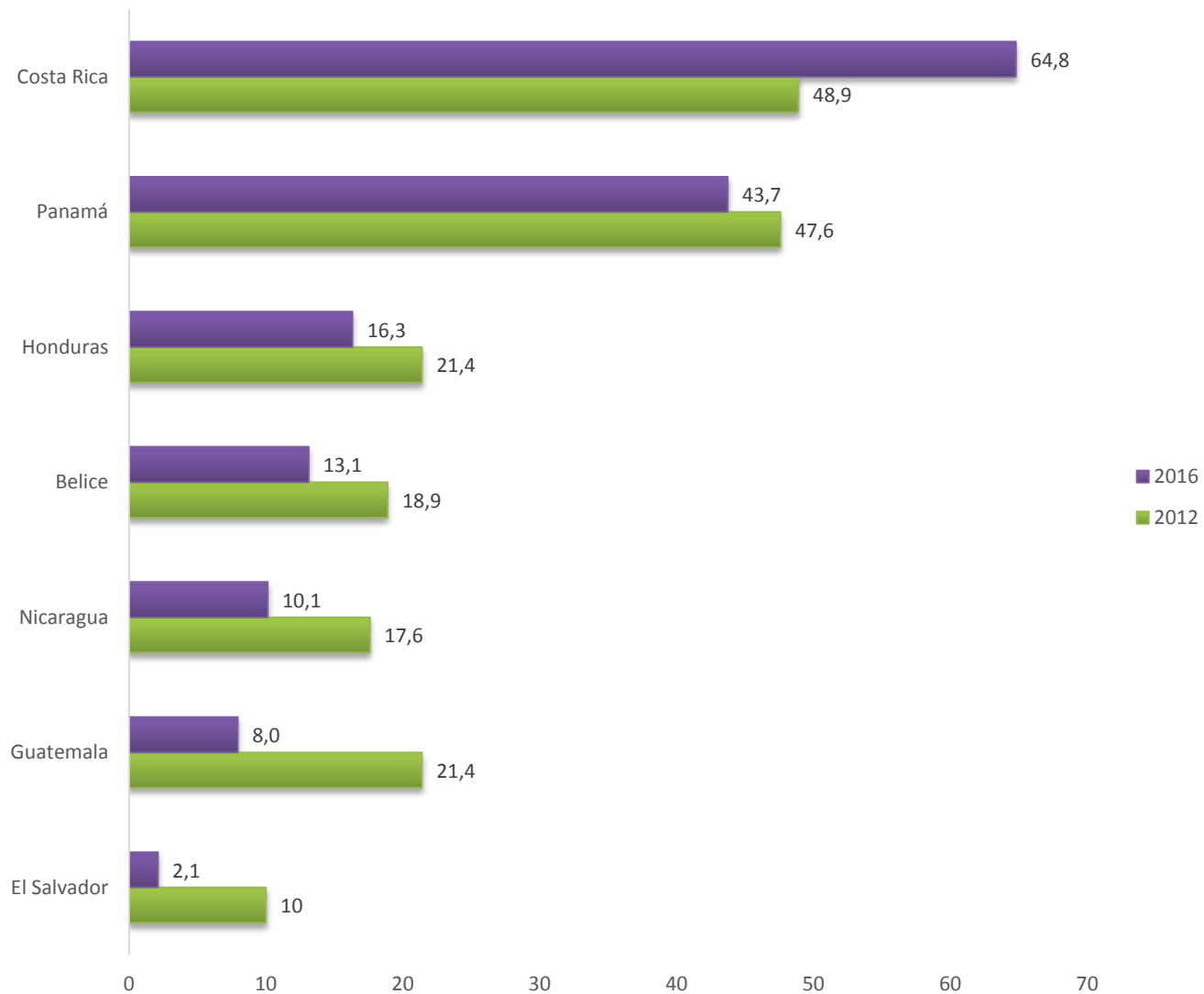
Distribución Porcentual de los Viajeros Internacionales por motivo de placer de Canadá según destino visitado en los últimos tres años . 2005-2016

Destino	Porcentaje			
	2005	2008	2012	2016
Caribe	45,30%	48,30%	47,00%	41,40%
Europa	34,60%	36,30%	37,20%	36,80%
México	30,90%	29,30%	29,40%	26,70%
Hawái	10,60%	9,80%	11,70%	12,90%
Asia	7,30%	9,70%	11,30%	11,90%
América Central	8,40%	8,50%	9,90%	8,60%
Sur América	5,90%	6,60%	6,70%	7,80%
África	3,10%	3,70%	4,90%	4,40%
Medio Oriente	1,80%	2,70%	3,80%	3,40%
Pacífico Sur	7,20%	5,60%	5,50%	1,60%

Viajeros Internacionales de Canadá que visitaron algún destino de Centro América

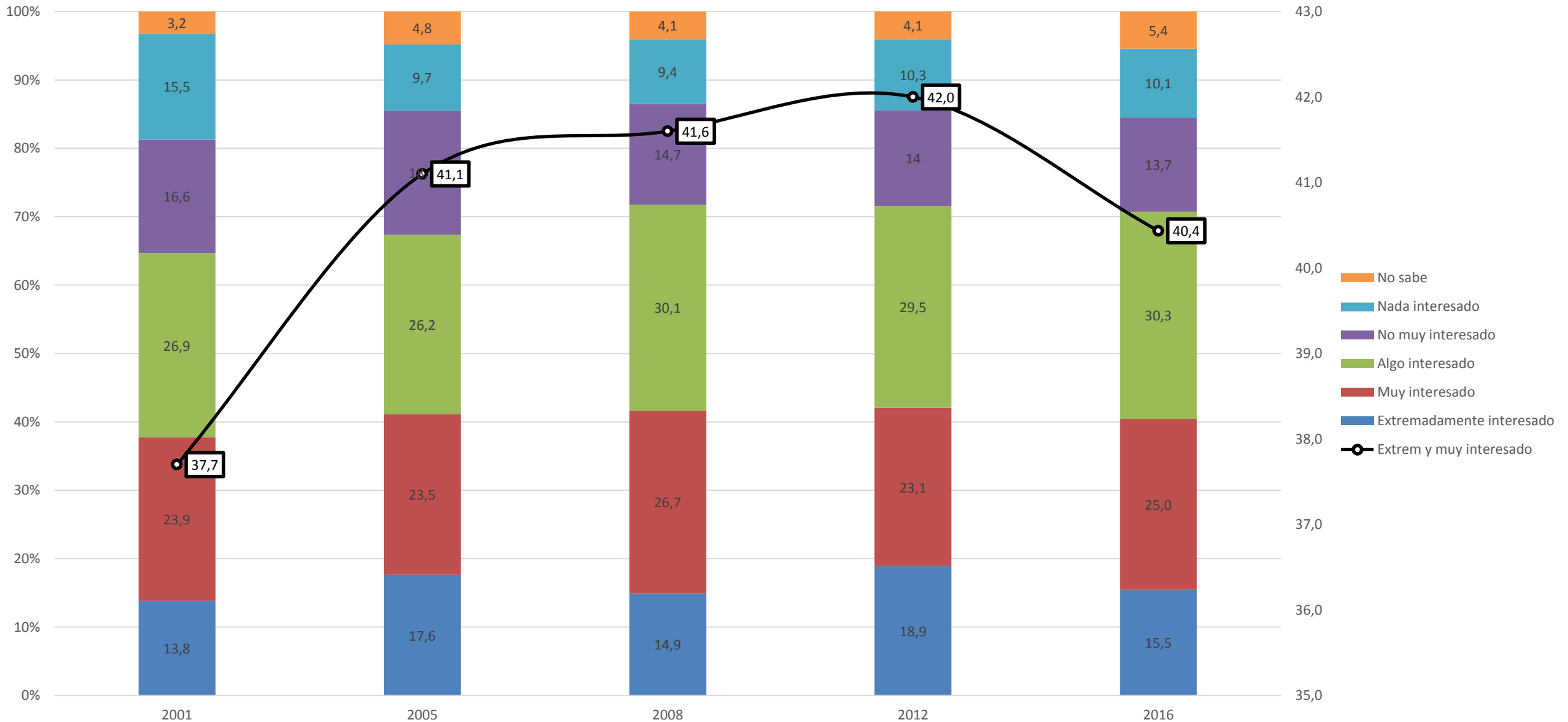
Porcentaje de Viajeros Internacionales de Canadá que visitaron algún destino de Centro América en los últimos tres años según destino.

Porcentajes (RM)



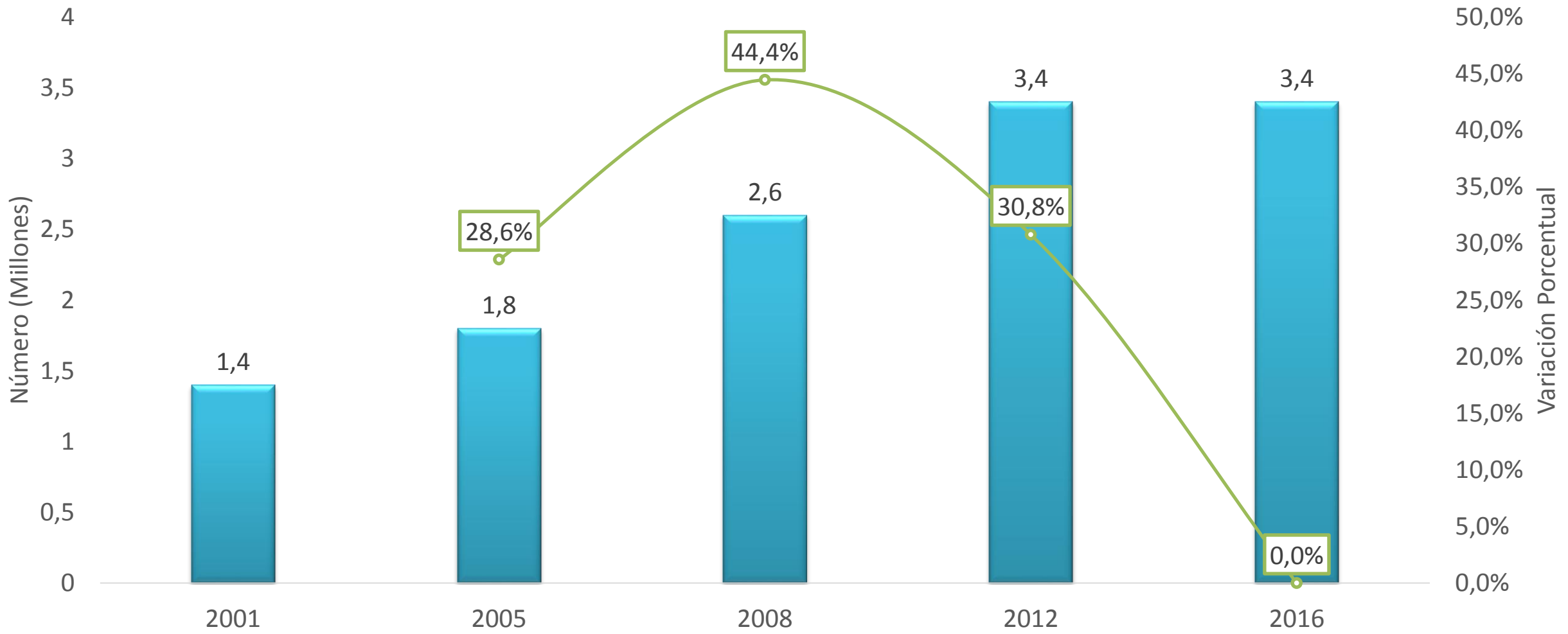
Porcentaje de Viajeros Internacionales por motivo de vacación de Canadá según interés en visitar o visitar Costa Rica. 2001-2016

Porcentaje de Viajeros Internacionales por motivo de vacación de Canadá según interés en visitar o visitar Costa Rica. 2001-2016

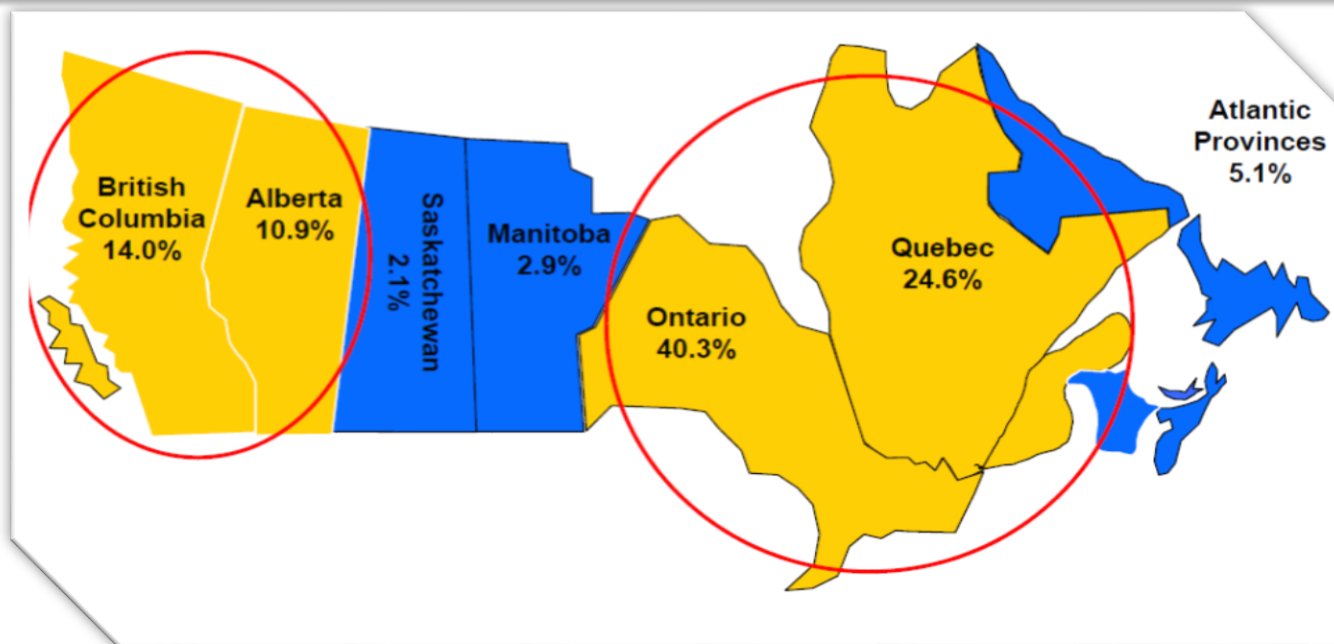


Mejores Prospectos: Viajeros internacionales quienes expresan un gran interés en visitar Costa Rica y tienen intenciones de visitar Centroamérica o Suramérica en algún momento en el futuro

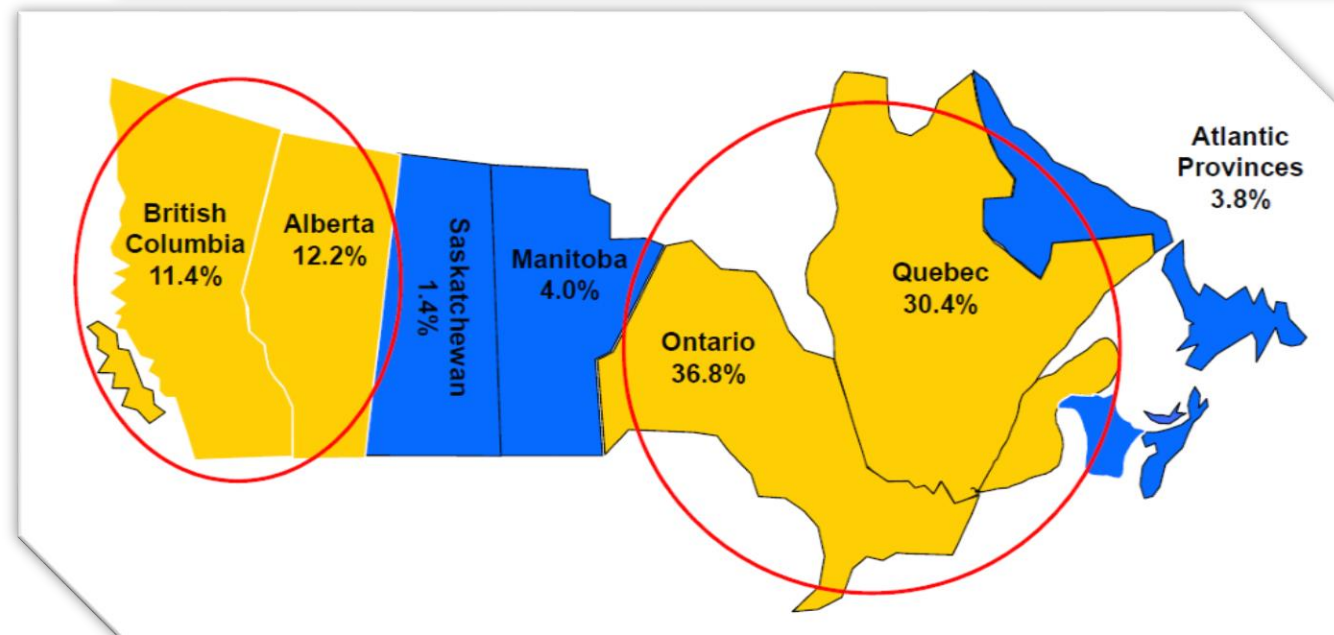
Número de viajeros Mejores Prospectos para Canadá. 2001 - 2016



Provincia de residencia del Mejor Prospecto canadiense, 2016.



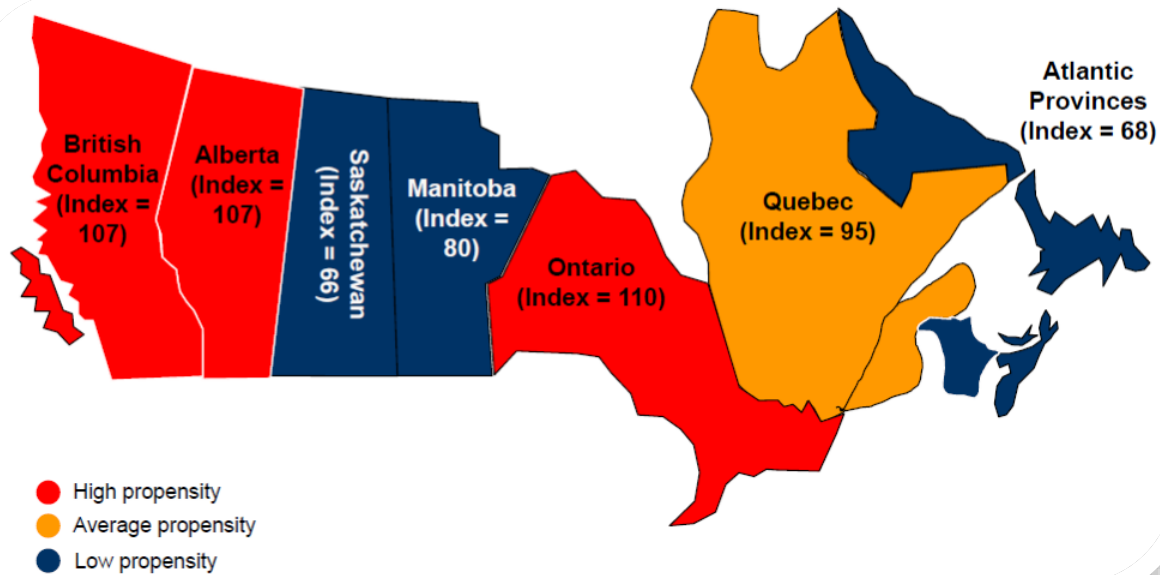
2012



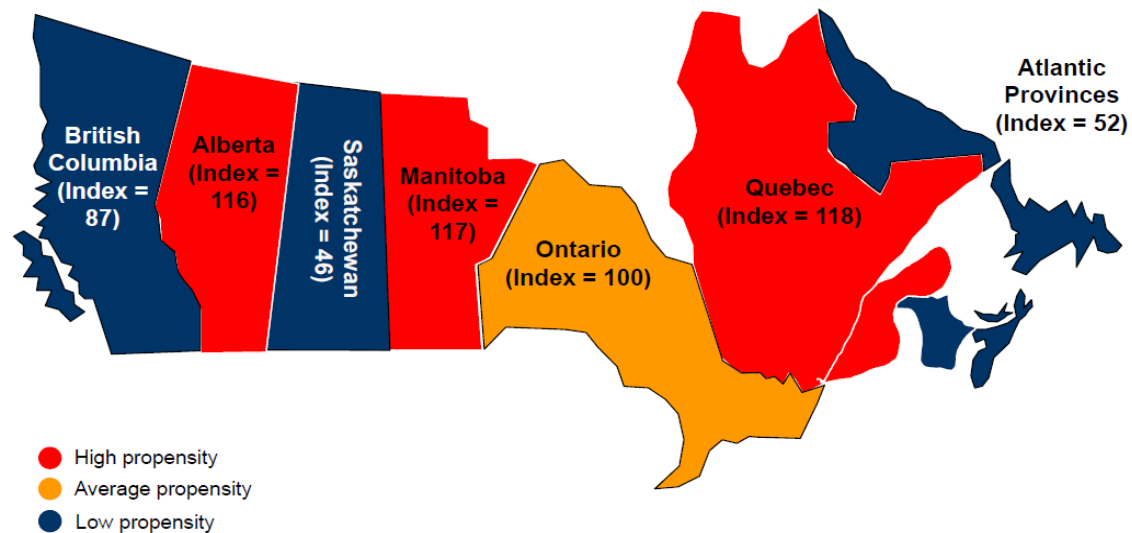
2016

Residen principalmente en Ontario y Quebec, además del oeste canadiense

Índice de Propensión de viajar a Costa Rica, del Mejor Prospecto canadiense.



2012



2016

Distribución Porcentual de los Mejores Prospectos Canadá según Área de Metropolitana de Residencia. 2001-2016

Área Metropolitana	Mejores Prospectos				
	2001	2005	2008	2012	2016
Toronto	28,80%	19,30%	18,00%	12,10%	18,60%
Montreal	22,40%	19,10%	13,10%	12,20%	16,60%
Calgary	2,40%	3,80%	6,10%	5,00%	6,00%
Vancouver	13,60%	9,00%	7,50%	6,10%	5,10%
Edmonton	6,00%	2,60%	5,00%	4,30%	4,40%
Ottawa	3,20%	4,00%	2,80%	3,70%	3,90%
Quebec City	2,40%	3,00%	4,70%	5,50%	3,40%
Hamilton	3,60%	1,70%		3,60%	2,90%
Victoria	3,20%			4,10%	0,90%

Perfil del Mejor Prospecto de Canadá

• Perfil Demográfico

	2001	2005	2008	2012	2016
Edad Promedio	47 años	44 años	48 años	48 años	48 años
Graduado Universitario o más	47%	54%	52%	52%	62%
Estado Civil - Casado	56%	54%	50%	54%	53%
Ingreso promedio anual	\$74.072	\$86.414	\$88.984	\$90.522	\$88.732

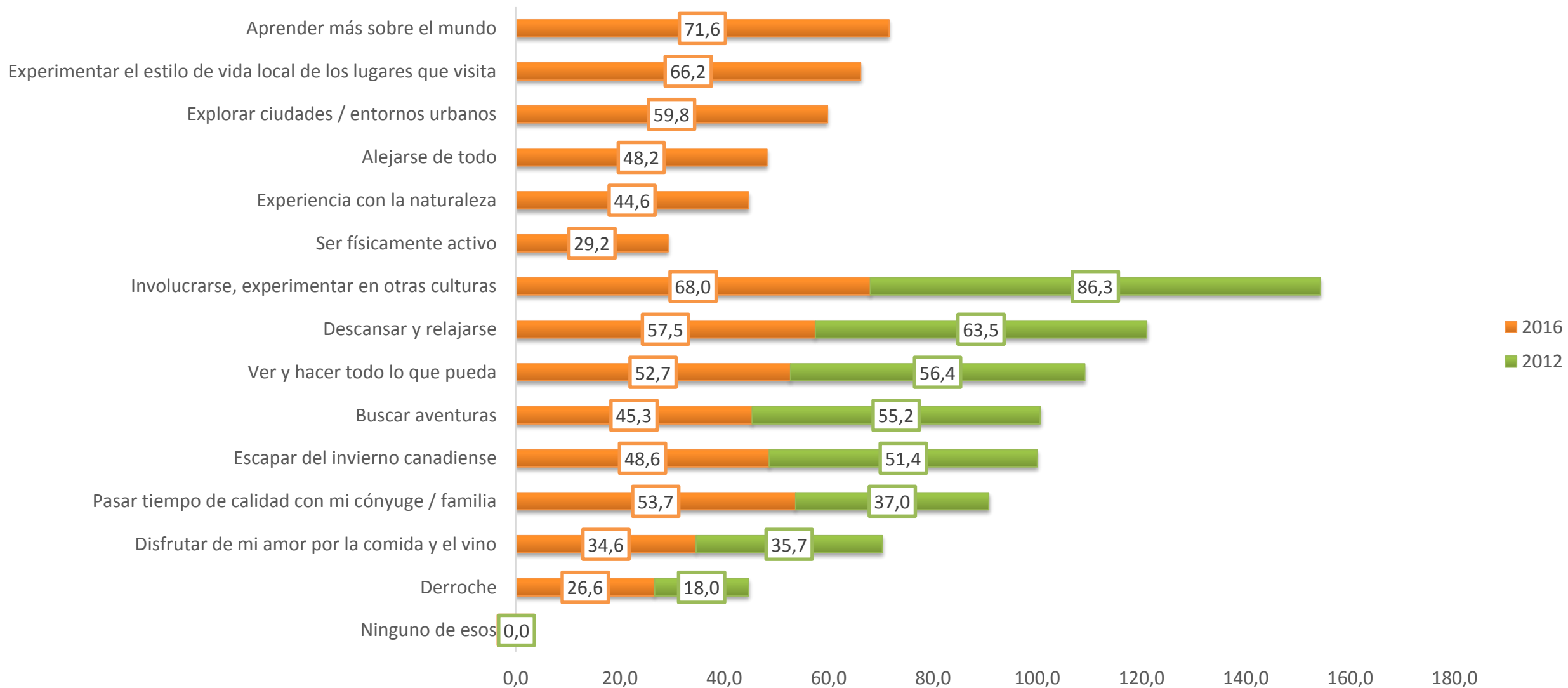
• Arreglo de la Vacación

	2001	2005	2008	2012	2016
Paquete	38,0%	41,6%	37,6%	31,7%	31,3%
Arreglo a la medida	23,6%	27,6%	35,5%	43,6%	23,8%
Espontáneo	27,7%	20,5%	18,3%	14,3%	22,1%
Grupo	10,7%	10,3%	8,7%	10,4%	8,6%

Perfil Sicográfico

Motivaciones de viaje

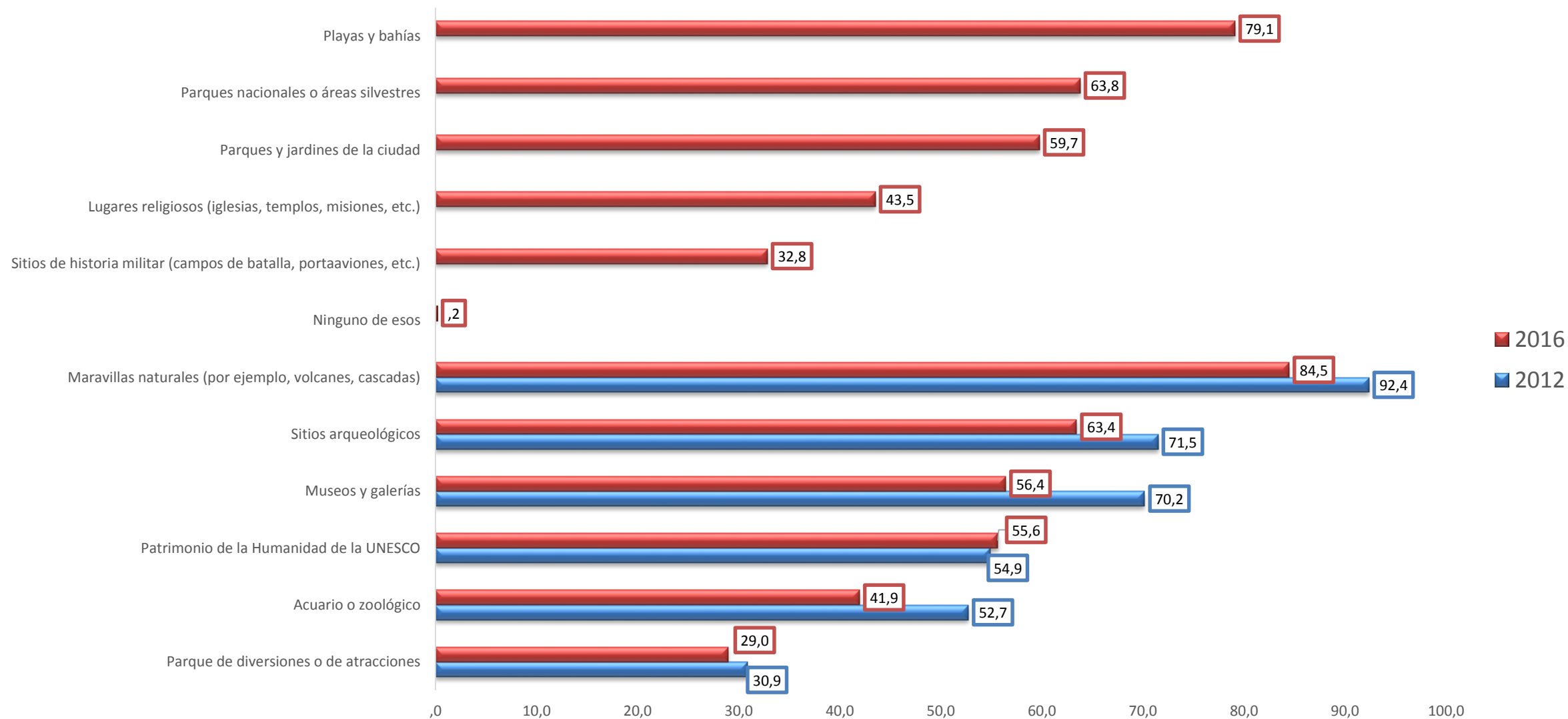
Para mí, unas vacaciones internacionales es un tiempo para ...
Porcentajes (RM)



¿Cuál de las siguientes lugares sería probable que visitara en unas vacaciones internacionales si la actividad fuera apropiada para el lugar que estuviera visitando?

Lugares probables a visitar en unas vacaciones internacionales

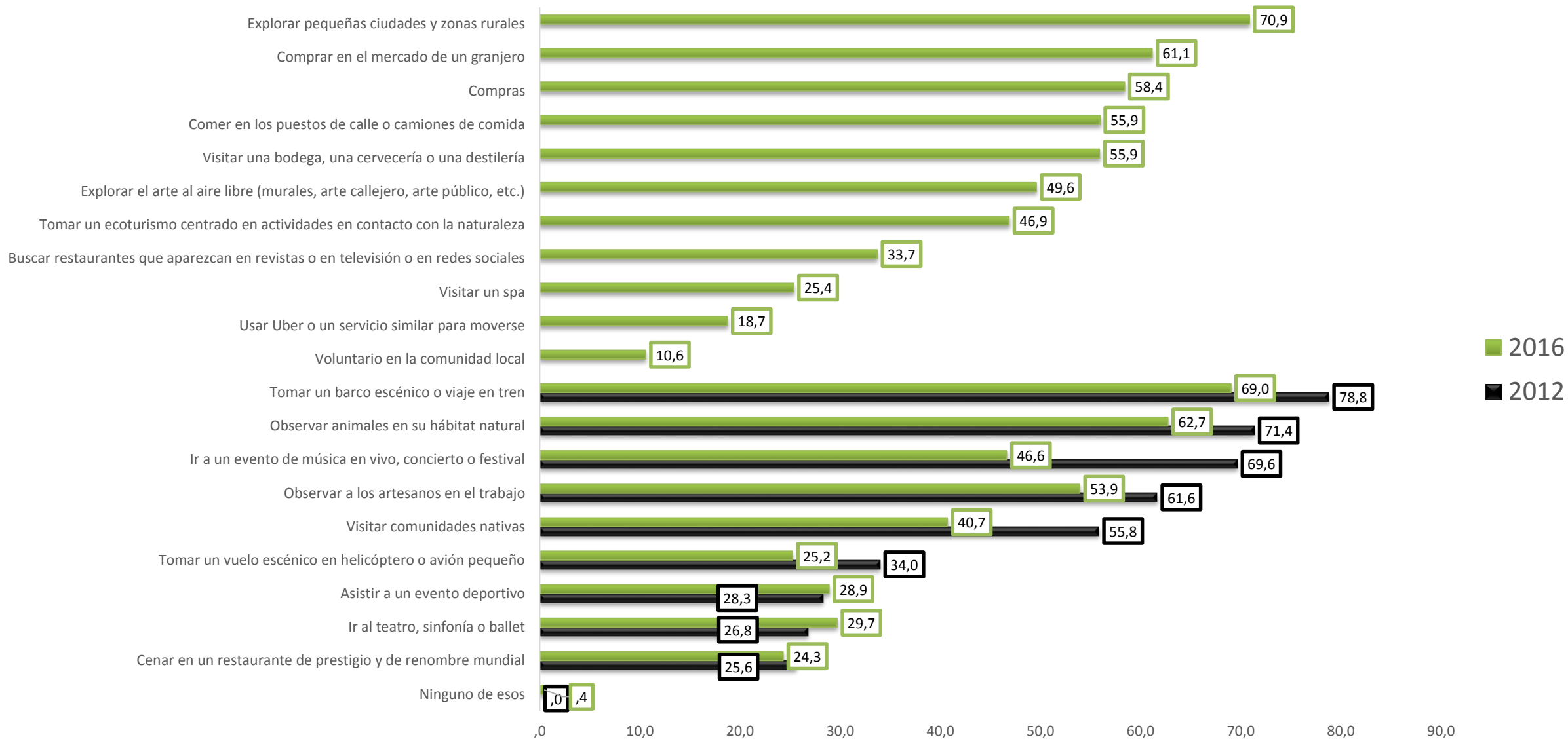
Porcentajes (RM)



Y, ¿cuál de las siguientes actividades sería probable hacer en unas vacaciones internacionales si la actividad fuera apropiada para el lugar que estuviera visitando?

Actividades que probablemente haría en unas vacaciones internacionales

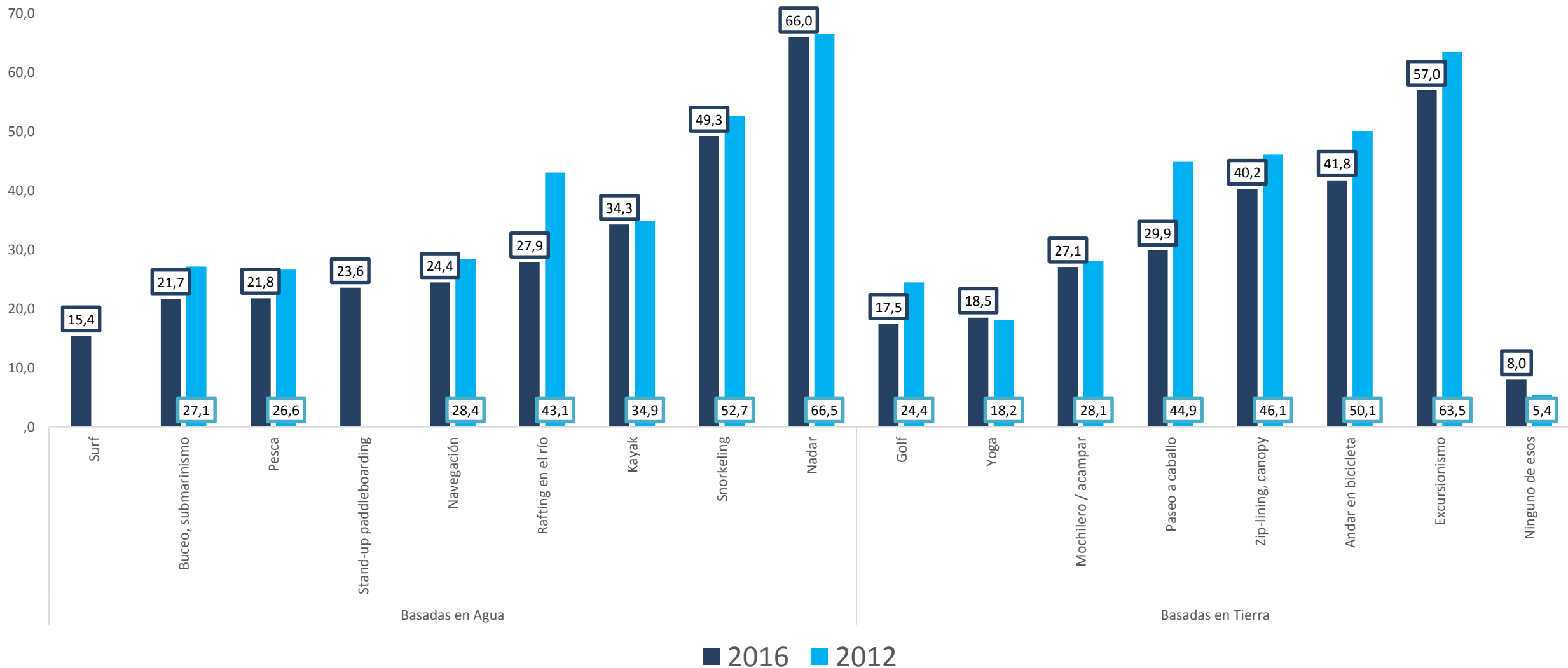
Porcentajes (RM)



¿Cuál de las siguientes actividades sería probable que hiciera en unas vacaciones internacionales si la actividad fuera apropiada para el lugar que estaría visitando?

Actividades que haría en unas vacaciones internacionales.

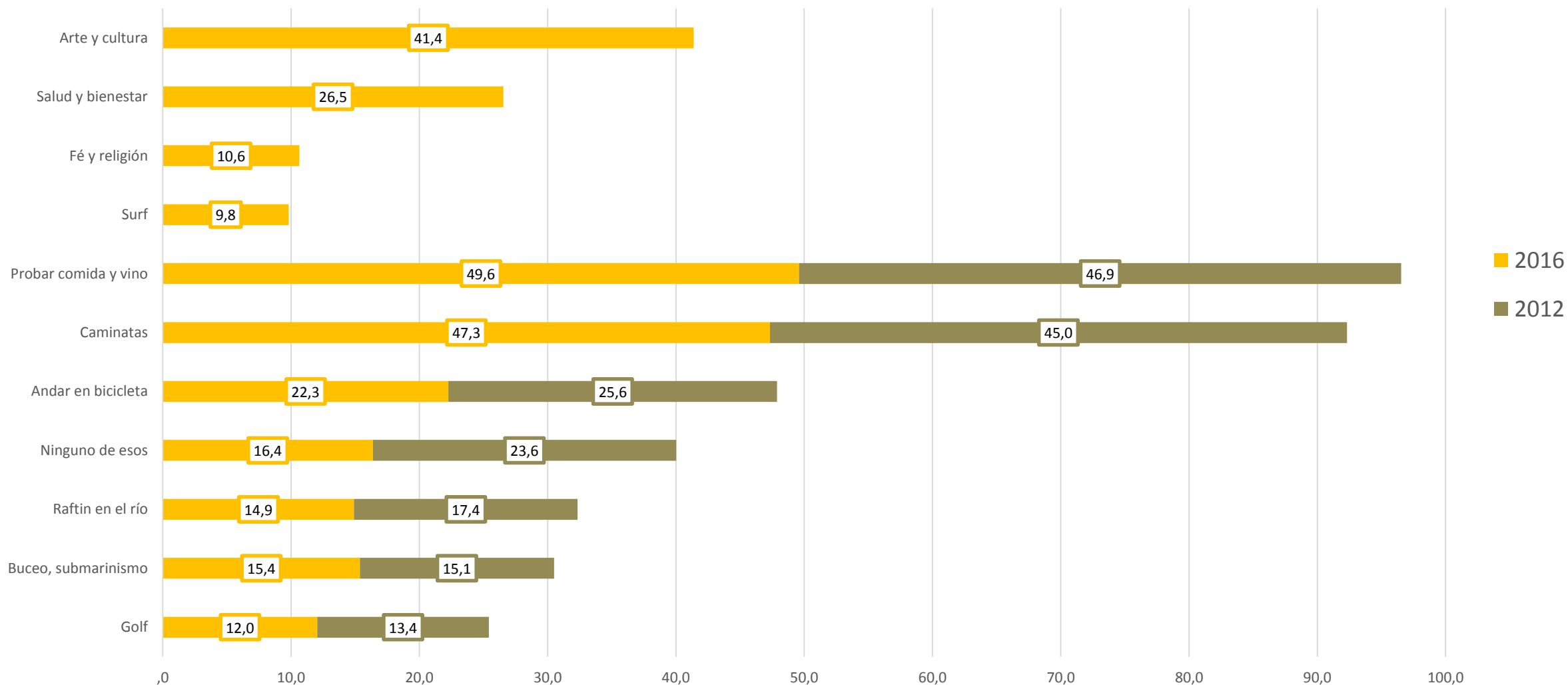
Porcentajes (RM)



¿Sería probable que tome unas vacaciones internacionales de una semana o más enfocadas en cualquiera de las siguientes actividades?

Actividades enfocadas en unas vacaciones internacionales de una semana o más.

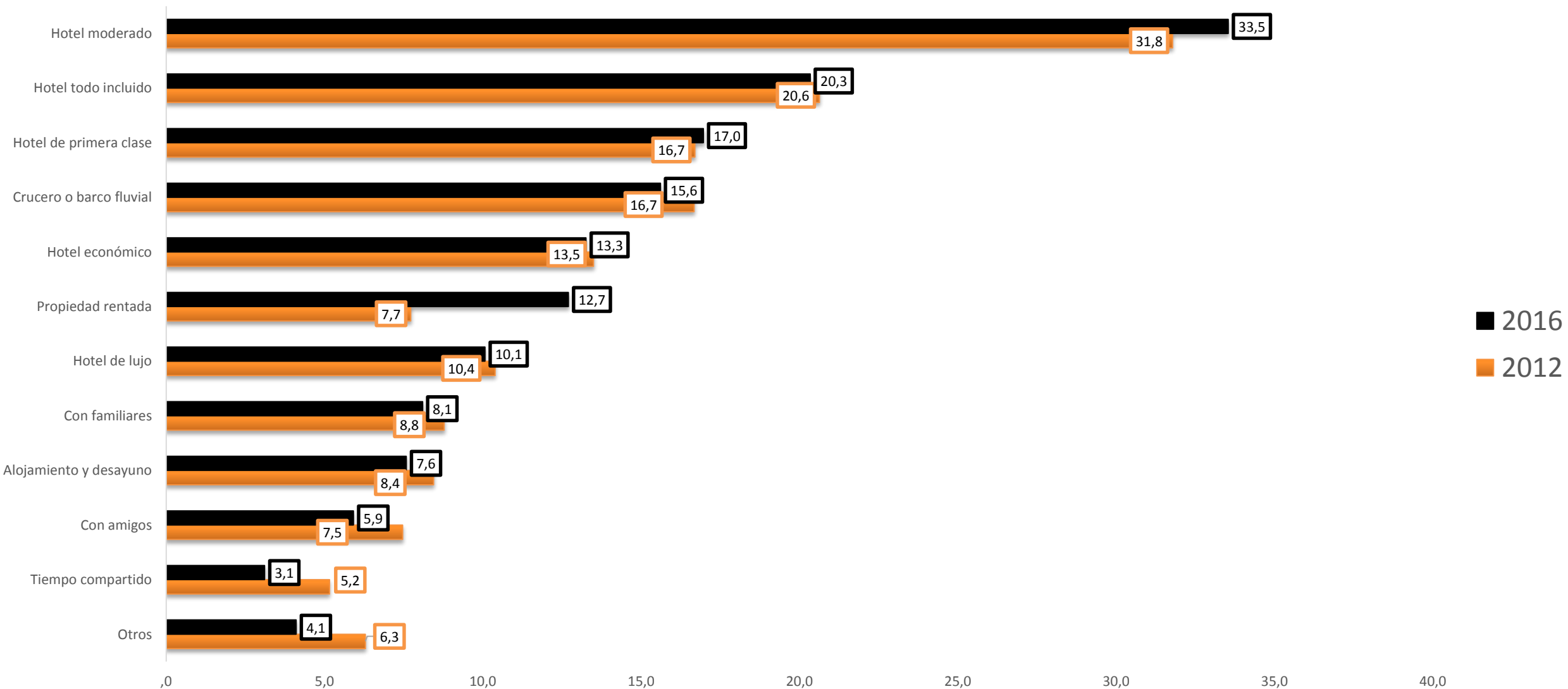
Porcentajes (RM)



¿Qué tipos de alojamiento utilizó en este viaje?

Tipos de alojamiento

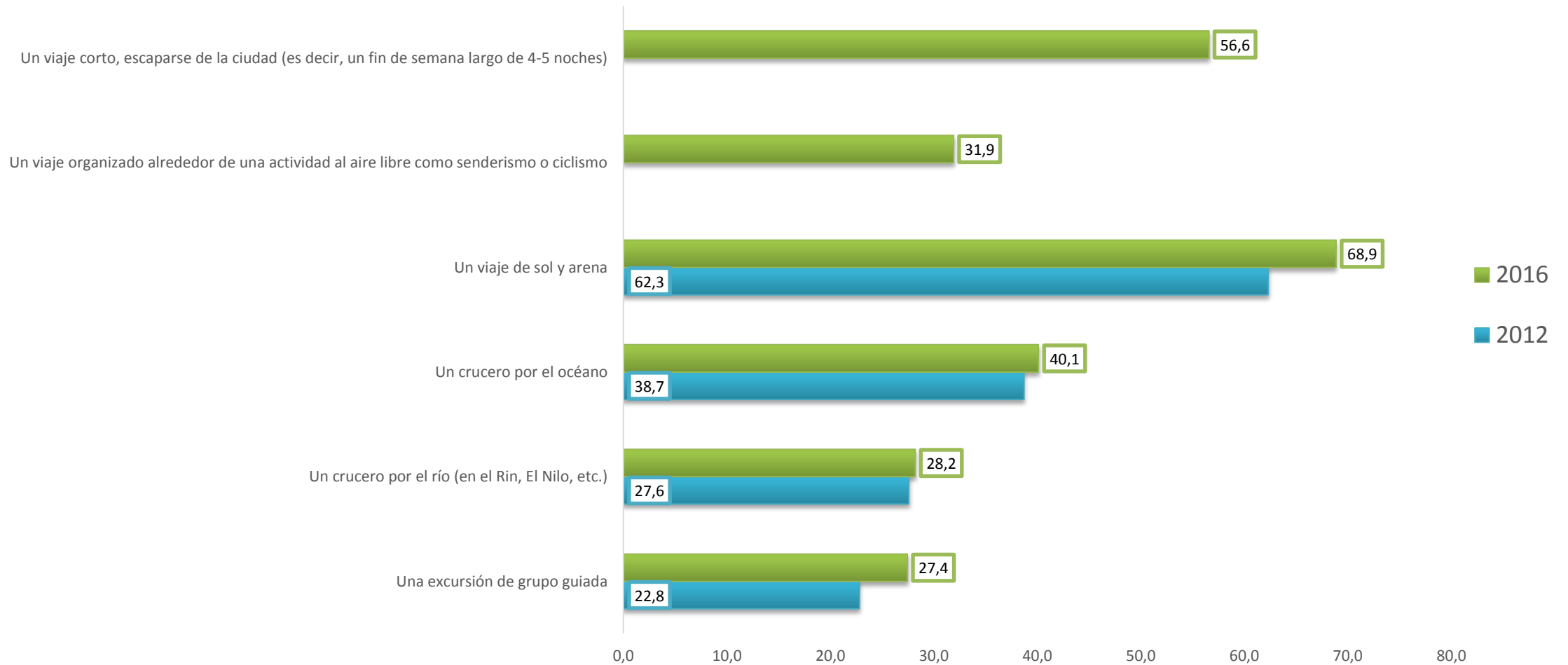
Porcentajes (RM)



¿Qué tan probable sería tomar cada uno de los siguientes tipos de vacaciones internacionales?

Tipos de viajes internacionales con extremo y mucho interés en realizar

Porcentajes (RM)

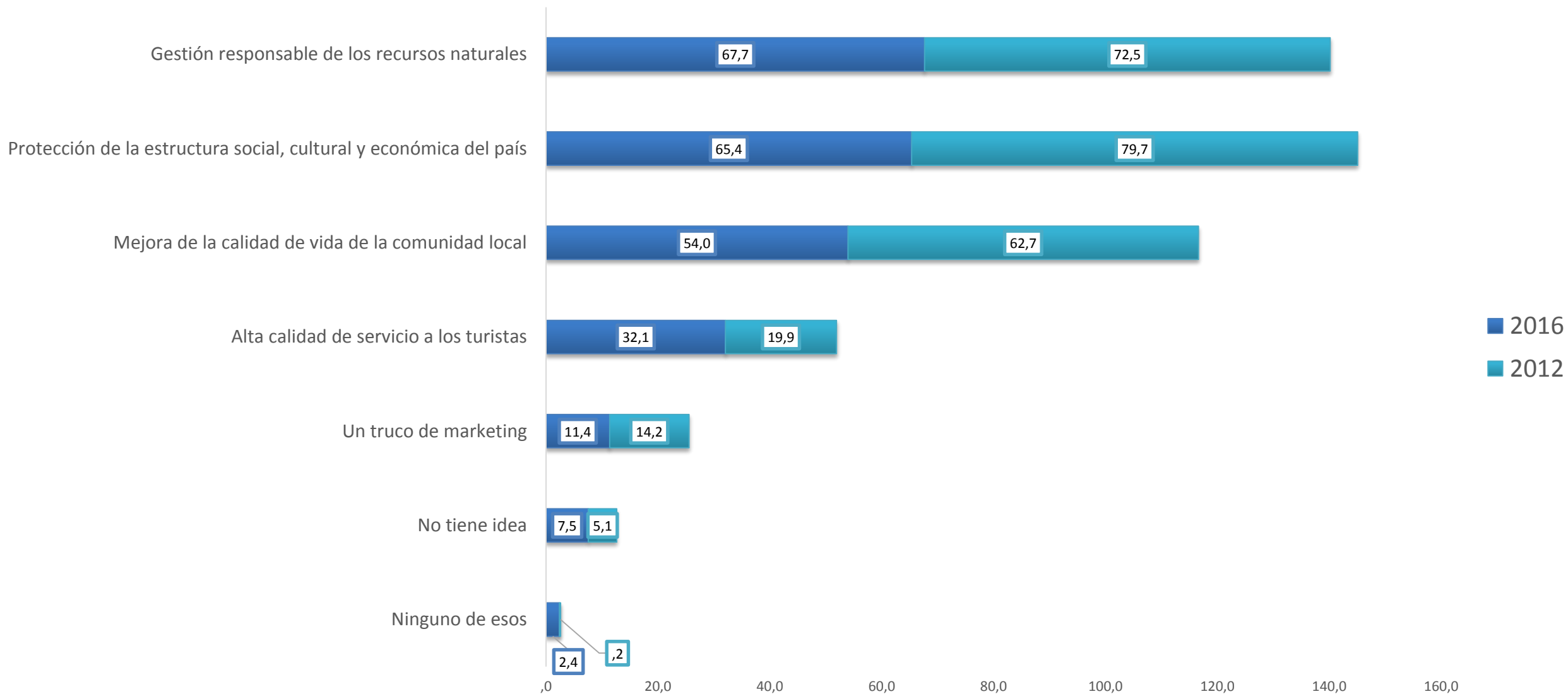


Sostenibilidad

¿Cuál de las siguientes frases asocia con el término "turismo sostenible"?

Frases que asocia con turismo sostenible

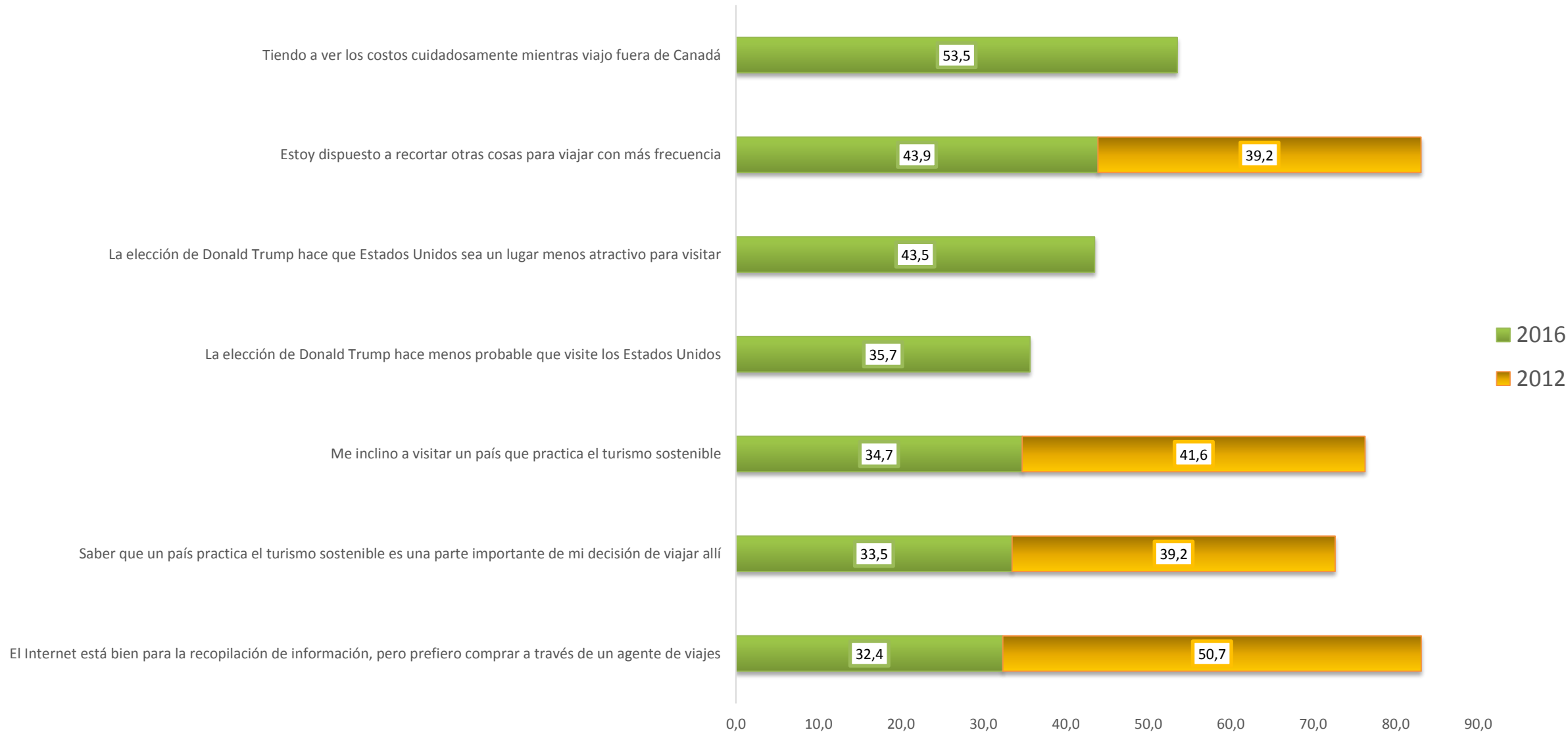
Porcentajes (RM)



¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Frases con las que está muy de acuerdo y fuertemente de acuerdo

Porcentajes (RM)



Agencias de viajes más conocidas.

www	Compraría viajes			
	2005	2008	2012	2016
Transat Holidays	69,00	62,00	60,00	50,94
Sunwing	11,00	35,00	53,00	48,99
Air Canada Vacations	60,00	71,00	63,00	57,06
WestJet Vacations		56,00	66,00	59,62
Sunquest/Tours Maison	48,00	48,00	44,00	28,17
SIGNATURE Vacations	65,00	51,00	44,00	34,57
None of these				12,24
Club Med	30,00	32,00	25,00	14,27
Globus		10,00	11,00	5,81
Trafalgar Tours	22,00	22,00	20,00	9,42
Insight Vacations		7,00	7,00	3,94
G Adventures			6,00	5,69
Contiki				7,22
Collette Vacations	3,00		3,00	3,33
Holiday House/Tours Maison			3,00	2,18
Cosmos			2,00	2,89
Goway			5,00	3,00
Scenic Tours/Scenic Cruises			9,00	5,87
Fun Sun Vacations	22,00	17,00	11,00	4,82
Exotik Tours			10,00	3,18
ALBATours			5,00	1,89
Tauck				2,14
CostSaver				2,54
Kensington Tours				2,15
Nolitours		32,00	42,00	
Tours Mont-Royal	20,00	16,00	13,00	
Viking River Cruises			21,00	
Avalon Waterways			6,00	
Conquest Vacations	33,00	31,00		
G.A.P Adventures		11,00		
Royal Irish Tours		7,00		
Sunflight Holidays	15,00			
Lujure				1,14
Uniworld			5,00	
Monograms			1,00	
MyEscapades			1,00	
Total Vacations			1,00	
Pacific Sunspot Tours	5,00			
Skylink Holidays	4,00			

Porcentajes

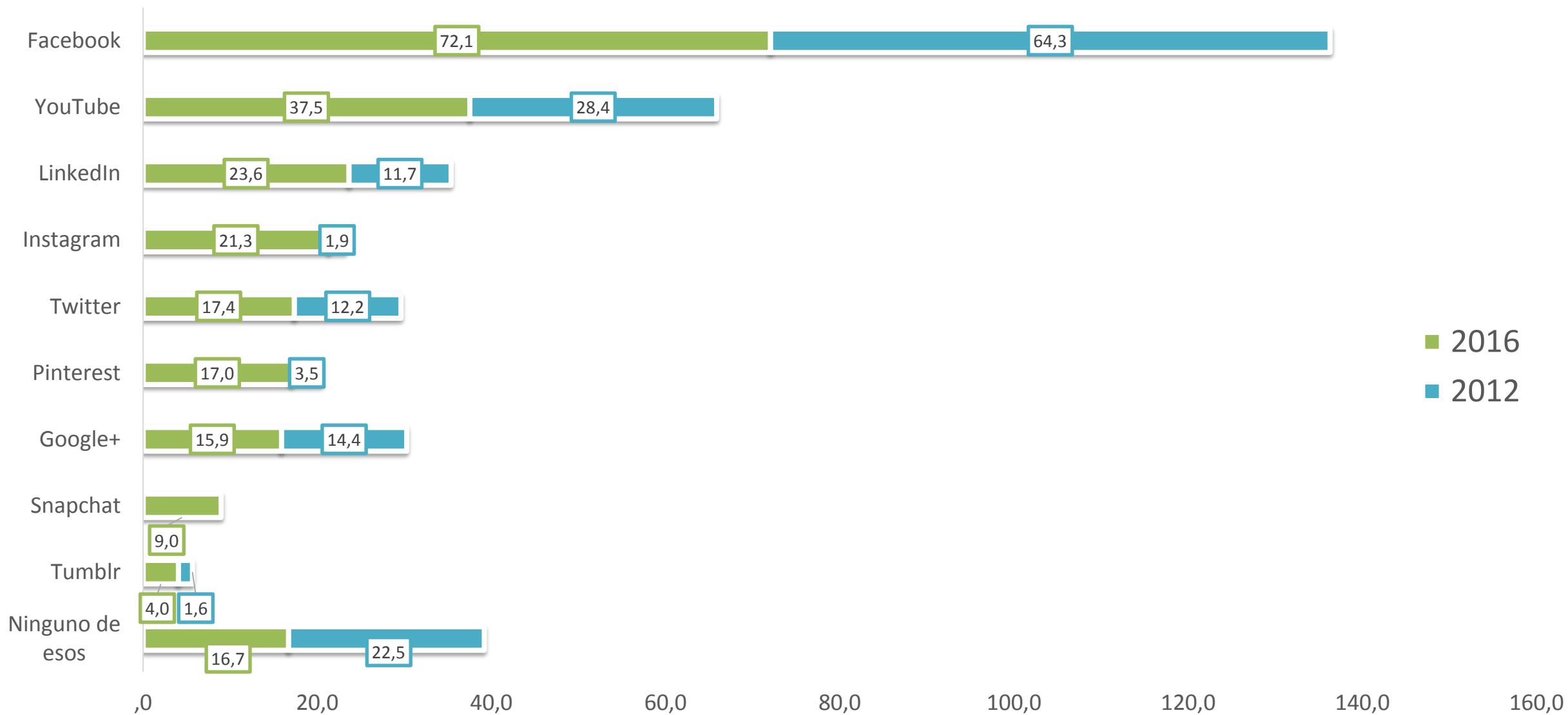
www	Ha comprado viajes			
	2005	2008	2012	2016
Transat Holidays	48,00	47,00	45,00	46,32
Sunwing	3,00	19,00	38,00	44,50
Air Canada Vacations	33,00	39,00	39,00	40,47
WestJet Vacations		16,00	26,00	32,28
Sunquest/Tours Maison	33,00	31,00	29,00	18,38
SIGNATURE Vacations	37,00	34,00	20,00	17,06
None of these				16,67
Club Med	7,00	10,00	5,00	4,94
Globus		4,00	3,00	3,63
Trafalgar Tours	8,00	8,00	5,00	3,47
Insight Vacations		3,00	2,00	3,29
G Adventures			2,00	2,90
Contiki				2,56
Collette Vacations	1,00		1,00	2,10
Holiday House/Tours Maison			2,00	2,05
Cosmos			1,00	1,96
Goway			2,00	1,74
Scenic Tours/Scenic Cruises				1,69
Fun Sun Vacations	8,00	5,00	2,00	1,44
Exotik Tours			3,00	1,11
ALBATours			1,00	0,98
Tauck				0,80
CostSaver				0,45
Kensington Tours				
Nolitours		18,00	25,00	
Tours Mont-Royal	10,00	10,00	7,00	
Viking River Cruises			3,00	
Avalon Waterways			1,00	
Conquest Vacations	16,00	12,00		
G.A.P Adventures		2,00		
Royal Irish Tours		1,00		
Sunflight Holidays	7,00			
Lujure				
Uniworld				
Monograms				
MyEscapades				
Total Vacations				
Pacific Sunspot Tours				
Skylink Holidays				

Porcentajes

Medios y Herramientas Digitales

¿Cuál de los siguientes sitios de redes sociales utiliza regularmente?

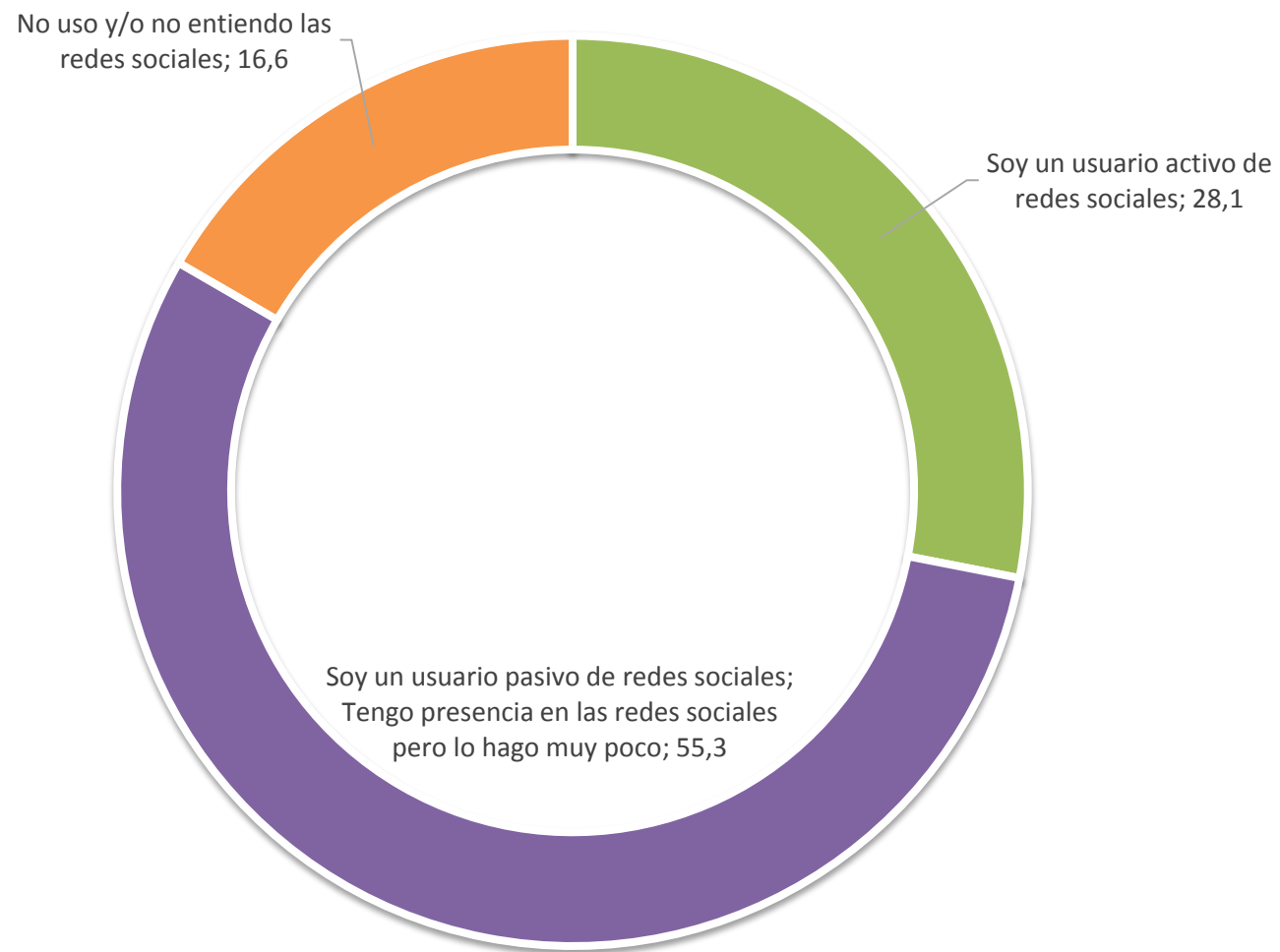
Redes sociales que utiliza regularmente
Porcentajes (RM)



¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su uso de medios sociales como Facebook, Twitter, Instagram, etc.? - 2016

Actividad en redes sociales

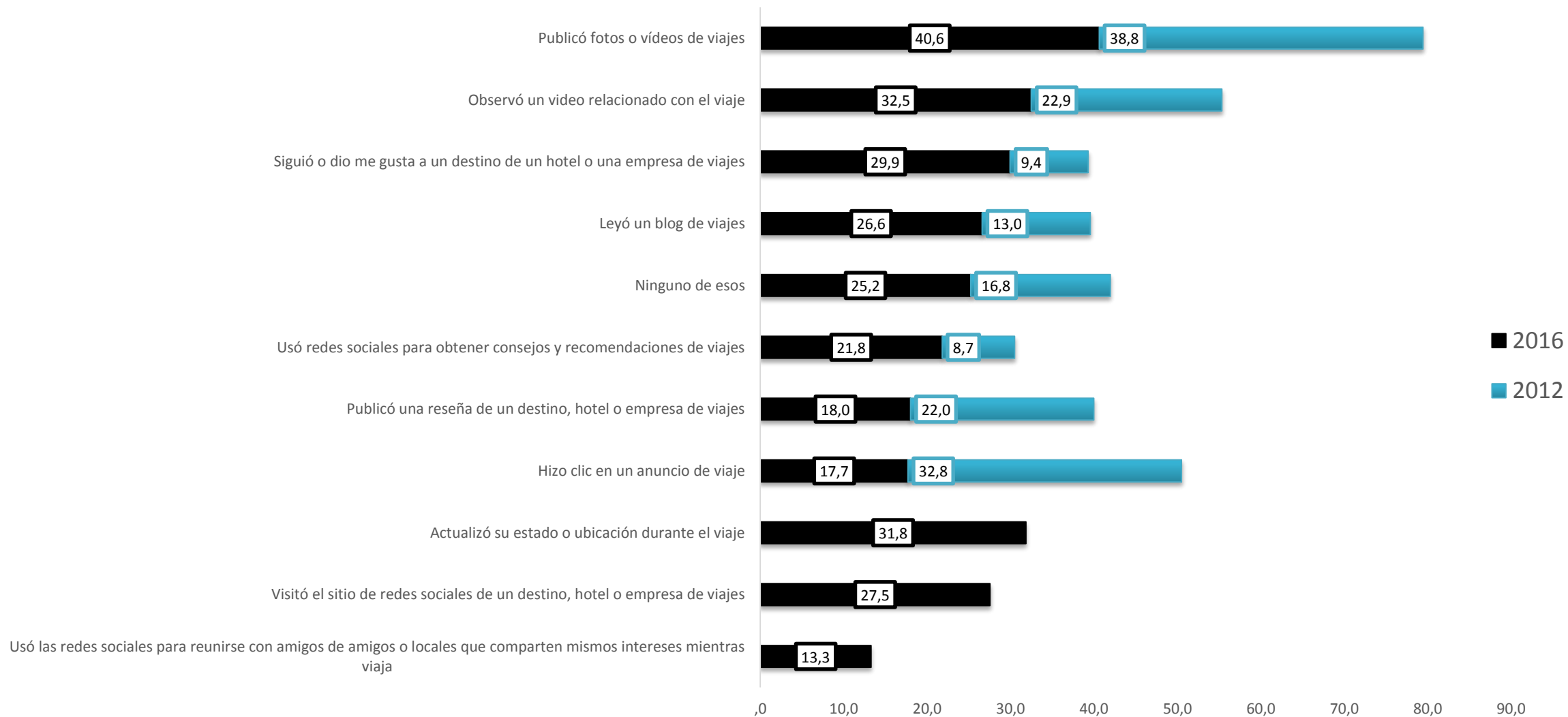
Porcentajes (RU)



En los últimos 12 meses, ¿cuál de las siguientes gestiones ha hecho en medios sociales como Facebook, Twitter, Instagram, etc.?

Gestiones en línea realizadas en los últimos 12 meses

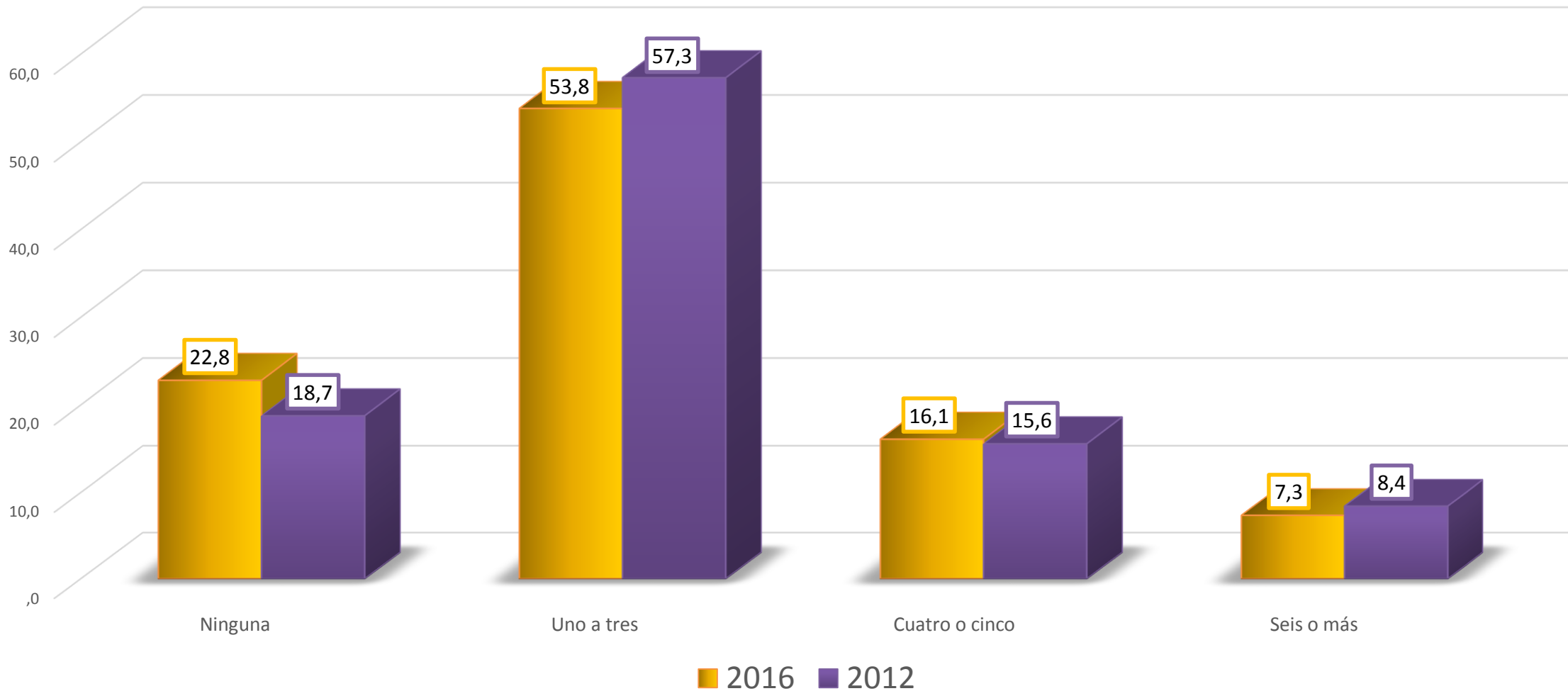
Porcentajes (RM)



¿De cuántas empresas / organizaciones (aerolíneas, hoteles, destinos, operadores turísticos, etc.) recibe periódicamente correos electrónicos relacionados con viajes?

Número de empresas de las que recibe regularmente correos electrónicos.

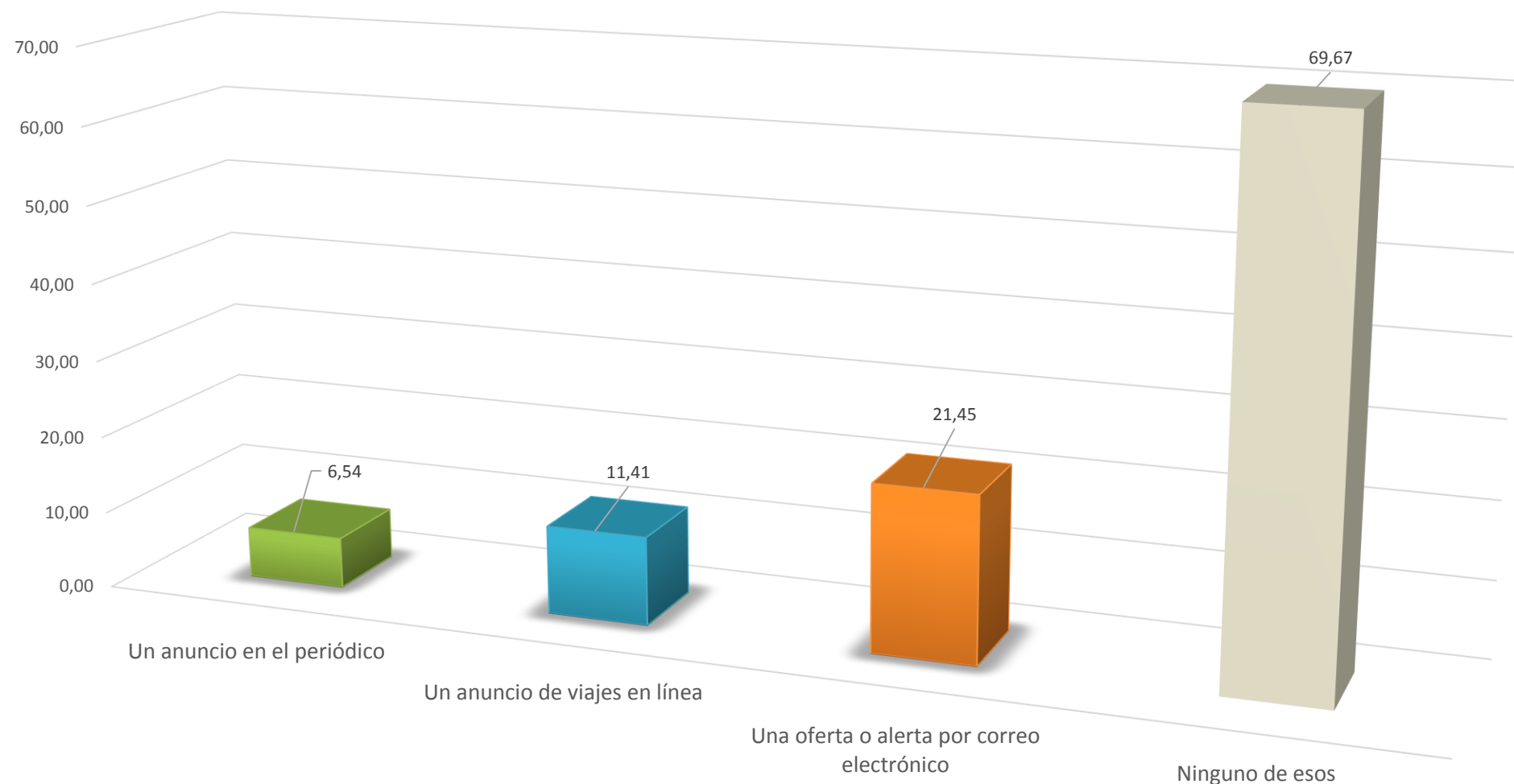
Porcentajes (RU)



En los últimos tres años, ¿ha comprado viajes (aire, hotel, tour, paquete, crucero, etc.) para unas vacaciones fuera de Canadá en respuesta a cualquiera de los siguientes? - 2016

Ha comprado viajes de vacaciones fuera de Canadá, motivado por...

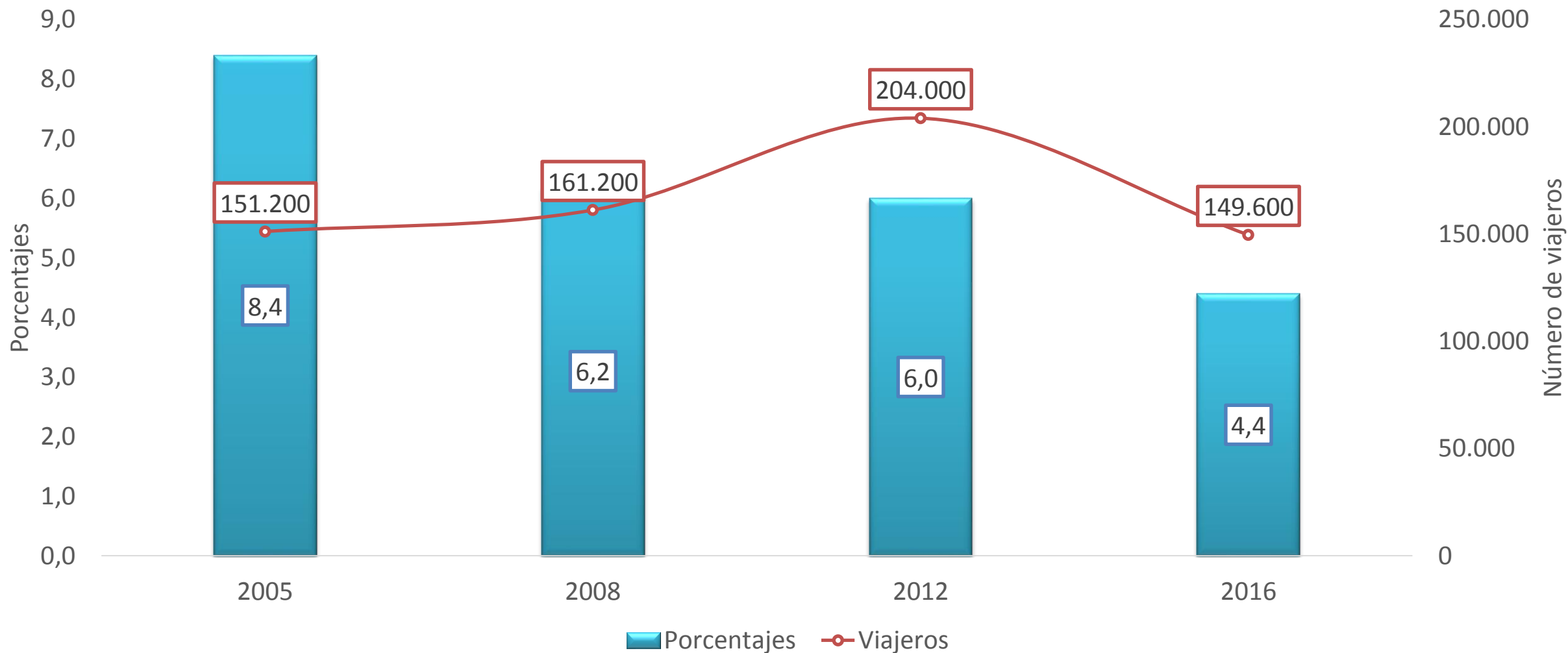
Porcentajes (RM)



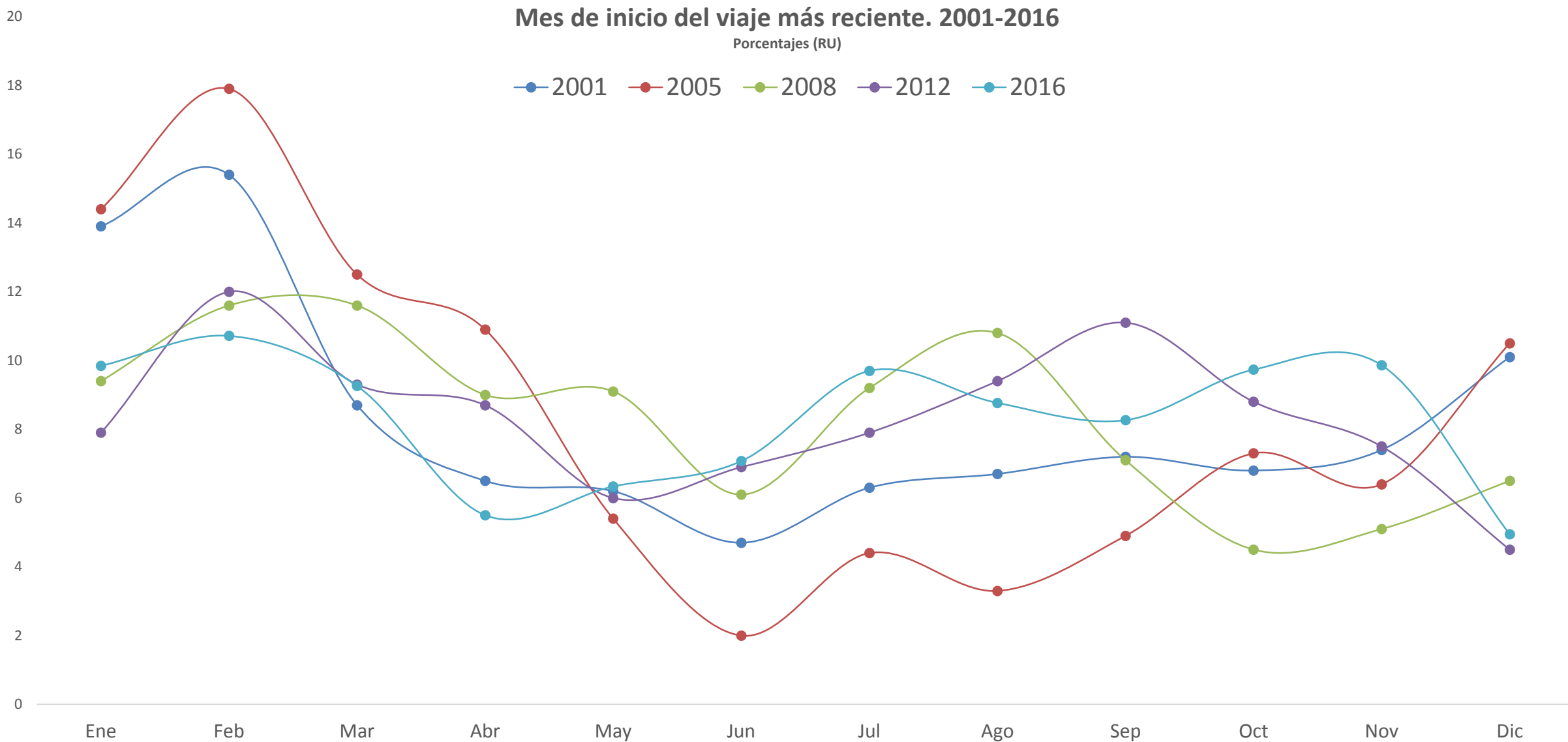
Sobre el viaje más reciente

Mejores Prospectos que viajaron a Centro América en su vacación más reciente.

Porcentaje de Mejores Prospectos que visitaron Centro América en su vacación más reciente según año. 2005-2016



Porcentaje de Mejores Prospectos según mes de inicio del viaje más reciente.



Estadía y Gasto en la vacación más reciente

• Estadía

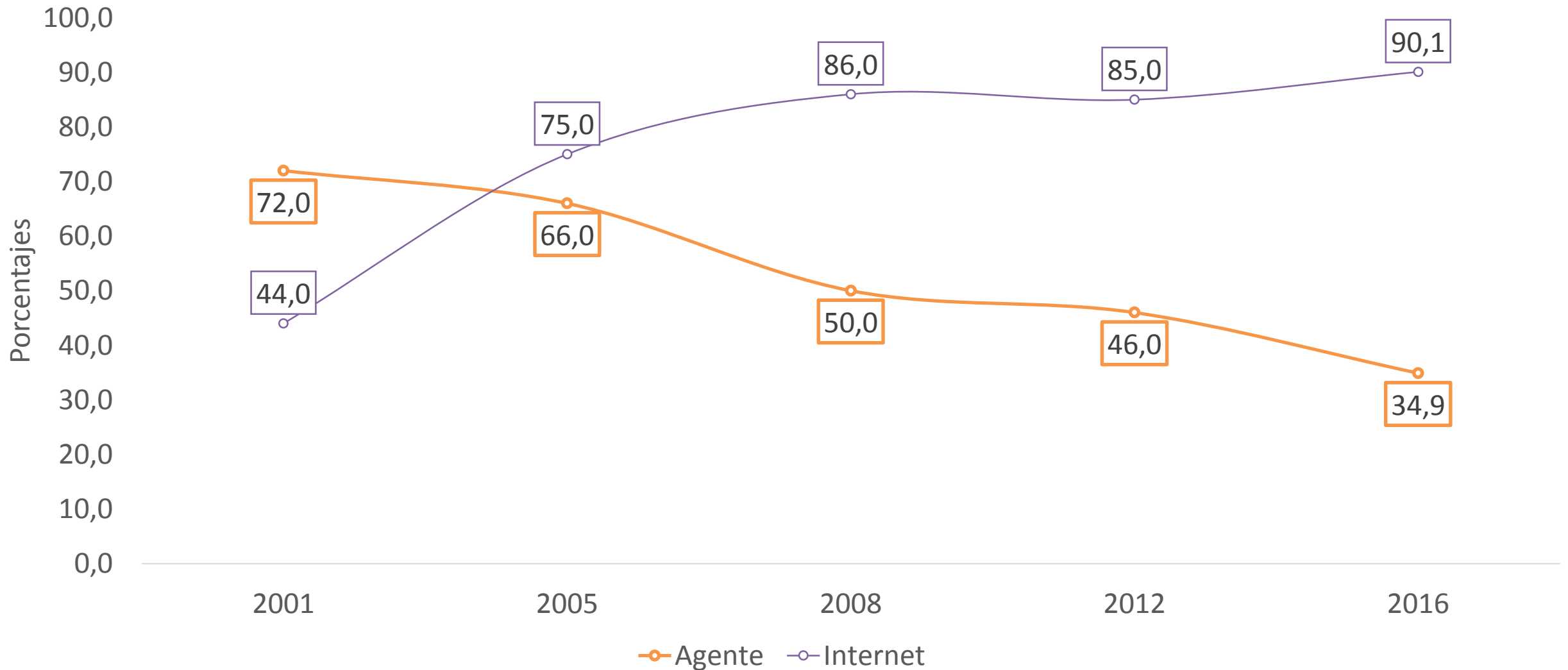
	2005	2008	2012	2016
1 a 4 noches	3,0%	1,0%	2,0%	1,5%
5 a 7 noches	23,0%	34,0%	36,0%	43,1%
8 a 14 noches	53,0%	34,0%	33,0%	34,0%
15 a 21 noches	13,0%	18,0%	16,0%	13,2%
22 o más noches	8,0%	13,0%	13,0%	8,2%

• Gasto por persona

	2008	2012	2016
Menos de \$ 500	4,0%	3,0%	3,7%
\$ 500 a \$ 999	10,0%	13,0%	12,1%
\$ 1,000 a \$ 1,499	19,0%	20,0%	25,9%
\$ 1,500 a \$ 1,999	21,0%	16,0%	17,0%
\$ 2,000 a \$ 2,499	11,0%	12,0%	12,2%
\$ 2,500 a \$ 2,999	9,0%	10,0%	9,2%
\$ 3,000 a \$ 4,999	15,0%	15,0%	9,6%
\$ 5,000 o más	11,0%	11,0%	10,3%

Uso de Agentes de Viajes e Internet para el viaje más reciente

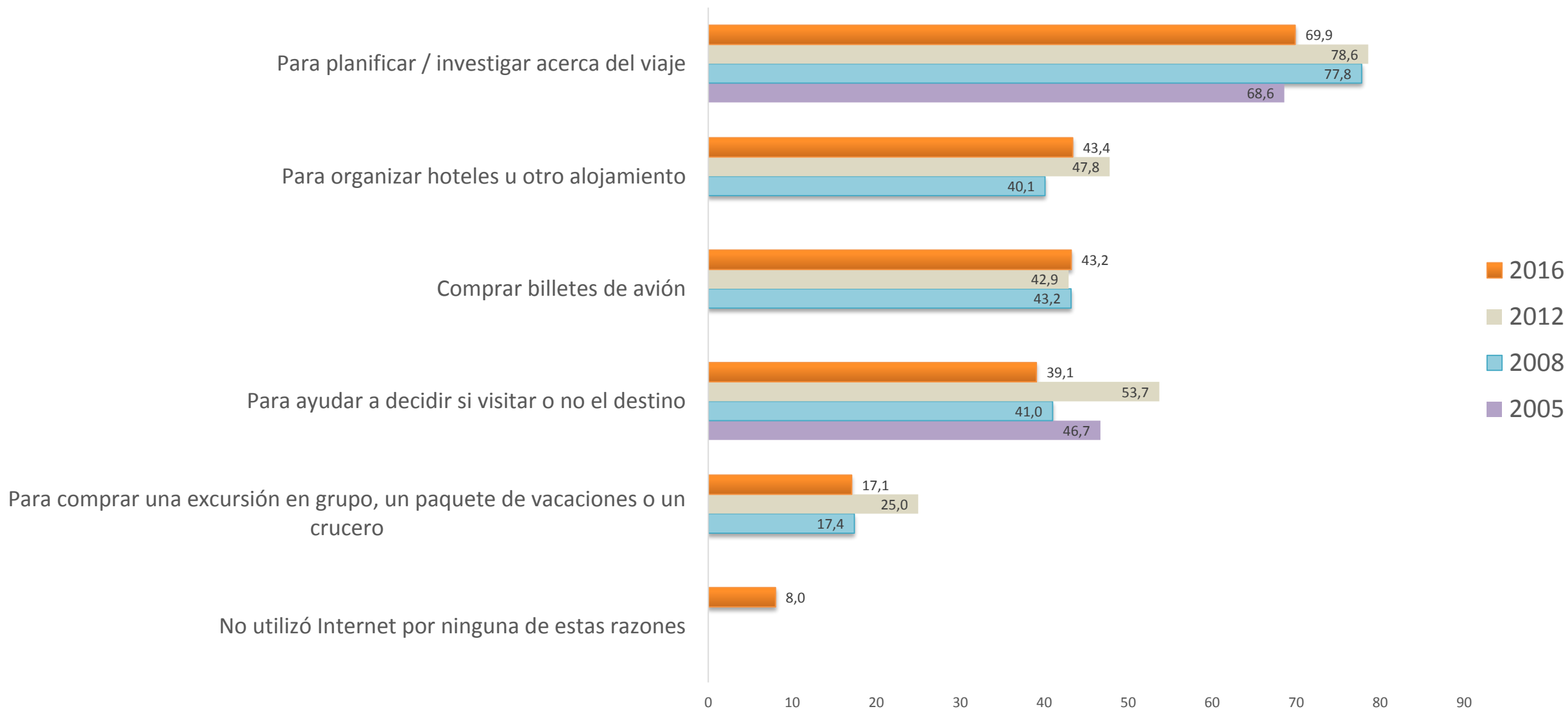
Porcentaje de Mejores Prospectos que usaron el Agente de viajes e Internet para la vacación más reciente. 2001-2016



Porcentaje de Mejores Prospectos según usos del Internet en la vacación más reciente, 2005 - 2016

Usos del Internet en la vacación más reciente, 2005 – 2016

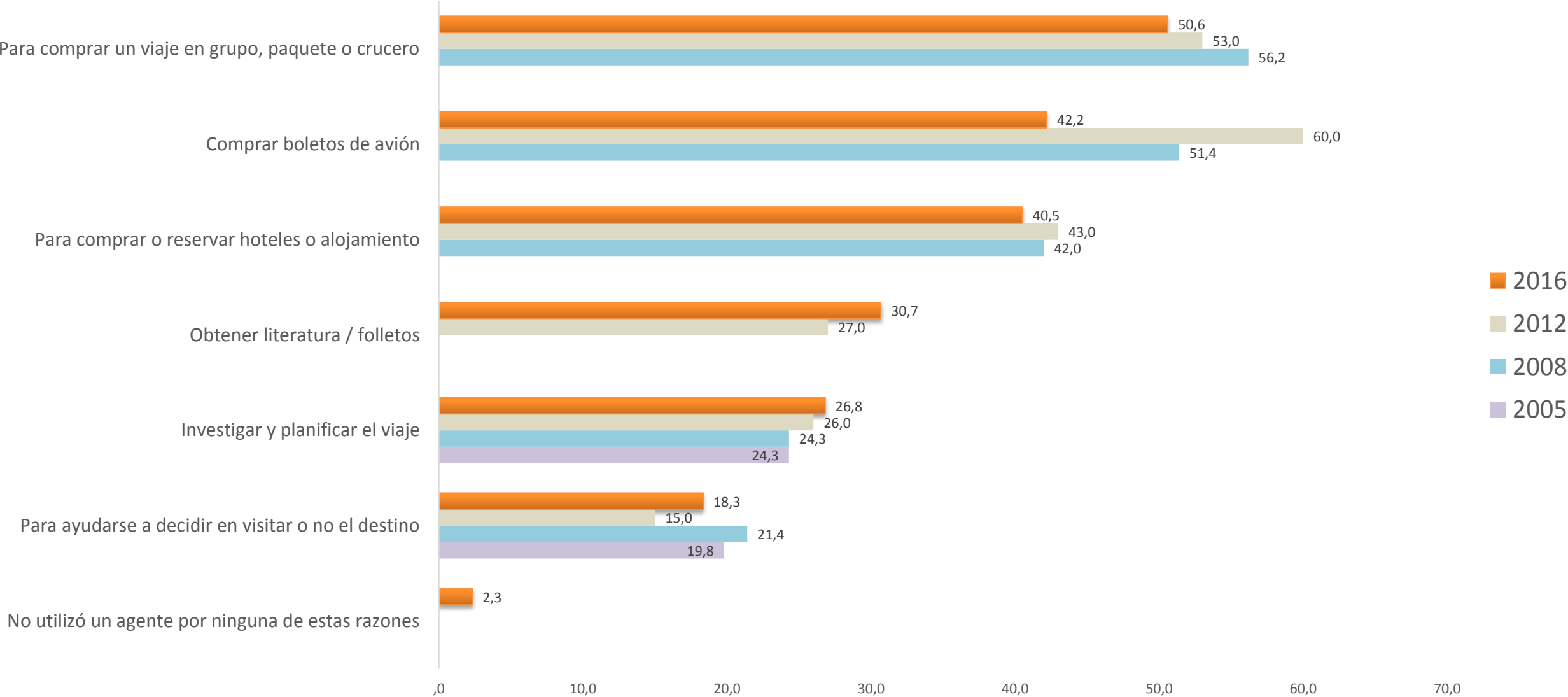
Porcentajes, (RM)



Porcentaje de Mejores Prospectos según usos del **Agente de Viajes** en la vacación más reciente, 2005 - 2016

Usos del Agente en la vacación más reciente, 2005 – 2016

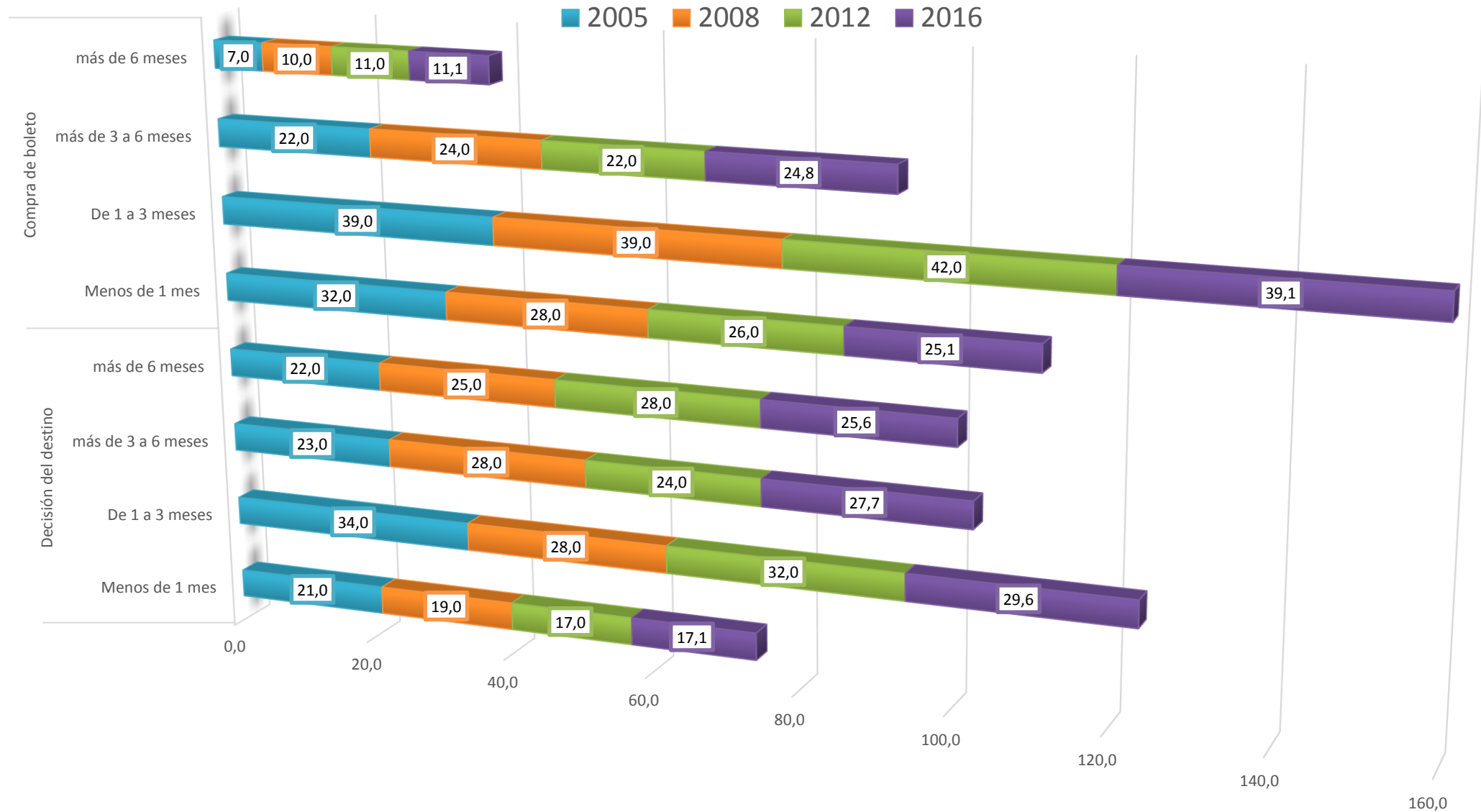
Porcentajes, (RM)



¿Con cuánto tiempo de antelación al viaje decidió el destino y la compra de los boletos?

Tiempo requerido para decidir y comprar

Porcentajes (RU)



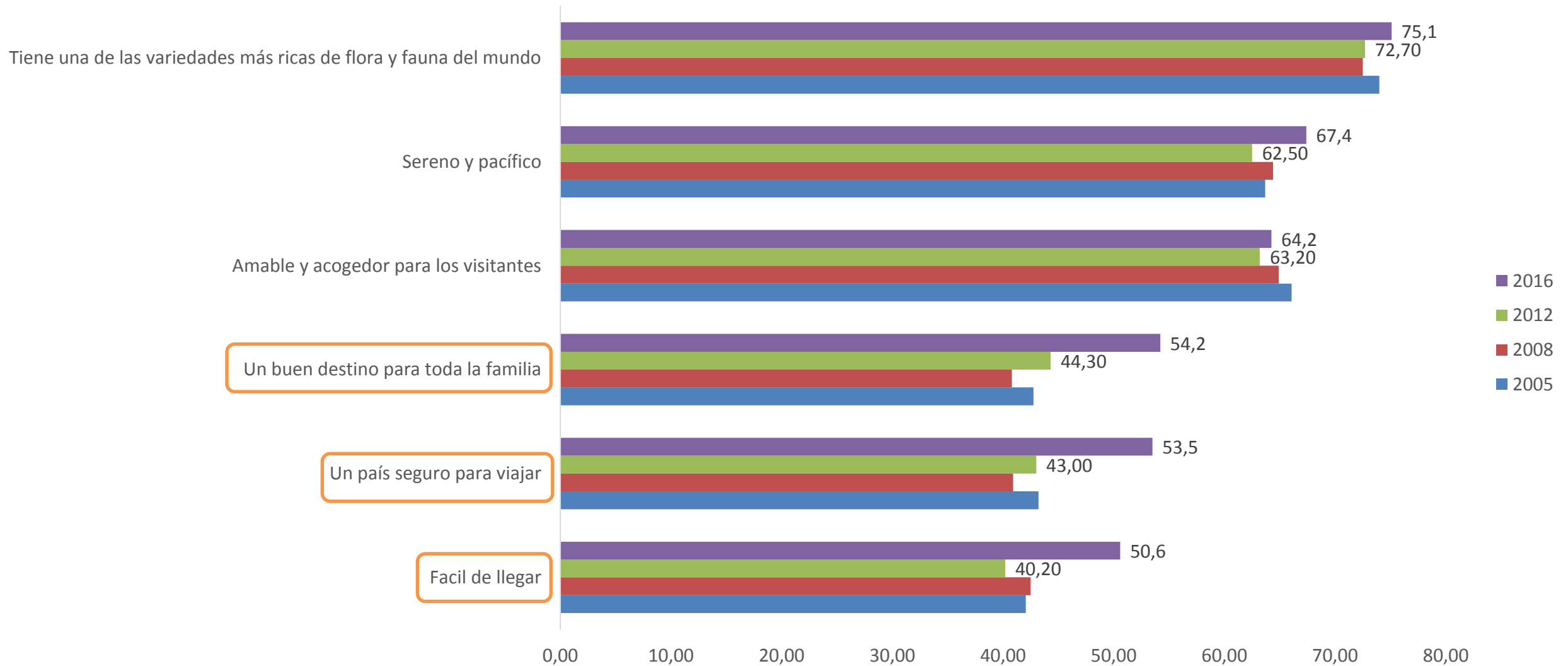
¿Quién lo acompañó en este viaje?

Acompañantes	Porcentajes			
	2005	2008	2012	2016
Pareja	43,0	44,0	42,0	65,8
Amigos	9,0	10,0	10,0	19,3
Otros familiares	8,0	7,0	7,0	15,3
Pareja con niños menores de 18 años	7,0	7,0	8,0	13,3
Solo	15,0	11,0	11,0	11,1
Pareja y amigos	6,0	8,0	7,0	8,5
Pareja con otros familiares	5,0	5,0	4,0	6,1
Otro	5,0	6,0	9,0	1,7
Pareja, menores de 18 años y otros familiares	1,0	2,0	3,0	1,4

¿Hasta qué punto cree usted que cada una de las siguientes afirmaciones describen a Costa Rica como un lugar para visitar para vacaciones / placer?

Porcentaje de Mejores Prospectos según extrema y mucha asociación de las siguientes frases con Costa Rica. 2005-2016

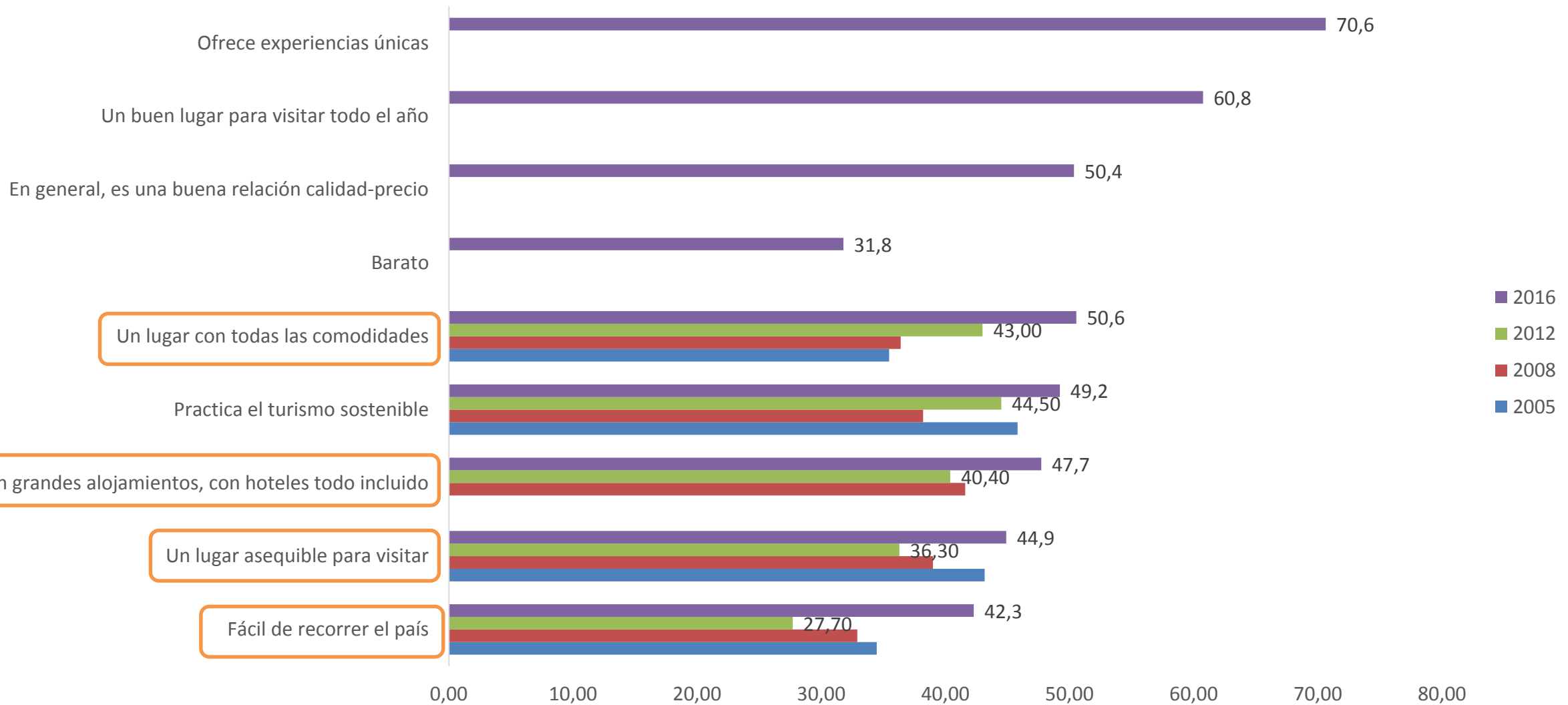
Porcentajes (RM)



¿Hasta qué punto cree usted que cada una de las siguientes afirmaciones describen a Costa Rica como un lugar para visitar para vacaciones / placer?

Porcentaje de Mejores Prospectos según extrema y mucha asociación de las siguientes frases con Costa Rica. 2005-2016

Porcentajes (RM)



Unidad de Planeamiento

Departamento de Investigación y Evaluación

Dirección de Mercadeo

I.C.T