



PROGRAMA RED SOFIA

Darcy Araya, INAMU.
Ivan Dumani, Consetur.
Christian Luna, Consetur.
Mariana Garita, ICT.
Angie Mora, ICT.



Contenido del curso

Módulo

01



Programa RED SOFIA
Contexto y Tendencia

ICT

Módulo

02



Causas de la
Problemática.

INAMU

Módulo

03



Medidas de seguridad
turística con enfoque de
género.
CONSETUR

Cierre

04



Herramientas para un
destino turístico seguro
con perspectiva de
género.



Módulo 1



INSTITUTO
COSTARRICENSE DE
TURISMO

PROGRAMA RED SOFIA CONTEXTO & TENDENCIAS





Programa RED SOFIA

Origen:	Convenio Específico de Apoyo Institucional entre ICT-INAMU
Firma:	22 de marzo del 2021
Objetivo institucional:	Impulsar la grata permanencia de las y los turistas mediante el fortalecimiento de las competencias profesionales de la industria.

Objetivos:	<ul style="list-style-type: none">* Promover la igualdad de género en la industria turística costarricense.* Prevenir la violencia contra las mujeres.* Construir ambientes turísticos seguros para mujeres que viajan solas.
------------	---



Lograr la igualdad entre géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas para construir un mundo pacífico, próspero y sostenible.

¿Por qué RED SOFIA?



Solo Female Travel

SOF-IA contiene la esencia del segmento de turistas con el que deseamos conectar.



Primer distintivo turístico

Con enfoque de género, con el nombre que hace honor al nombre de esa mujer que todas conocen.



Inspiración

En todas esas mujeres seguras, libres, confiadas, valientes, empáticas, con paz, empoderadas y felices que se aventuran a viajar solas.



Espíritu de nuestra marca país

“Los costarricenses integran una nación que se deja conocer a través de su propio estilo, valiente y alegre, inspirándose en la sabiduría del pasado y con coraje para abordar el futuro.”

Programa RED SOFIA



Propósito:

Contribuir a que cada turista mujer explore Costa Rica sintiéndose segura en todo momento.

Abierto para todas las personas que trabajan directa e indirectamente con turismo, y todas las empresas turísticas establecidas en el país.

Requisitos para empresas:

Capacitar a su personal
Crear un plan de acción
Carta de Compromiso
Inscripciones en línea

Red de empresas, personas y comunidades comprometidas con la generación de confianza para todas las turistas, compartiendo el valor de la igualdad para crear la mejor experiencia de viaje y una estadía segura.

Beneficios de la RED SOFIA



Para las empresas:

- ✓ Distintivo empresarial.
- ✓ Uso del logo del programa en material promocional.
- ✓ Mejora la imagen y reputación de su marca.
- ✓ Refleja el compromiso de RSE para construir un destino seguro con igualdad de género y en coordinación con la comunidad.
- ✓ Sumar puntos y evidencias para el Estándar CST.
- ✓ Eleva la calidad del servicio y atención del personal.
- ✓ Mejora el proceso de selección de su personal.
- ✓ Promoción en medios digitales del ICT.
- ✓ Mejora la imagen del destino donde opera.

Personal de la industria:

- ✓ Reconocimiento y un distintivo personal.
- ✓ Certificado de participación.
- ✓ Valor agregado al Currículum Vitae.
- ✓ Actualización profesional.
- ✓ Ser embajador de una comunidad turística comprometida.
- ✓ Salvar vidas.
- ✓ Participar en capacitaciones adicionales.

Nómadas digitales

Pasión por los viajes

Nuevas aventuras, disfrutan de la posibilidad de trabajar en cualquier lugar donde puedan conectarse a Internet.

4,8 millones

Trabajadores independientes se describen a sí mismos como nómadas digitales en USA (2018)

Son un grupo diverso

En edad, género e ingresos, **casi un tercio (31%) son mujeres** y más de la mitad (54 por ciento) son mayores de 38 años.

El número estimado

Sólo en Estados Unidos era de **10,9 millones en 2020.**

Steve King, analista de la empresa de investigación Emergent Research, EF.

Solo Travel

Segmento de mercado en crecimiento.

La mayoría son mujeres y su interés aumenta.

Oportunidades y retos para Costa Rica.

EDAD promedio 47 años, pero otras generaciones muestran gran interés

GEN Z: 76%

Millenials: 58%

Gen X: 73%

Baby Boomers: 71%

Género

15% 

85% 



Solo Female Travel

Las mujeres continúan viajando “solo” más que los hombres.

Las búsquedas de "viajes de mujeres solas" crecieron un 52% entre 2016 y 2017.



Informó un aumento del **350%** en las mujeres que publican artículos en “viajes de mujeres solas”

Actividad



¿Qué piensan y sienten?

Deseo de alejarse y desconectarse por un tiempo
Libertad e independencia. Prefieren no esperar a los demás
Posibilidades de viajar y trabajar. FOMO
Solo Travel es peligroso para mujeres



¿Qué ven?

Noticias
Muchas opciones
Lugares peligrosos
Atractivos recomendados
Reviews
Comentarios, blogs.

¿Qué escuchan?

Noticias negativas y positivas
Recomendaciones
Que reconsidere viajar acompañada
Lugares peligrosos
Crímenes contra mujeres

Investigan en línea
Planean
Se preparan, buscan contactos locales

¿Qué dicen y hacen?

Frustraciones

Seguridad
Costo
Soledad
Perderser, no hablar el idioma, transporte dentro del destino
Seguridad sanitaria
Posponer / Cancelaciones / seguro / visas

Metas

Retarse a sí mismas
Aprender cosas nuevas
Aumentar confianza y seguridad en sí mismas
Cumplir una meta personal (subir una montaña, visitar cierto número de países, ver un monumento)
Conocer nuevas personas y explorar nuevos lugares
Redescubrirse y reflexionar

MIEDOS DE VIAJAR EN SOLITARIO

 **39%** Estar segura (o)

Las mujeres son más propensas a sentirse incómodas en diversas situaciones y mucho más preocupadas que los hombres (51% vs 21%)

 **15%**

Enfermarme

 **17%**

Ningún miedo



FACTORES DECISION AL PLANEAR



Época del año: Verano



Factores relevantes del Destino: Costo y Seguridad



Factor relevante en vuelos: Costo



Factor relevante en hospedaje: Ubicación y Costo

INCOMODIDADES DURANTE

 **44%**

Cuando me pierdo y necesito direcciones.

 **36%**

Al perderme en la traducción o por las barreras del idioma.

 **32%**

Al hacer actividades que requieren 2 personas.

Expectativas

Renovada

Satisfecha

Sensación
después de
viajar sola



Independiente

Nuevos
recuerdos

Fotos
asombrosas



Satisfacción de
haber completado
el viaje



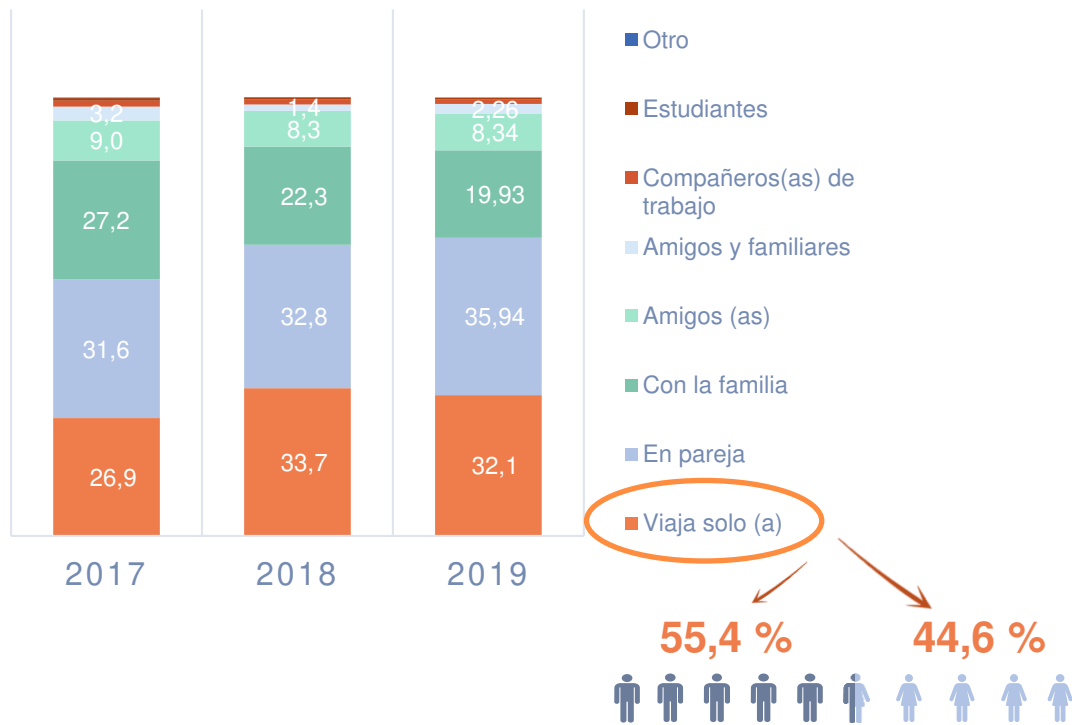
**¿Quiénes
viajan solas a
Costa Rica?**



¿Quién le acompañó en el viaje? (%)

Encuesta ingresos vía aérea de No Residentes

MODALIDAD DE VIAJE (%) TOTAL DE LLEGADAS VÍA AÉREA



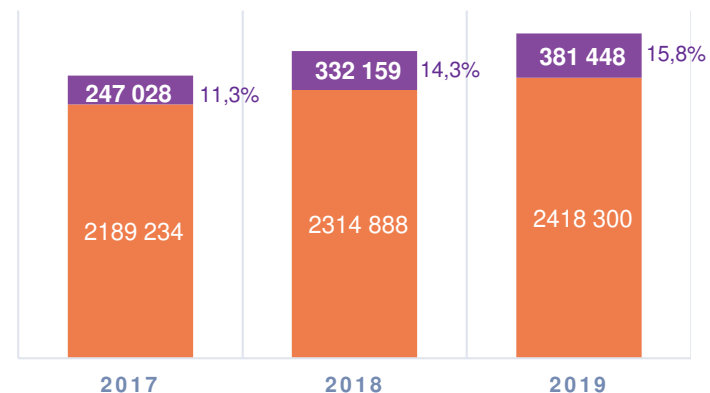
(est. promedio de tres años)

Mujeres que viajan solas

a Costa Rica

CANTIDAD DE MUJERES QUE VIAJAN SOLAS VÍA AÉREA

Total Vía Aérea Viaja Sola



¿Quiénes viajan solas a Costa Rica?

RESIDENCIA

33,1%

ESTADOS UNIDOS

10,9%

CANADÁ

4,7%

EUROPA

21,1%

ESTADOS UNIDOS

9,3%

EUROPA

8,1%

RESTO DE LATINOAMERICA

5,3%

CENTROAMÉRICA

2,3%

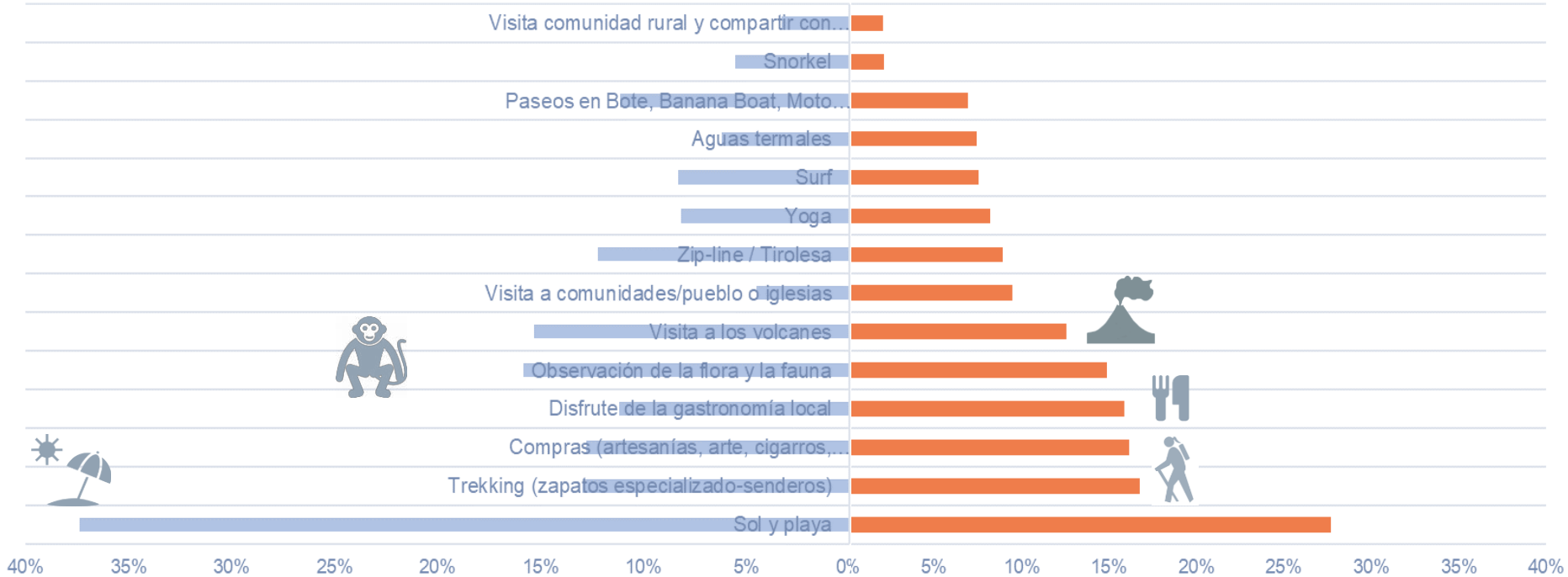
CANADÁ



(Cifras 2019)

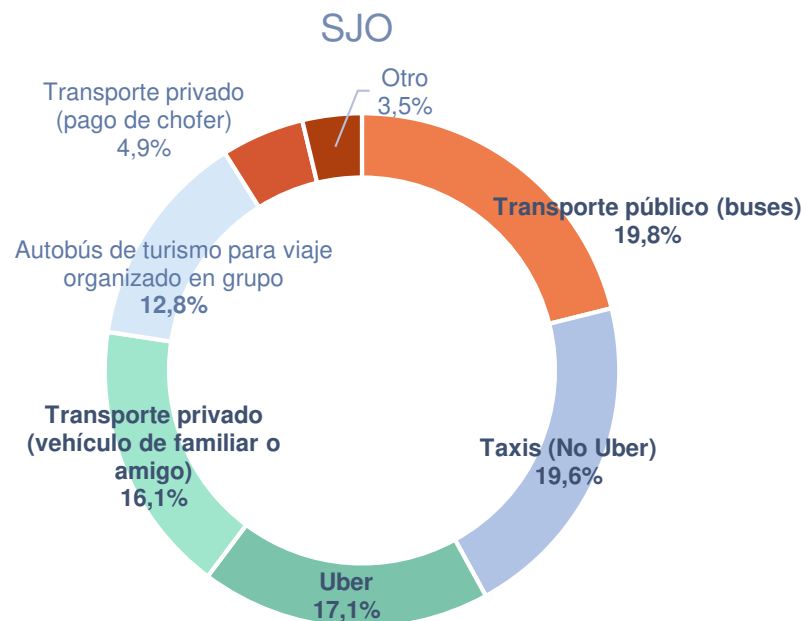
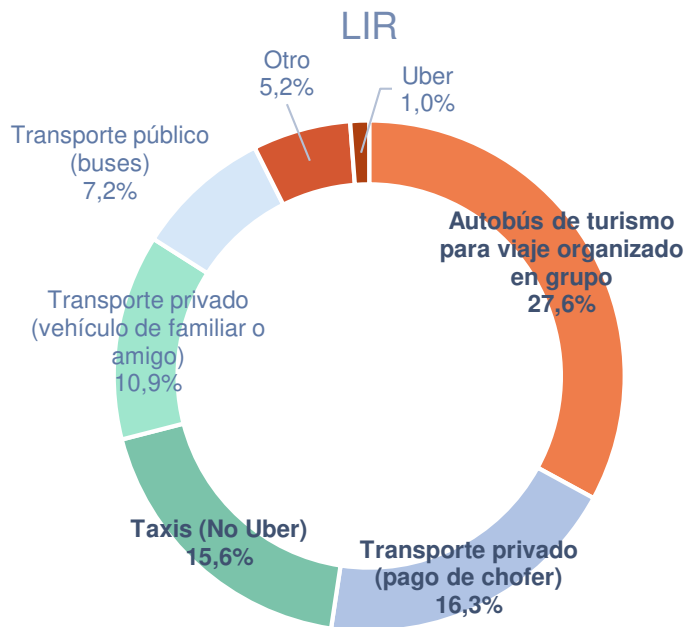
ACTIVIDADES QUE MÁS REALIZAN

LIR SJO



¿Quiénes viajan solas a Costa Rica?

MEDIO DE TRANSPORTE MÁS UTILIZADO



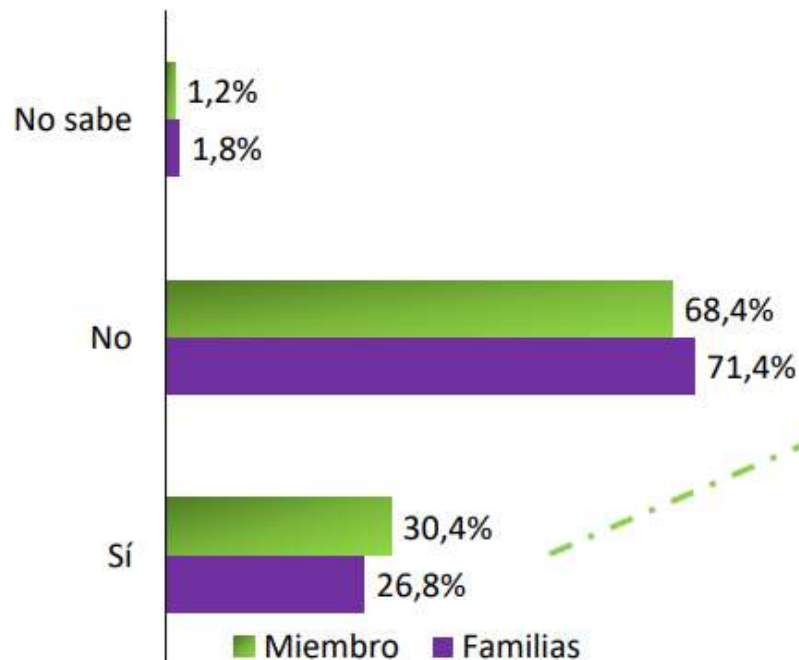
Estudio de hábitos vacacionales del costarricense



Principales resultados

Muestra de 2.065 familias y 560 miembros que viajan solos

► Existe algún lugar geográfico de Costa Rica que no les gustaría visitar de vacaciones



¿Cuál?

Limón centro

Puntarenas centro

Jacó

San José Centro

Mismas respuestas en ambas poblaciones

Principales resultados

Muestra de 2.065 familias y 560 miembros que viajan solos

► Razones por las que no visitaría el lugar



Índice de percepción de seguridad



El índice de percepción de seguridad (PSI) se obtiene del análisis semántico de los comentarios en redes sociales, para períodos determinados mediante técnicas de Procesamiento de Lenguaje Natural (PLN) que identifican el volumen de menciones negativas sobre la seguridad.

Aunque no se refiere únicamente al tema de COVID-19, el PSI es una medida indirecta, ya que considera las menciones relevantemente turísticas recogidas en redes sociales.

Posiblemente las muertes por COVID-19 confirmadas en Costa Rica, incidieron con la baja en el PSI desde el inicio de la pandemia hasta el mes de mayo. A partir de junio se ha mantenido oscilando entre 80 y 90.

A partir de la primera semana de octubre, el Índice de Percepción de Seguridad (PSI) se obtendrá de forma semanal. Desde ese momento se observa una tendencia a la alza y, en las últimas semanas, se mantiene oscilando entre 90 y 100.

Security Index (By Competitor) [®]

