



# Llegadas internacionales

Dirección General de Migración y extranjería



**Master Card**  
Destination Insights



# Mejores Prospectos

Europa y México

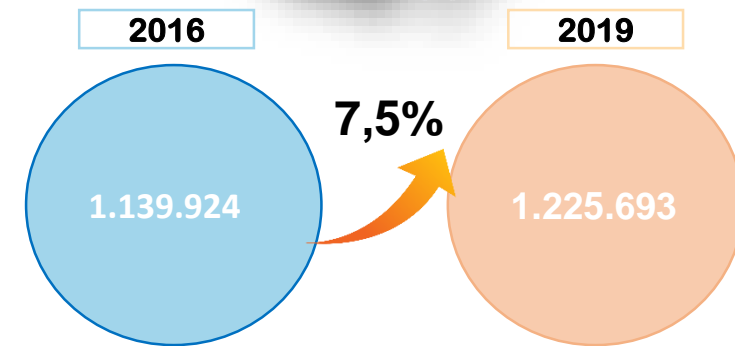
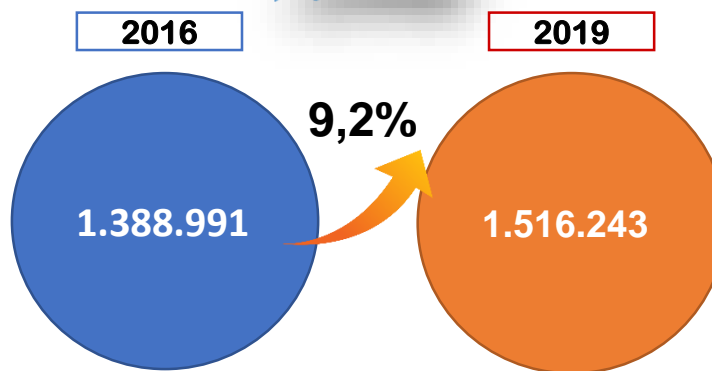
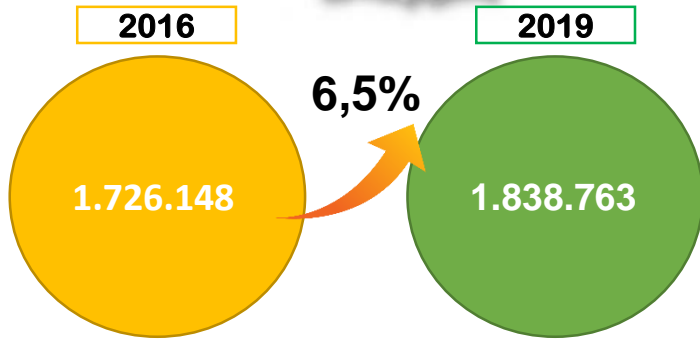
# Mejores Prospectos



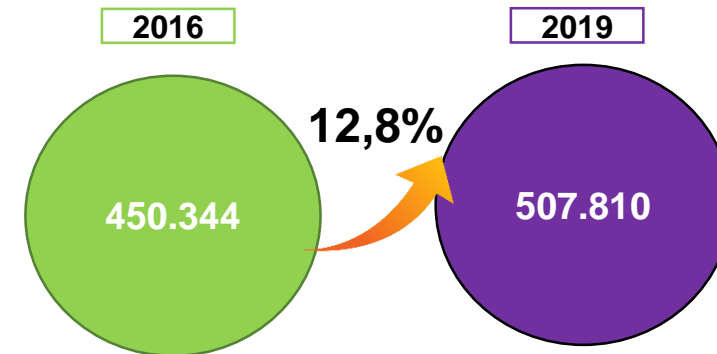
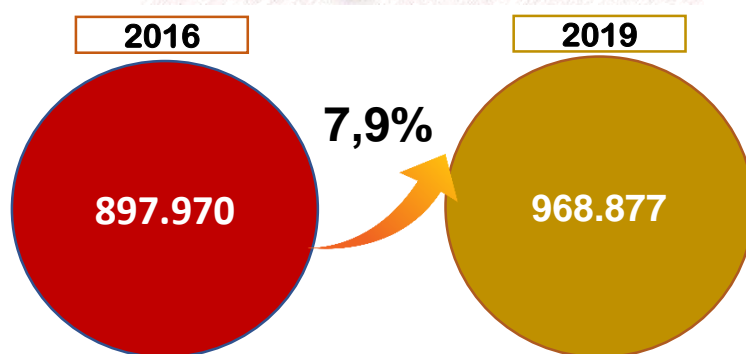
## Definición:

Aquellos viajeros que tienen un **ALTO** interés en vacacionar en América Latina y el Caribe por 5 o más noches y, consideran a Costa Rica como destino de interés





Tamaños  
estimados y  
proyectados de  
los "BP"





Llegadas de turistas a  
Costa Rica

2016

67.939

3,9%  
del BP

61.503

5,4%  
del BP

94.499

20,9%  
del BP

71.392

5,1%  
del BP

67.453

7,5%  
del BP



Tiempo de antelación para decidir el destino de vacaciones

De 3 meses a menos de 6 meses

41,7%

29%

35,4%

45,8%

28,5%

De 6 meses a menos de un año

30,7%

30,5%

36%

28,5%

47,7%



# ¿Cómo organiza o arregla la vacación?



50,3%

48,9%

52,4%

66%

59,3%



40,5%

37,4%

34,8%

23,6%

31,3%





## Medios que utiliza para buscar información

Agencias de viajes en línea



85,3%

89,3%

83,5%

75,7%

Páginas o sitios web promocionales de los países o destinos turísticos



76,7%

81,7%

73,8%

68,8%

77,6%

Sitio web turístico oficial del país o destino



77,9%

66,7%

Recomendaciones de conocidos, amigos, familiares, compañeros de trabajo



66,7%

76,6%

Buscadores en línea



79,8%

76,8%

72,9%



# Factores clave que considera a la hora de decidir el destino de sus vacaciones



Costo del viaje



59,5%

61%

65,3%

70,1%

Clima del destino



65%

56,5%

60,4%

Los atractivos que tiene el destino



56,4%

55,7%

53,7%

75%

72%

Seguridad del destino



62,6%

53,7%

52,8%

La experiencia turística que ofrece el destino es diferente a lo que tengo en mi país de residencia



50%

# Tipo de experiencias que busca en un viaje de vacaciones



Visitas a sitios de interés arqueológicos, museos, ciudades coloniales, monumentos, asistir a festivales de música, danza, teatro, etc.



65,6%

74%

79,9%

78,5%

82,2%

Visitas a localidades costeras con condiciones climáticas favorables para tomar el sol, jugar en la playa y realizar actividades relacionadas con el disfrute del sol y el mar



79,1%

71,8%

62,8%

61,8%

79%

Visitas a áreas naturales y reservas protegidas, caminatas por senderos, bosques, observación de la flora y la fauna del destino



56,5%

56,3%

61,7%

Comida tradicional y original del destino turístico



68,1%

59,8%

# Principales motivos por los cuales considera Costa Rica como destino para vacacionar



Los atractivos y actividades turísticas que promociona Costa Rica me interesan



63,2%

61,8%

56,1%

73,6%

75,7%

El clima tropical de Costa Rica me gusta



76,7%

55%

70,1%

56,9%

He escuchado buenos comentarios de gente que ha visitado Costa Rica



51,1%

57,3%

68,1%

70,6%

Los costos de una vacación en Costa Rica están dentro de mis posibilidades económicas (precios de hospedaje, comidas, bebidas, transporte, tours, etc.)



58,3%

62,6%



Si viajara de vacaciones a Costa Rica...



Costa Rica sería uno de varios destinos a visitar en una misma vacación



69,3%

57,3%

51,2%

38,2%

35%

Costa Rica sería el único destino



30,7%

42,7%

48,8%

61,8%

65%

Costa Rica es el destino ideal para visitar cuando el viaje es un...



Viaje en pareja



57,7%

61,1%

60,4%

75%

64%

Viaje en familia



38%

55%

50%

58,9%

Viaje de amigos



45,8%



# Características socio-demográficas

Universitaria y más



54,7%

65,6%

59,2%

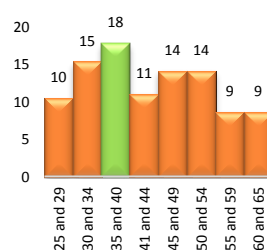
58,3%

89,3%

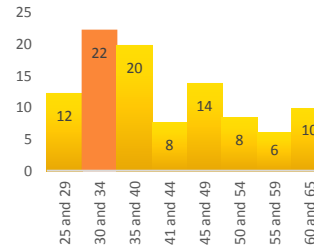
Edad promedio



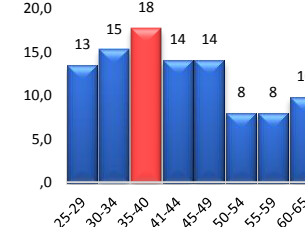
Rangos de edad (%) Promedio 43 años



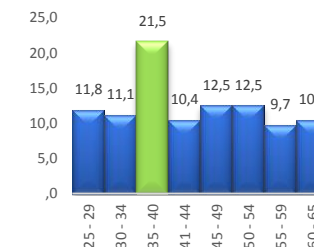
Rangos de edad (%) Promedio 42 años



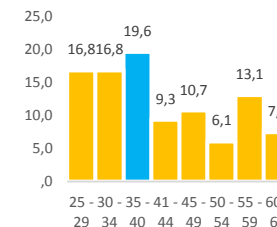
Rangos de edad (%) Promedio 42 años



Rangos de edad (%) Promedio 44 años



Rangos de edad (%) Promedio 41 años



Empleado tiempo completo



69,3%

57,3%

65,2%

72,9%

71,5%

Ingreso anual promedio



US\$36 612

US\$45 691

US\$37 075

US\$22 504

US\$20 422

% de casados



56,4%

65,6%

75,0%

58,3%

62,6%

No tiene hijos



38,7%

38,2%

20,1%

47,2%

33,6%

Tengo únicamente hijos menores de edad viviendo en la casa



36,8%

36,6%

54,3%

24,3%

37,9%



# Generaciones



Generación Y  
(18-34)



25,8%

34,4%

28,7%

22,9%

33,6%

Generación X  
(35-50)



46%

44,3%

47,6%

46,5%

42,1%

Younger boomers  
(51-59)



19,6%

11,5%

14%

20,1%

16,8%

Older boomers  
(60-69)

8,6%

9,9%

9,8%

10,4%

7,5%





**No ha considerado Costa Rica como destino de vacaciones para un viaje Latinoamérica**

17,4%

43,1%

24,1%

27,4%

13,4%

No conozco suficiente sobre el país como para querer visitarlo

70,5%

80,7%

77,9%

73%

73,1%

Es un destino inseguro

47,7%

34,4%

47,5%

No hay muchas aerolíneas que ofrezcan vuelos directos o indirectos a Costa Rica

37,6%

31,3%

Tengo entendido que una vacación en Costa Rica es costosa

29,2%

Los atractivos y actividades turísticas que promociona Costa Rica no me interesan

38%

35,8%

No hablo Español y tendría problemas para comunicarme

47,7%

31,1%

**Principales motivos por los cuales no considera Costa Rica como destino turístico**



Parejas  
maduras  
y de  
edad  
media

Las parejas de edad media comprenden gran parte de los turistas alemanes y quieren experimentar naturaleza y cultura

Viajeros maduros buscan una combinación de comodidad, seguridad y aventura moderada

Los adultos amantes de la naturaleza también buscan aventura, pero con más tiempo para contemplar la naturaleza y relajarse

Parejas de mediana edad que buscan disfrutar un tiempo de calidad y desconectarse en la naturaleza

Viajeros maduros buscan una combinación de naturaleza, cultura y bienestar



Familias

Las familias con padres de mediana edad que buscan disfrutar de tiempo de calidad en contacto con la naturaleza

Familias jóvenes buscan crear memorias inolvidables con viajes de naturaleza

Los jóvenes amantes de la naturaleza y que gustan de la aventura

Grupos de jóvenes amigos en busca de aventuras y de descubrir nuevas culturas

Los jóvenes buscan complacerse y retarse a sí mismos cuando viajan. Buscan lugares nuevos en el mapa



Jóvenes

Los millennials buscan una inmersión completa en la cultura y estilo de vida del Destino



Solos

Los viajeros solitarios buscan pasar tiempo en contacto con la naturaleza y experiencias para socializar

Familias con hijos pequeños buscan vacacionar en destinos diferentes a lo que se puede encontrar en Francia



Familias  
hijos  
pequeños



Parejas  
sin hijos

Los "Honeymooners" quieren vacaciones activas y no simplemente relax en estancias de lujo

Las parejas jóvenes sin hijos buscan nuevos desafíos que los mantengan entretenidos durante sus vacaciones



# Llegadas internacionales

Dirección General de Migración y extranjería



**Master Card**  
Destination Insights





# Los Mejores Prospectos de los EE.UU



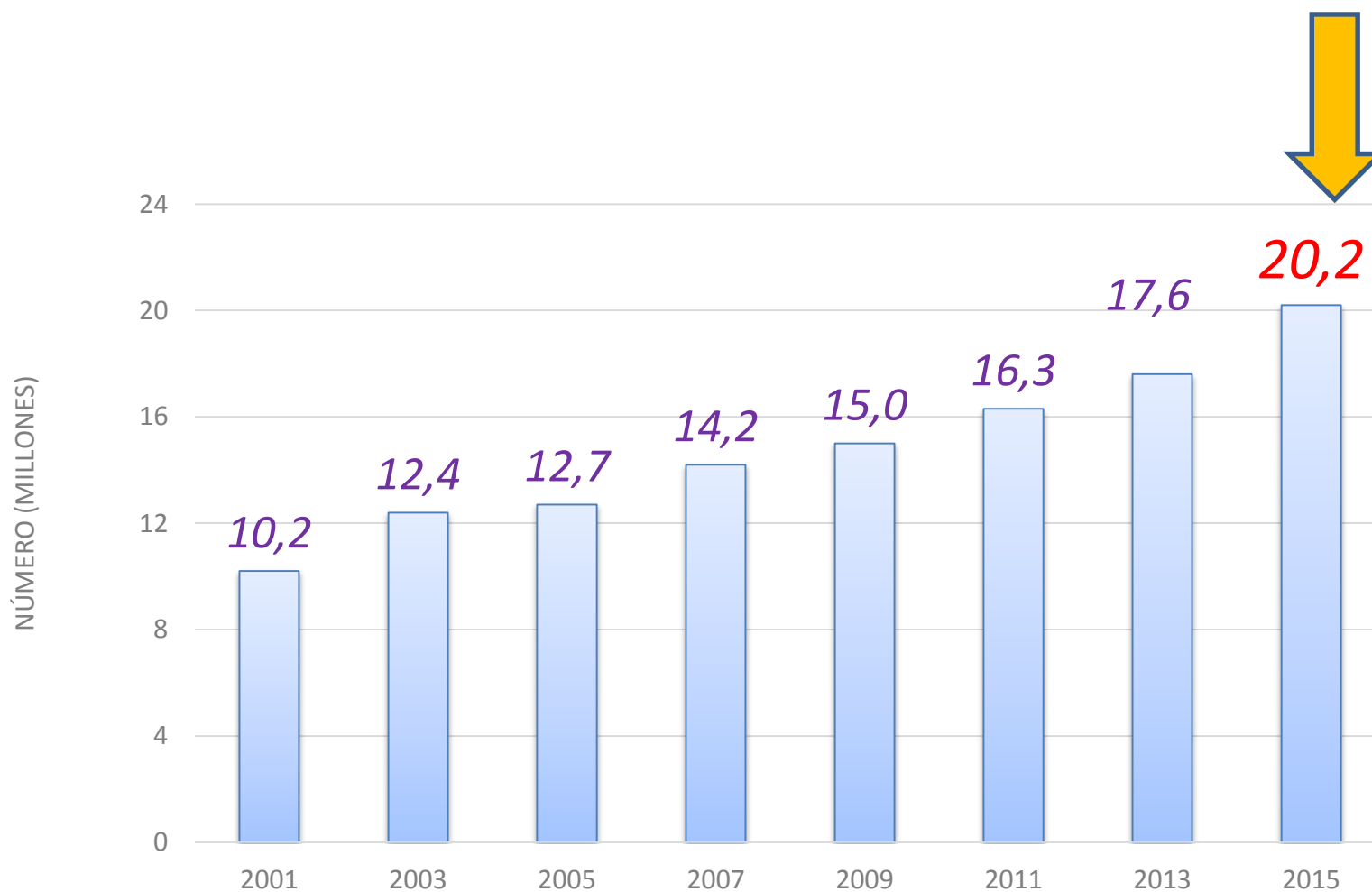


# Mejores Prospectos

**Viajeros estadounidenses que han vacacionado fuera de EE.UU continental en los últimos tres años, además expresan extremadamente y mucho interés en visitar Costa Rica y tienen intención en visitar Centroamérica o Suramérica en algún momento en el futuro.**



# Estimación del total de mejores prospectos para el mercado de EE.UU. 2001- 2015

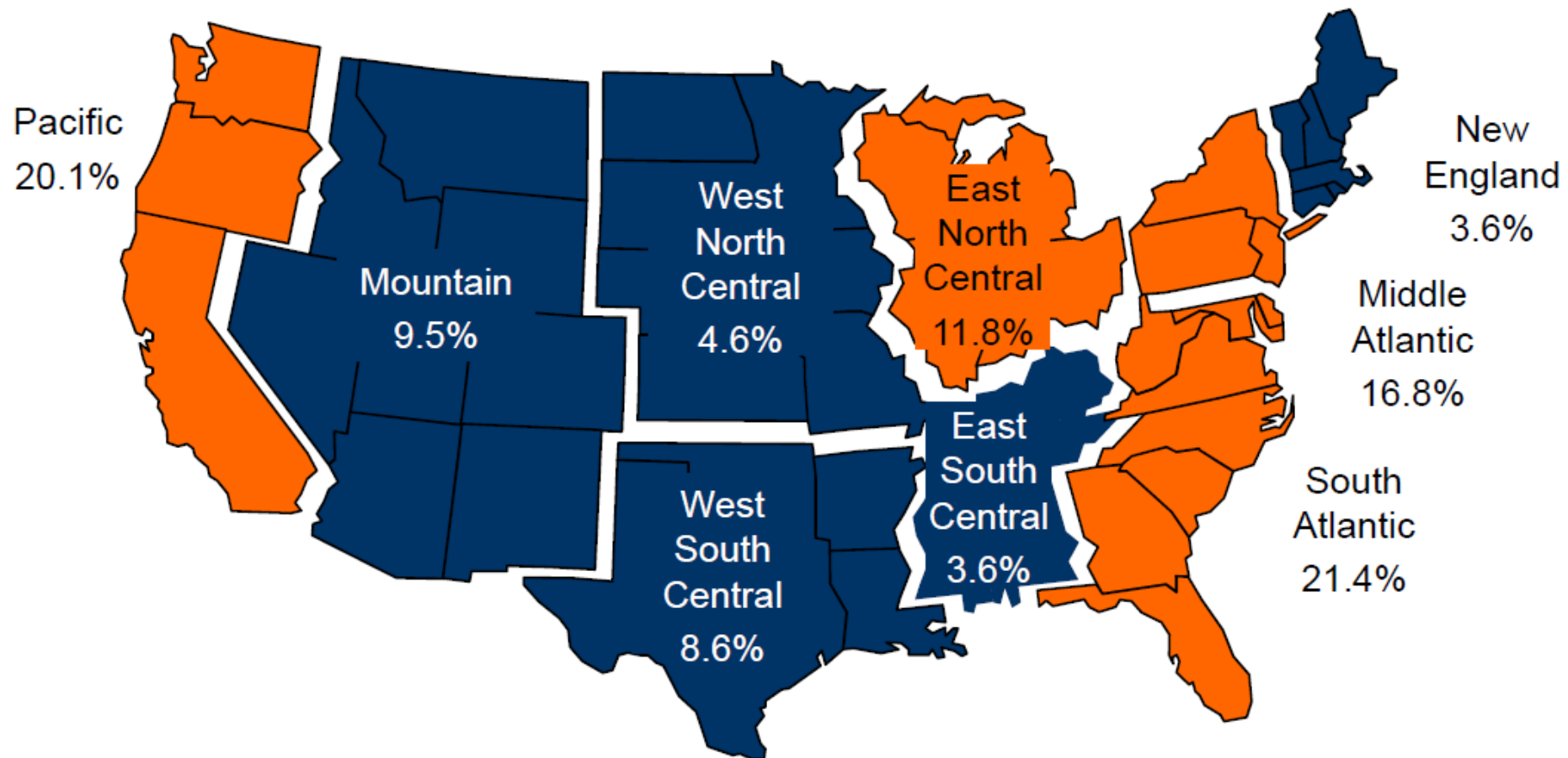


En el 2015 se registró la llegada de 1.077.044 estadounidenses a Costa Rica, lo que representa un 5,3 % del total de mejores prospectos estimados para ese año





# Mejores Prospectos según zona de residencia



# Distribución porcentual de los mejores prospectos según Estado de residencia

Estado	2015	2013	2011	2009	2007	2005	2003	2001
California	16,6	15,2	12,9	17,4	15,9	17,0	16,2	17,3
New York	10,3	6,4	6,5	5,7	6,5	5,7	6,8	5,0
Florida	8,6	11,3	8,8	8,5	8,6	6,1	7,8	7,8
Texas	6,5	7,3	9,4	7,0	7,2	5,4	5,1	7,8
New Jersey	4,7	3,7	4,0	2,4	2,9	3,6	3,8	3,5
Illinois	4,0	3,8	4,2	4,9	5,5	3,2	5,1	4,1
Georgia	3,6		2,2	3,2	3,4		3,8	
Arizona	2,8				3,0			
Virginia	2,7	2,5	3,0		2,9	3,8		2,3
Colorado	2,6		2,3	2,6		2,8	3,5	3,0
Michigan	2,5	3,3		3,1	2,7		3,1	3,9
North Carolina	2,5	3,5	2,8	2,6	2,5	2,4	2,6	
Ohio	2,3		2,5	2,6	2,5	2,8	2,5	3,2
Washington	2,2	3,2	4,1	3,4	3,3	4,2	2,6	3,0
Maryland	2,0			2,6		2,8	3,6	2,7
Arkansas		2,4						
Massachusetts		2,6		3,1		2,9		
Minnesota		2,3	2,2	2,7				3,0
Missouri		2,1				2,5		
Oregon			3,0					2,3
Pennsylvania		4,3	3,4		2,7	4,4	3,3	3,2
Wisconsin					2,2		2,3	

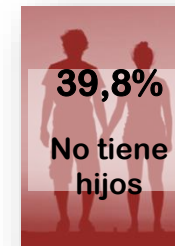
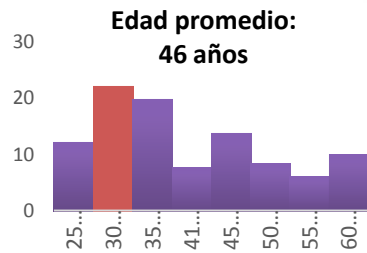
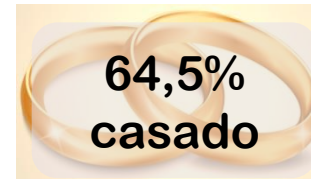


# PERFIL DEL MEJOR PROSPECTO

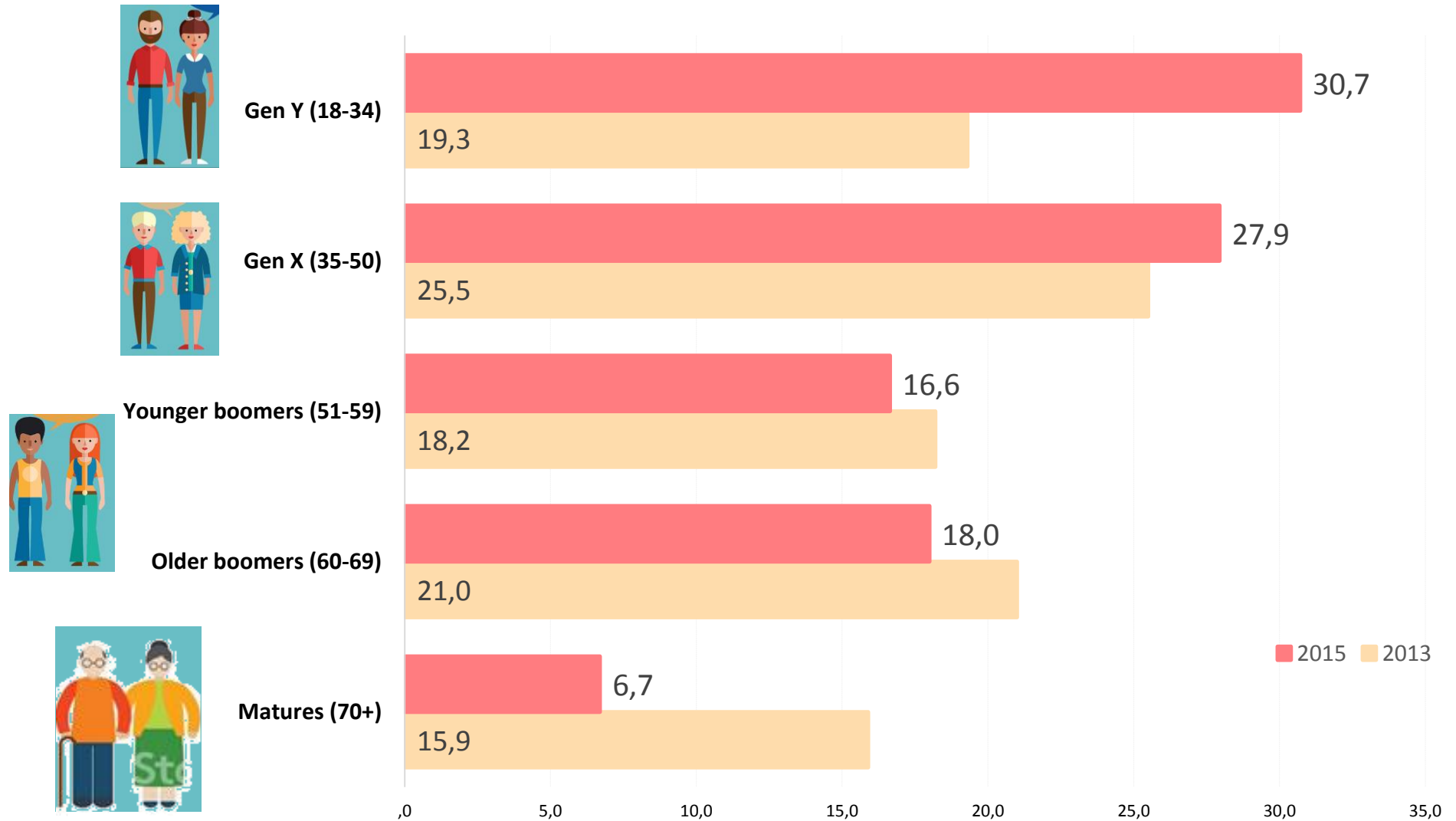




# Características socio-demográficas



# Perfil socio-demográfico



# Planificación del viaje & medios de comunicación



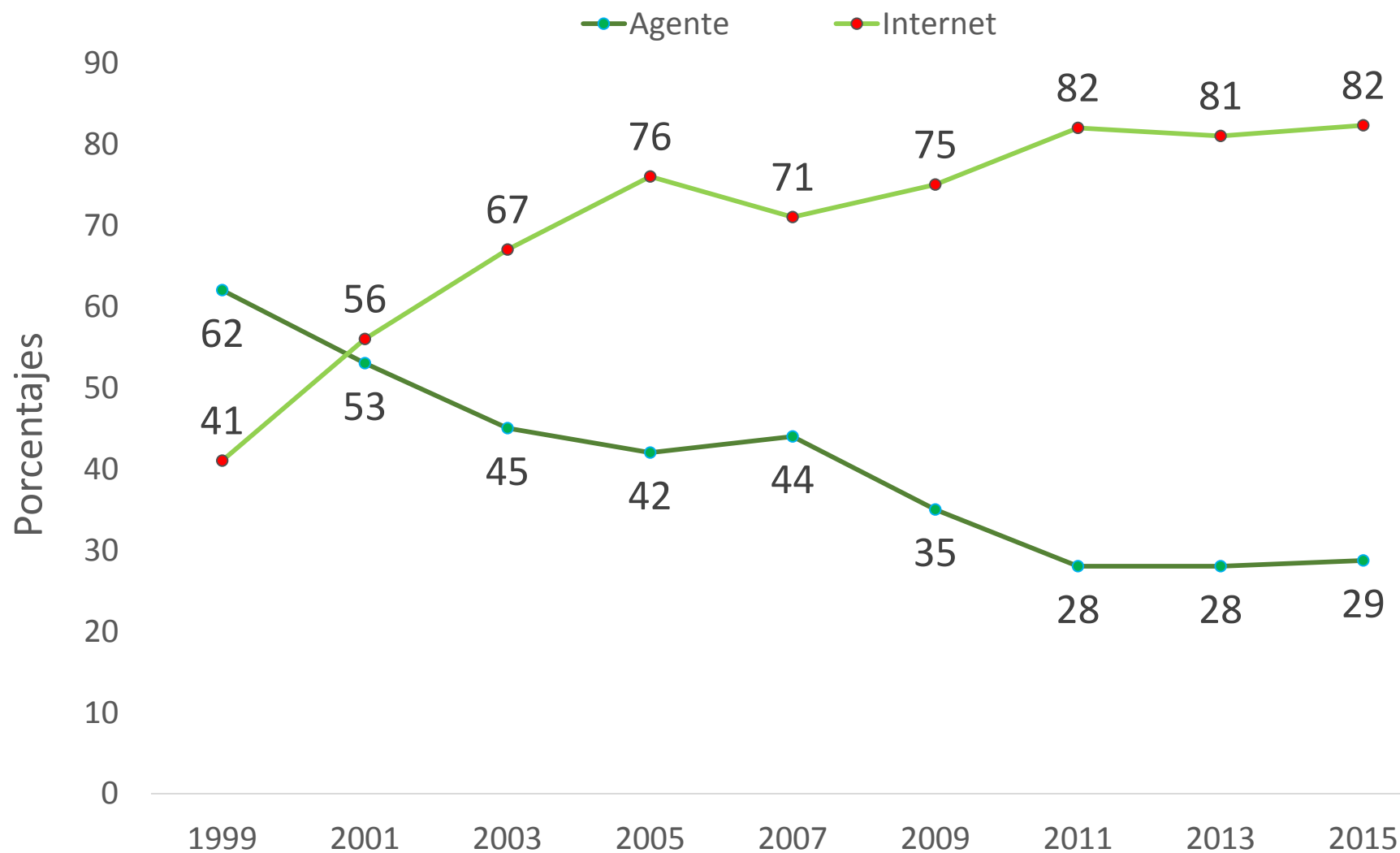
# Para más del 25% , experiencias previas, una buena tarifa, o la recomendación de amigos influyó en su elección del destino

## Factores que influyeron en la selección del destino en las últimas vacaciones

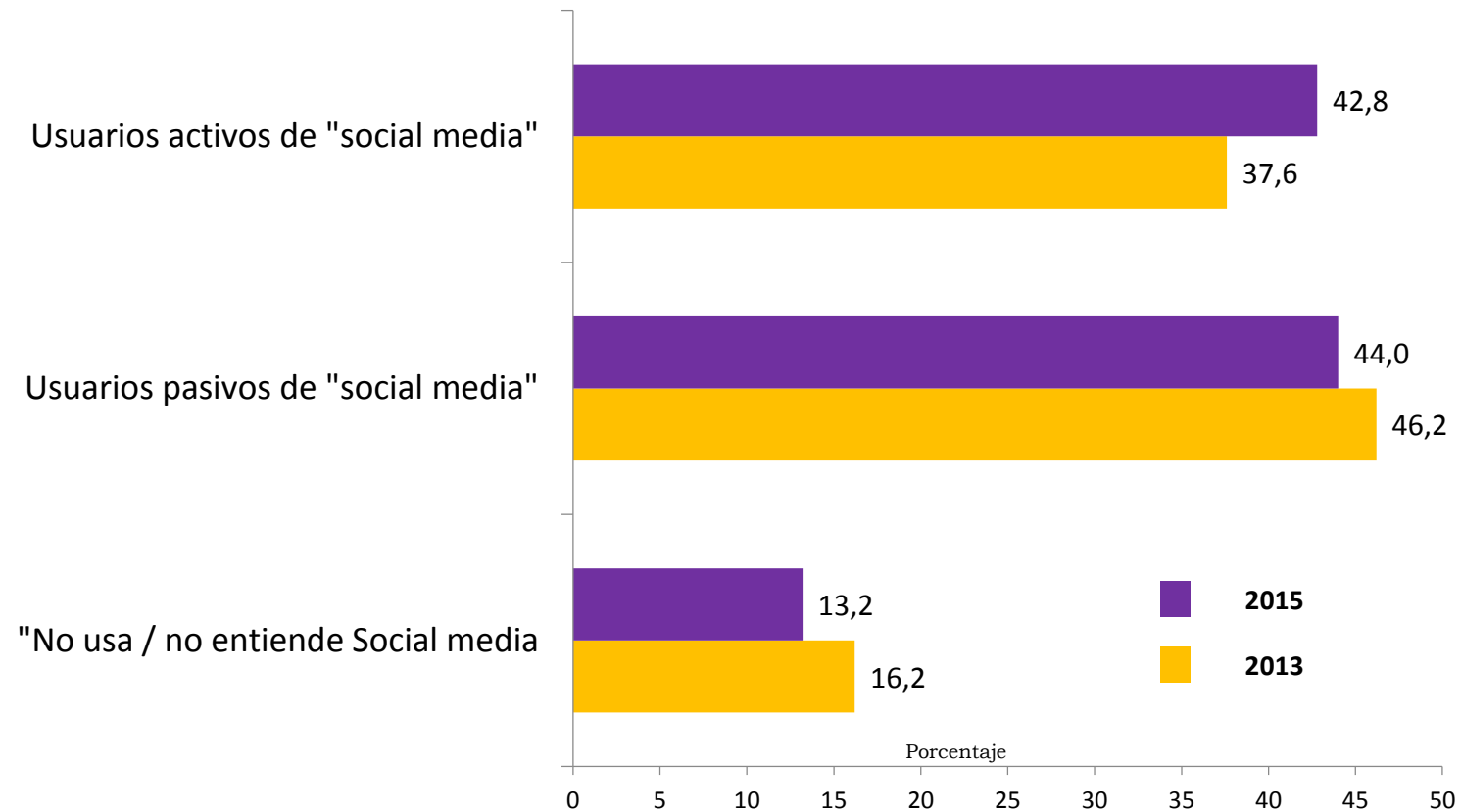
Una visita previa	<b><u>29,9</u></b>	Una oferta por correo electrónico	10,0
Especialmente buena tarifa o paquete	<b><u>27,8</u></b>	Un folleto, panfleto brochure de viajes	9,6
Recomendación de amigo o conocido	<b><u>25,4</u></b>	Recomendación de un agente de viajes	9,2
Comentarios en línea	15,9	Un programa de TV o película filmada ahí	8,9
Sitio web de proveedor de viajes (tour, crucero, aerolínea, hotel)	14,3	Publicidad (revista, periódico , TV, radio)	8,7
Tiene amigos , familiares viviendo ahí	13,1	Video en línea	8,1
Debido a un evento o actividad específica celebrada allí	12,3	Una guía de viajes	7,6
Tipo de cambio favorable	10,9	Publicidad "online"	7,4
Página web del destino	10,3	Artículo de revista o periódico	6,3



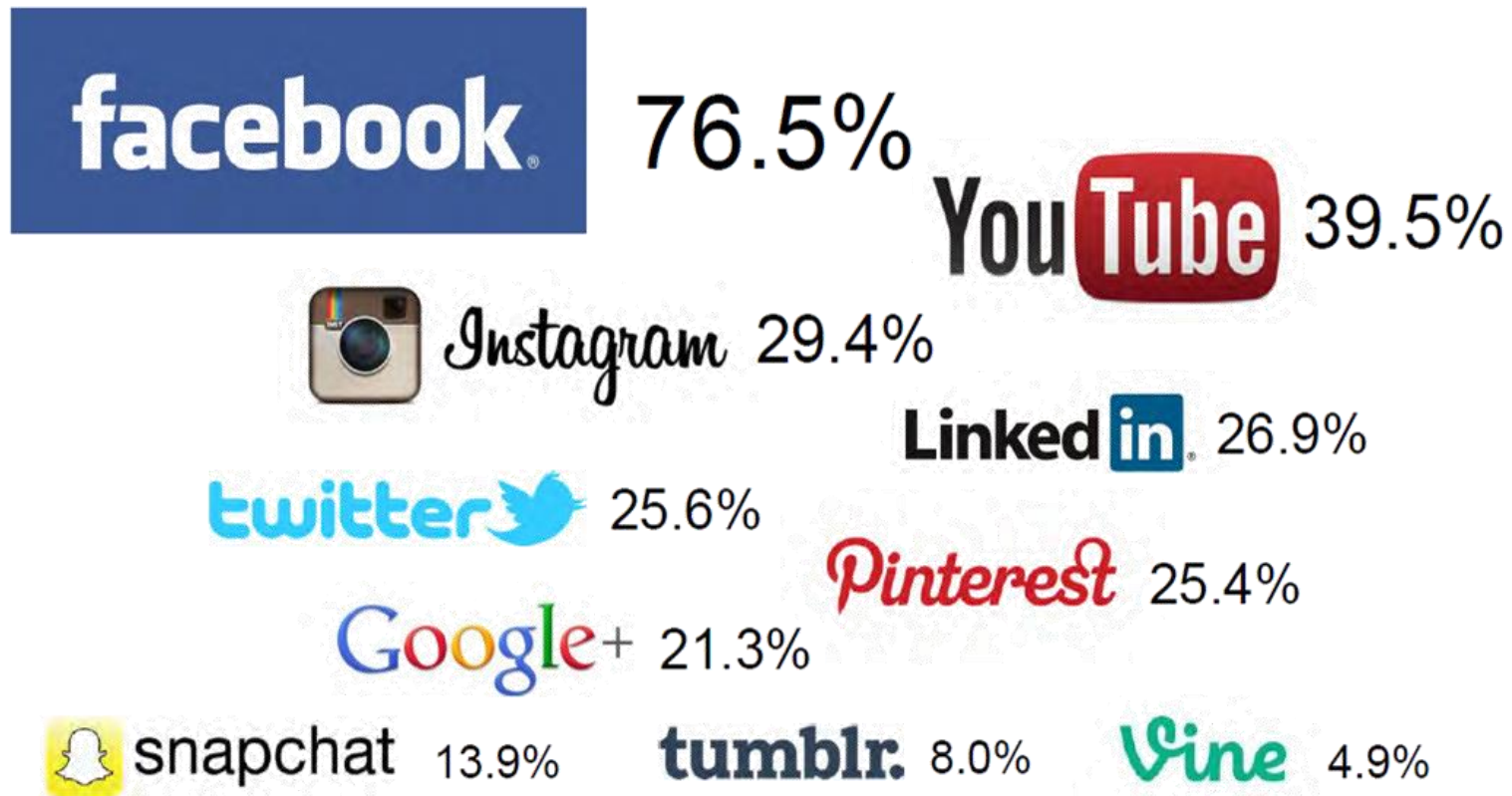
# Uso de agentes de viajes e internet, para el viaje más reciente



# BP's son cada vez más activos en "social media"



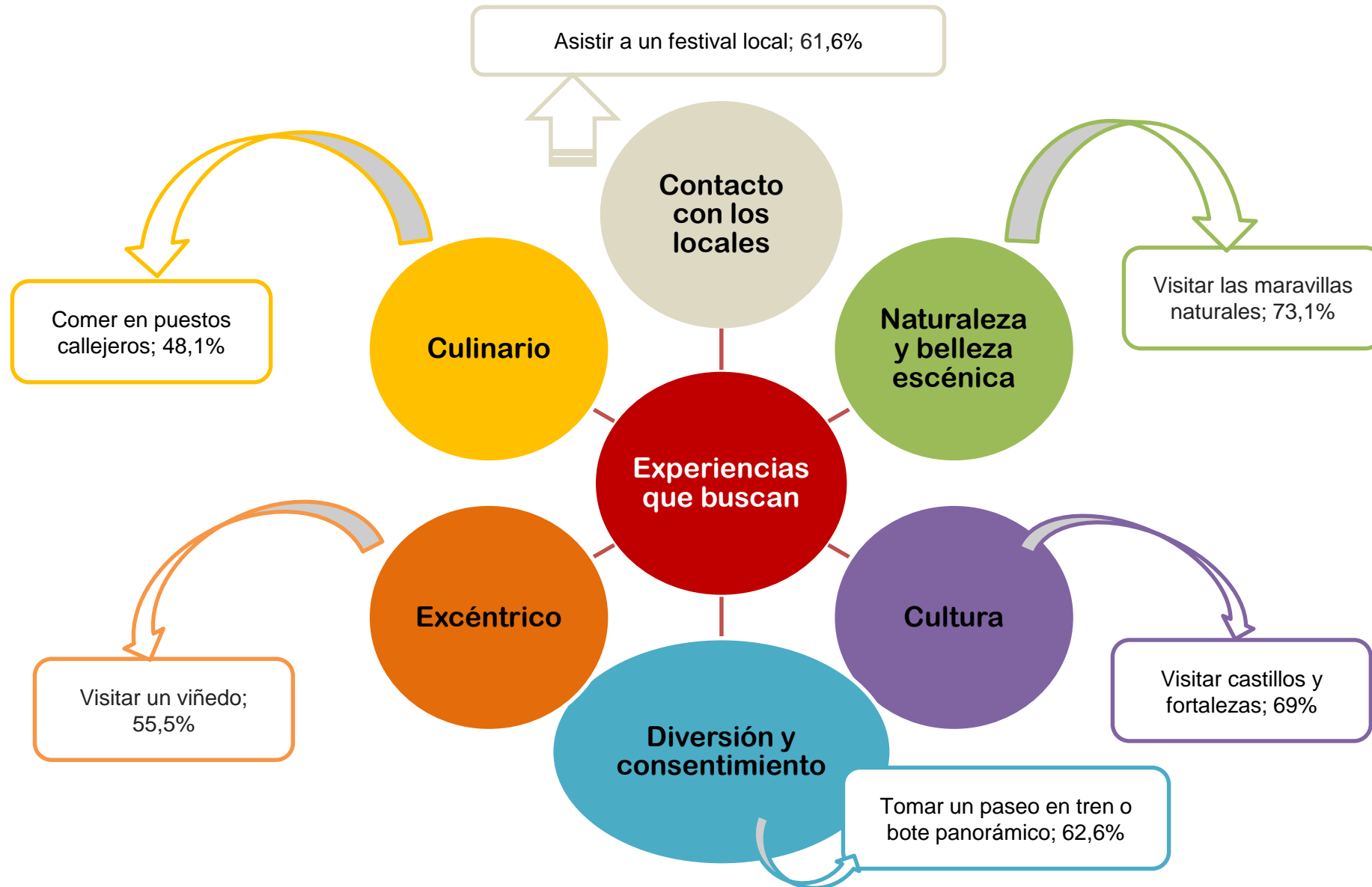
# Más del 75% de los BP's usa Facebook



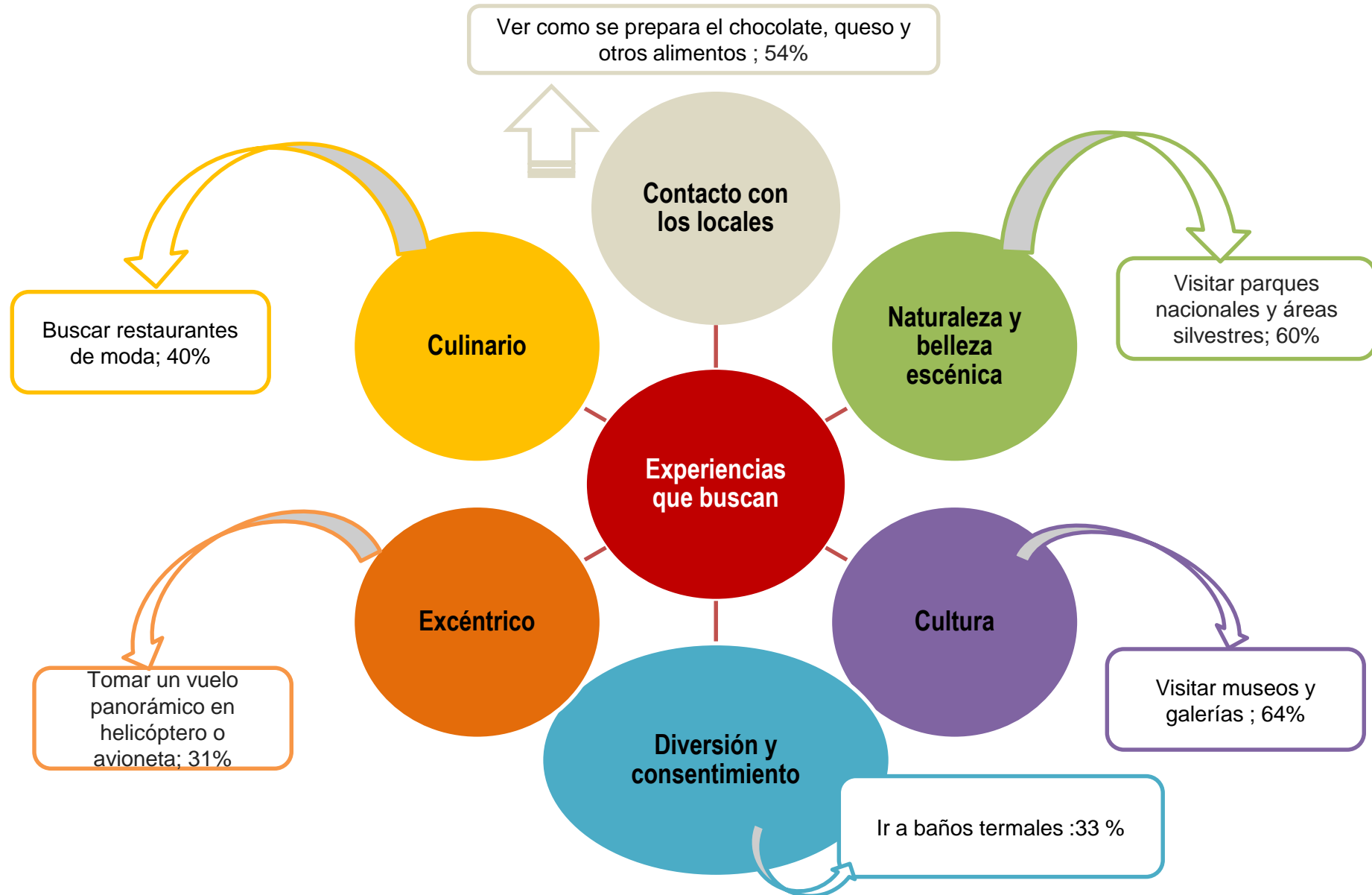


# EXPERIENCIAS Y ACTIVIDADES PARA EL VIAJE

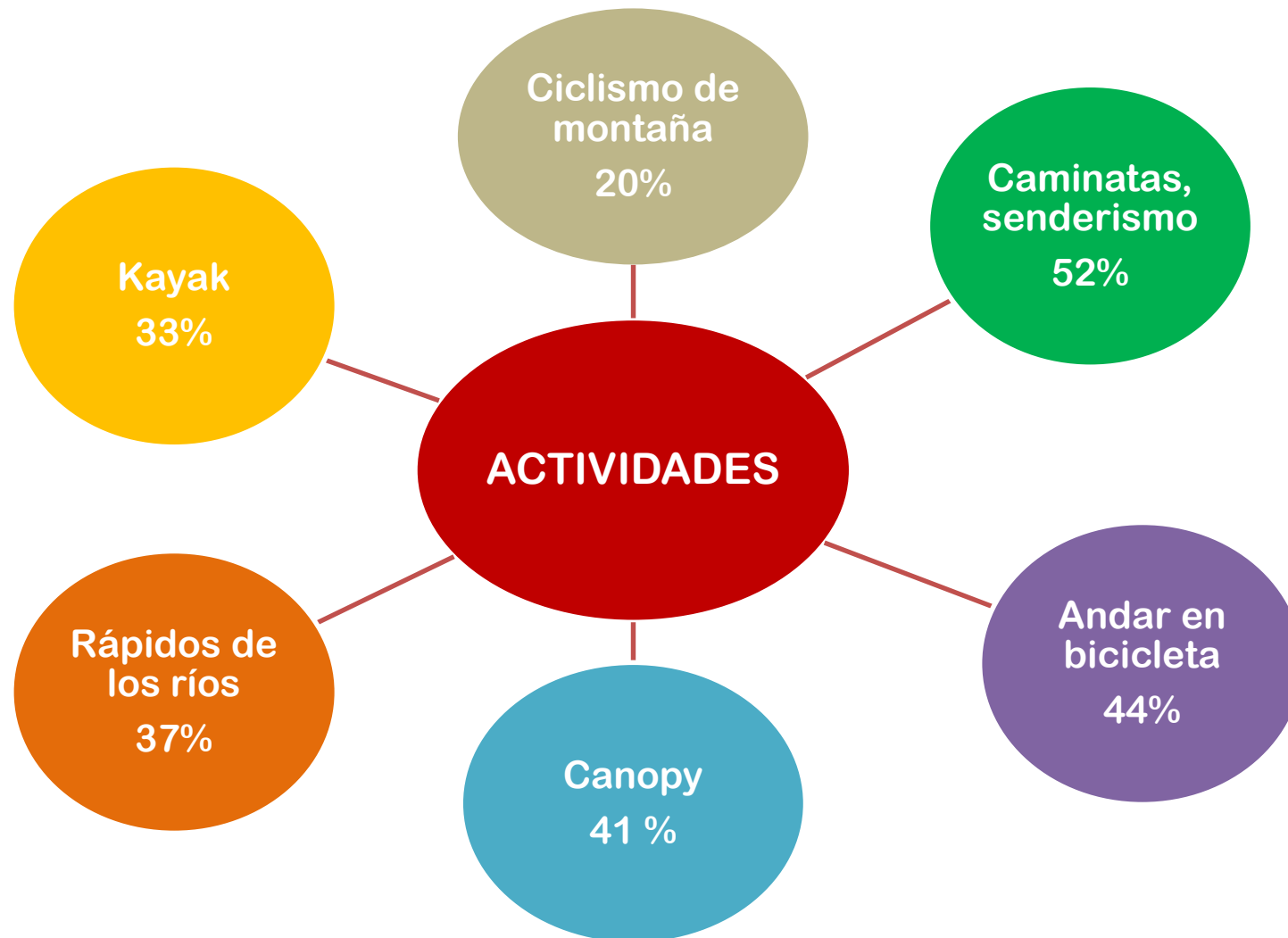
# ¿Cuál de las siguientes actividades podría realizar en vacaciones internacionales, si esta fuera adecuada para el lugar que visita?



# ¿Cuál de las siguientes actividades podría realizar en vacaciones internacionales, si esta fuera adecuada para el lugar que visita?



¿Cuál de las siguientes actividades probablemente haría en vacaciones internacionales, si esta fuera adecuada para el lugar que visita?







# PERCEPCIÓN DE COSTA RICA

# Percepción de Costa Rica

Costa Rica  
es...



Sereno y tranquilo 73,4%



Tiene una de las variedades más ricas de flora y fauna en el mundo 71%



Amigable y acogedor para los estadounidenses 69,2%



Un país seguro para viajar 60,9%



Un buen destino para toda la familia 60,1%



Fácil de llegar 58,2%



Un lugar asequible para visitar 57,1%



Un lugar con todas las comodidades 54,3%



Practica turismo sostenible 52,2%



Fácil de movilizarse para los viajeros independientes 50,6%



# Conclusiones

- ✓ El panorama de Costa Rica es positivo dado que el interés en visitar Costa Rica es fuerte y continua creciendo. Costa Rica es el destino más atractivo de Latinoamérica. Como resultado de las investigaciones de los mejores prospectos se llega a los 20,2 millones de personas, lo que equivale a un 8,2% de la población adulta de los EE.UU.
- ✓ El mejor prospecto de Costa Rica sigue siendo un viajero experimentado , educado y con poder adquisitivo alto. Las motivaciones de viaje son variadas pero principalmente buscan el enriquecimiento cultural, se sienten atraídos por la naturaleza, la belleza escénica, la vida silvestre y actividades de aventura al aire libre, lo que está fuertemente asociado con la oferta turística de Costa Rica.

# Conclusiones

- ✓ Más del 75% consideran fuertemente que Costa Rica ofrece **“experiencias únicas”**. Igualmente, muchos piensan que Costa Rica es un país “sereno y pacífico” y “rico en flora y fauna”. Aproximadamente un 60% cree fuertemente que Costa Rica es un país amigable y acogedor para los estadounidenses, es un destino **PARA VISITAR TODO EL AÑO (68%)**, que proporciona una experiencia de valor (64,5%), además es **SEGURO** y **amigable para viajar en familia**. En términos generales, el monitoreo de las percepciones sobre Costa Rica superan los resultados de ediciones anteriores.





¿Qué tan probable es que usted recomiende a... como destino turístico?

**NPS =**

**% promotores – % detractores**



# El indicador NPS



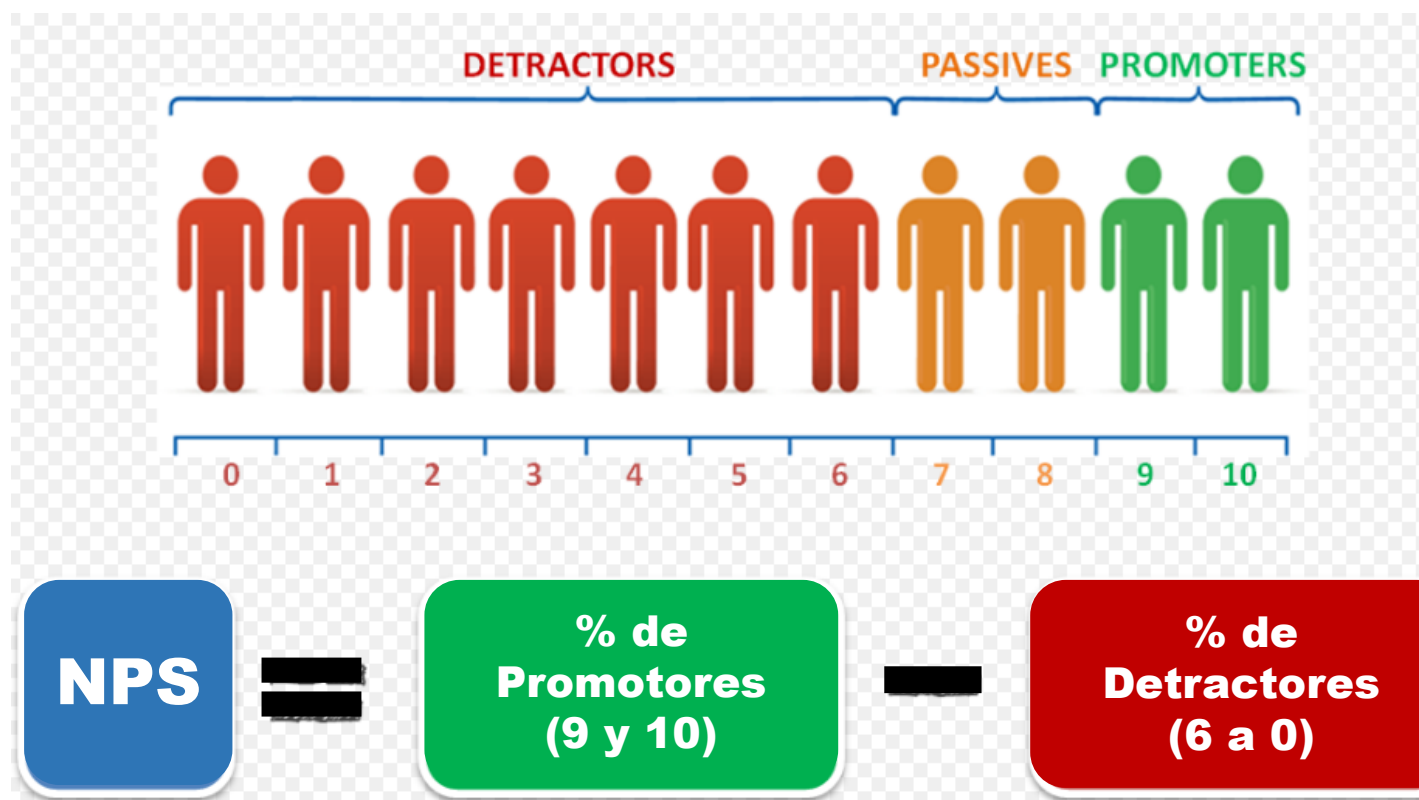
La esencia del indicador NPS se concentra en una sola pregunta ¿Qué tan probable es que recomiende el producto o servicio a un familiar o amigo? , esta pregunta se valora con una escala de 0 a 10, donde 0 es Definitivamente improbable y 10 Definitivamente probable que recomiende el servicio o el destino turístico. Los resultados se clasifican en:

**Promotores (9,10):** son turistas entusiastas con la marca Costa Rica, no solamente incrementan su afinidad con la marca, sino que la refieren a sus colegas y amigos.

**Pasivos (7,8):** tienen moderados niveles de aceptación por la marca, la probabilidad de que la recomiende es relativamente baja.

**Detractores (0 a 6):** son clientes que se sienten muy mal tratados y no regresan al país, se van a la competencia, jamás recomiendan la marca.

# El Indicador NPS



## NPS: % de Promotores netos

¿Qué tan probable es que usted recomiende a Costa Rica como destino turístico?



MERCADO DE INTERÉS	2013	2014	2015	2016
ESTADOS UNIDOS	77	80	77	79
CANADÁ	78	77	78	78





73%



60%



80%



**NET  
PROMOTER  
SCORE (NPS)  
2013-2014**

71%



68%



# MUCHAS GRACIAS

[www.ict.go.cr](http://www.ict.go.cr)

¿Qué  
hacemos?

Investigación  
e inteligencia  
de mercados