

## IMPULSO PARA EL CRECIMIENTO DEL TURISMO LGBT EN MÉXICO

CARLOS JOEL TORRES PAULIN<sup>1</sup>

Universidad Autónoma de San Luis Potosí [joeltpp28@gmail.com](mailto:joeltpp28@gmail.com)

### RESUMEN

En la presente ponencia se muestra un análisis realizado previamente, como principal tema se eligió al turismo inclusivo, pero, debido a que éste es un concepto muy general se decidió ir mas adentro, en busca de la actividades que se le deriven, en la búsqueda de información nos encontramos con el TURISMO LGBT el cual refiere a la modalidad turística dirigida a la comunidad LGBT, dicha modalidad es especialmente popular en Europa, Latinoamérica y algunos países de Norteamérica, en los últimos años se ha hecho viral en zonas específicas de México donde ha percibido una buena aceptación por parte del sitio receptor, sin embargo, no es el caso del país entero. Es por ello que el objetivo del análisis es conocer la problemática del asunto para posteriormente llevar a cabo un plan que pueda impulsar la inclusión de dicha modalidad en el mercado turístico de todo el país, esto siguiendo el objetivo del turismo inclusivo como actividad, el cual habla sobre la igualdad de oportunidades de todas las personas para disfrutar de las distintas actividades turísticas existentes.

### PALABRAS CLAVE.

Inclusión - Turismo - Turismo LGBT - Turismo LGBT en México - Impulso – Visibilidad -Igualdad

### ABSTRACT

This article shows a previously performed analysis, inclusive tourism was chosen as the main theme but this is a very general concept, it was decided to go deeper in search of the activities derived from it. In the search for information we find LGBT TOURISM which refers to the tourist modality directed to the LGBT community. This modality is especially popular in Europe, Latin America and some countries in North America. In recent years it has gone viral in specific areas of Mexico, where it has received a good acceptance by the site, however, this is not the case for the entire country. That is why the objective of the analysis is to know the problem of the matter to subsequently carry out a plan that can promote the inclusion of this modality in the tourist market throughout the country, this following the objective of inclusive tourism as an activity which talks about equal opportunities for all people to enjoy the different existing tourist activities.

### KEY WORDS

Inclusion – Tourism – LGBT Tourism - LGBT Tourism in Mexico - Boost - Visibility - Equality

Tema a debatir: Desarrollo y sostenibilidad

---

<sup>1</sup> Estudiante del 8vo semestre de la Licenciatura en Turismo Sustentable en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca. en Ciudad Valles, San Luis Potosí, México.

## 1. INTRODUCCIÓN.

El turismo, en los últimos años, se ha convertido en una actividad económica y estratégica para el desarrollo del país, existe una gran variedad en cuanto a tipos de turismo y de segmentos de mercado a los que este ha logrado dirigirse.

Uno de estos sectores a los cuales el turismo ha captado como un buen generador de recursos económicos ha sido el sector lésbico, gay, bisexual, transexual, etc. (LGBT) el cual ha impulsado a la creación de un turismo que satisface sus necesidades como comunidad, es por eso que en los últimos años el turismo LGBT o turismo gay ha sido escuchado y aceptado en muchos países del mundo, como es el caso de Brasil, Argentina, Estados Unidos, Países Bajos, Francia, entre muchos otros.

En México se ha optado por la inclusividad a personas con capacidades diferentes y/o limitadas, a la integración *PetFriendly*, *EcoFriendly*, así mismo, se le ha puesto mayor atención a los diversos sectores socioeconómicos para que todos puedan viajar, pero, ¿cómo se pretende ser un país sustentable, inclusivo, amigable, etc., cuando no se está abarcando al cien por ciento una de las minorías que existen en el mundo y que además es de las que se recauda mayor ingreso económico?

Hasta hace algunos años el turismo rosa no contaba con apoyos gubernamentales dentro la República Mexicana, además de que existía poca fe en el crecimiento económico exponencial que representa este tipo de mercado dentro del país y es que, aunque no lo parezca, este nicho de mercado turístico proporciona una cantidad importante de derrama económica, ya que los consumidores tienen un alto poder adquisitivo, por ende, sus gustos y preferencias son de un nivel socioeconómico alto.

La revista FORBES (2013) menciona que en México se comenzó a tener mayor participación y promoción sobre este sector el 25 de Julio de 2013, gracias a la publicación vía Twitter de la Secretaria de Turismo (SECTUR) en donde mencionaba al Turismo rosa como un consumidor de marcas, tendencias, moda, cultura y gustos por un buen estilo de vida, es por eso que hoy en día, los destinos que más sobresalen en cuanto al turismo inclusivo con la comunidad LGBT son Puerto Vallarta, Ciudad de México, Tepoztlán, Oaxaca, y Cancún.

Esto no solo apoyo a que la industria turística creciera, sino que, además, se comenzó a ver a México como un país de mayor inclusividad a nivel claramente nacional e internacional, proporcionando así mayores conexiones con el turismo gay de Europa, China, Sudamérica y claramente Estados Unidos.

Sin embargo, no se puede decir lo mismo de los demás estados de la Republica, ya que, por diversas razones, son escasos los recursos y/o apoyos para mayor integración y promoción de este tipo de turismo o definitivamente no cuentan con las herramientas necesarias para atraer dicho segmento de mercado, el cual genera una derrama económica significativa.

Por lo tanto, en esta ponencia como se mencionó antes, se analizará porque en los otros 27 estados del país, no se ha dado a conocer este tan llamativo turismo rosa que ofrece una creciente económica muy amplia y que puede ser una alternativa más para las personas de la comunidad LGBT de todo el planeta que gustan de viajar, conocer y disfrutar.

Atacando así mismo otra problemática, que es la sobrecapacidad de carga turística en los sitios mencionados anteriormente, para poder dar mayor promoción a todos los sitios turísticos aun no tan conocidos, volverlos inclusivos, y que exista un orden equitativo a lo largo del territorio mexicano.

El siguiente proyecto de investigación se desarrolla con la finalidad de proporcionar mayor información sobre causas-consecuencias, métodos, ejemplos y aportaciones de otros países, entre otras, para el implemento de nuevas iniciativas dentro del turismo rosa, turismo gay o turismo LGBT dentro de México.

## **2. IMPULSO PARA EL CRECIMIENTO DEL TURISMO LGBT EN MÉXICO.**

Antes de comenzar con la investigación de la problemática es necesario dar los significados de algunas palabras clave para comprender mejor de lo que trata el tema a exponer.

### **⇒ Turismo.**

Mathieson y Wall (Citado de Sancho et al., s. f., p. 46) definen el turismo como “el movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año. A destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”.

Para SECTUR (Datatur, s.f.):

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

La definición anterior no esta tan separada con la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT, s.f.) que dice que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

### **⇒ Inclusión.**

Es necesario definir que es la inclusión para brindar un mejor apoyo en cuanto al tema en donde esta se busque integrar, en este caso, la inclusión de la comunidad LGBT dentro del turismo.

La Real Academia Española (RAE, s.f.) define a la inclusión social como “un principio en donde la sociedad promueve los valores orientados a un bien común social, permitiendo que todas las personas tengan las mismas oportunidades y recursos necesarios para participar de manera íntegra y plena en los ámbitos políticos, económicos, sociales, educativos, laborales y culturales, así mismo para disfrutar de las condiciones de vida en igualdad con los demás.”

Cedeño Ángel (citado en Ramírez Valbuena, 2017, p. 215) explica la inclusión como:

Una actitud que engloba el escuchar, dialogar, participar, cooperar, preguntar, confiar, aceptar y acoger las necesidades de la diversidad. Concretamente, tiene que ver con las personas, en este caso, las personas con discapacidad, pero se refiere a las personas en toda su diversidad. (Inclusión educativa, párr. 3).

Es decir, la inclusión es el aceptar a cualquier individuo sin hacer caso a su sexo, religión, país, o a las capacidades diferentes de las personas para integrarlo como un igual a todos los demás seres humanos que habitan en un entorno social general.

⇒ **Turismo LGBT**

“El turismo LGBTTTI es una modalidad de la actividad turística que surge para satisfacer las demandas de un mercado específico. Diversos autores coinciden en señalar que este tipo de el turismo potencia la actividad en términos económicos y sociales” Clift, Luongo, y Callister, 2002; Hughes, 2006; Waitt y Markwell, 2006. (Citado de Woolfolk Gallego, Núñez Noriega, y Ponce Jiménez, 2016, párr. 15)

El turismo gay, turismo homosexual o *GayFriendly* se basa únicamente en los viajes exclusivos de la comunidad LGBT (lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, etc.), los cuales han ido tomando fuerza durante los últimos años, especialmente en Europa y América, gracias a la globalización y la amplia gama de ofertas para viajar a cualquier parte del mundo.

**2.1. Importancia del turismo.**

Hoy en día, el sector turístico es mucho más importante de lo que parece debido a que en los últimos años se ha convertido en un comercio de mucha masificación que aporta gran derrama económica además de otras contribuciones en la mayoría de los países alrededor del mundo.

“El turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida), en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial.” (Sancho et al., s. f., p.17)

K. Delgado (s. f.-a, p. 19) menciona que:

Los ingresos por turismo (excluido el transporte) suponen un tercio del valor de los intercambios mundiales, lo que en cifras representa el 8% del total mundial de exportaciones de bienes y más del 35% del total mundial de exportaciones de servicios. Esto pone de manifiesto la importancia económica del sector a nivel mundial.

**TABLA 1.  
Principales países de destinos y emisores del año 2020**

<b>DESTINOS 2020</b>		<b>EMISORES 2020</b>	
	Cuota de mercado mundial		Cuota de mercado mundial.
China	8.6	Alemania	10.2
Estados Unidos	6.4	Japón	8.8
Francia	5.8	Estados Unidos	7.7
España	4.4	China	6.2
Hong Kong	3.7	Reino Unido	6.0
Italia	3.3	Francia	2.3
Reino Unido	3.3	Países Bajos	2.2

México	3.1	Canadá	2.0
Fed. Rusa	2.9	Fed. Rusa	1.9
Rep. Checa	2.7	Italia	1.9
<b>TOTAL (1 – 10)</b>	<b>44.2</b>	<b>TOTAL (1 – 10)</b>	<b>49.2</b>

*Fuente: Delgado, s. f.-a, p. 22*

Como se muestra en la Tabla 1. La Organización Mundial del Turismo advierte que:

El sector turístico se caracteriza por tener unas estructuras principalmente de reducido tamaño de carácter muy familiar (microempresas), que tras un periodo de crecimiento continuado se enfrentan a tasas de crecimiento más moderadas, a un mercado más competitivo y a unos márgenes empresariales más estrechos. Las empresas de restaurantes y establecimientos de bares y bebidas son las que más aportan al conjunto en cuanto a producción y empleo.

Además, tiene un enorme potencial y se constituirá como uno de los principales motores de la economía mundial, al cual se incorporarán con gran rapidez las nuevas tecnologías según las previsiones para los próximos 20 años. Los flujos turísticos de estos últimos años han tenido un aumento sostenido, con incrementos de los viajes de larga distancia y viajes domésticos, y disminuciones de la cuota de mercado de los destinos tradicionales. (Delgado, s. f.-b, p. 31)

La actividad turística, quien además de convertirse en uno de los principales actores de comercio internacional y de generar empleos, infraestructura, desarrollo de micro, pequeñas, medianas y macro empresas, también es un importante causante de incentivos a la cultura, ya que no hay mejor manera de conocer la diversidad de un lugar si es que no se vive la experiencia de probarlo por uno mismo, conviviendo con la gente receptora, degustando su comida, adoptando sus hábitos, conociendo su historia, costumbres y tradiciones, entre muchas cosas más.

### **2.1.1.Importancia del turismo LGBT**

“El turismo se ha convertido en una poderosa arma de desarrollo económico para muchos países, lo que, junto con los cambios en los hábitos de unos turistas cada vez más experimentados y que demandan unos productos más personalizados, ha provocado profundos cambios en el sector, con diversos tipos de turistas.” (Troitiño et al., 2003; Prat y Cànoves, 2012. Citado de Prat Forga, 2015, p. 602)

Para Prat Forga y Cànoves Valiente (2012, párr. 11):

El colectivo homosexual (gays y lesbianas), presenta unas determinadas características socio-demográficas y económicas (Leung, 2003). Es un segmento que demanda un tipo de turismo que, según Hughes (2002) presenta una concentración espacial discreta, no solamente con bares y clubs especializados sino también con restaurantes, cafeterías, hoteles, tiendas y espacios públicos, donde se permiten las interrelaciones personales.

La importancia de este turismo se refleja en sus casi 1.000 millones de viajeros, lo que representa el 10% del flujo mundial de turistas, y con el 15% del gasto total de turístico (OMT, 2012). Además, presenta una demanda turística creciente, un poco ajena a la crisis económica, gastándose, de media, más de 8.000 euros al año por persona en actividades turísticas culturales y de ocio, y viajando cuatro veces más que la media de turistas (UNWTO, 2012)

“Además, este tipo de turismo es también una modalidad que surge para satisfacer las demandas de este mercado en específico, para la construcción de una idea y una agenda política, ya que el turismo no ha estado ausente en estas transformaciones que se han dado a lo largo de la historia” (Woolfolk Gallego et al., 2016).

El turismo LGBT se ha posicionado como uno de los más importantes en los último diez años, debido a que como se menciona en las citas anteriores, es uno de los nichos de turismo que provee mayor derrama económica en los países que visita, asimismo por su gran relación con los cambios sociales y civiles permite a dichos lugares una mayor empatía e inclusión dentro de su territorio.

## **2.2. Inicio del Turismo LGBT.**

“Berlín y San Francisco fueron los principales destinos precursores para los homosexuales. Su comienzo fue entre los años 1920 y 1930, en Berlín todo fue después del fin de la Primera Guerra Mundial, cuando la libertad de prensa y de expresión tuvo su auge, mientras en San Francisco ya era conocido como un puerto liberal y tolerante, ya que aquí existían duchas y baños públicos y atracciones en la playa que estaban adaptadas para los hombres que deseaban tener sexo con otros hombres. De hecho, es en 1930 cuando nacen los primeros bares gays de la ciudad, uno de los más importantes fue el club “Finnocchio’s” por introducir en sus espectáculos a las “Drag Queen” en la ciudad” (Flores Román, 2015, p.44).

Flores Román (2015, p. 45) también menciona que “todo este auge enfocado a este nuevo turismo se vio afectado por la Segunda Guerra Mundial, pero retomó fuerza a finales de 1960, cuando surgen operadores turísticos enfocados únicamente en el turismo homosexual la cual se siguió expandiendo los siguientes años y en 1980 se presenta un hito de publicidad ya especializada en los periódicos y revistas como un estilo de vida.”

A principios de 2012, la Organización Mundial del Turismo, en conjunto con la Asociación Internacional de viajes de gays y lesbianas (IGLTA), lanzaron el primer reporte mundial sobre turismo LGBT en futuro, marcando un hecho histórico que oficializa la preocupación de los líderes mundiales del sector por hacer del aprovechamiento de esta actividad un ejemplo de inclusión y respeto hacia estas diferencias, además de darle importancia a un mercado que es responsable de generar el 10% de los ingresos en la actividad turística mundial (International Gay and Lesbian Travel Association, IGLTA, Organización Mundial del Turismo OMT, 2012; Citado de Rodríguez, 2013) .

Hoy en día Flores Román (2015, p.48) advierte que “ciudades como Londres, Nueva York y San Francisco disfrutan de gran cantidad de turistas gay por su reputación de tolerancia y apertura y todas las atracciones que agradan a este público. Además, que la cantidad de residentes de la comunidad LGBT en estas ciudades es grande y tienen establecidas normas sociales, políticas y culturales que permiten un tránsito e interacción libre tanto para residentes como turistas.”

### **2.2.1. Características del turista LGBT**

Cada turista tiene definido lo que busca dependiendo el tipo de turismo que más le llame la atención, este caso no es ajeno a las personas homosexuales quienes tienen gustos y preferencias propias de ellos y que buscan al momento de realizar un viaje para disfrutarlo de manera más agradable y tener mayores y mejores experiencias en su visita al sitio turístico.

Este tipo de turista es una persona soltera o separada, sin hijos, no excluyente y presentando un nivel social económico y cultural bastante alto, ya que cuenta con un nivel educativo y profesional

superior al promedio, con una mayor capacidad para viajar (de 3 a 4 veces más que la media) en cualquier época del año, consumen en su mayoría moda, cultura, viajes, bebidas, estética, cuidado personal, nutrición, entre otros, gastando así el 48% de sus ingresos en estas actividades. Son turistas que orientan sus viajes a lugares donde sean bien recibidos, prefieren comprar productos y servicios promocionados especialmente para ellos, y zonas donde puedan sentirse cómodos en compañía de personas del mismo género, disponiendo así de una oportunidad de vivir una sexualidad abierta enfocándose así en no lidiar con temas de orientación sexual, realizar consumo cultural satisfactorio y tener la máxima libertad posible (Flores Román, 2015; Prat Forga 2015; Prat Forga y Cànoves Valiente, 2012).

### 2.3. Turismo LGBT en el mundo.

La Organización Mundial del Turismo publicó un informe en 2012 (Citado de Noguera Cordero, 2016, p.359):

Sobre la importancia del turismo LGBT en el mundo, llamado Global report on LGBT Tourism (AM Report: Volume three) el cual nos dice que la tendencia del turismo en general es creciente, y en consecuencia el de todos sus segmentos, incluido LGBT. En este estudio se incluye al segmento LGBT en el género conocido con el acrónimo DINK (Dual Income No Kids: doble sueldo; sin hijos), lo que les da un poder adquisitivo más alto. Por este motivo, según el estudio, son los hombres gais los que más gastan en sus viajes comparando con el turista general o incluso el lésbico, y suelen consumir servicios cercanos a la categoría de lujo. A esta conclusión llegaron a partir de un estudio de 6.648 encuestas, realizadas en Estados Unidos a personas que se autodenominan LGBT.

La asociación internacional de viajes Gay y Lésbico está integrada por agencias de viajes, tour operadores y demás empresas relacionadas con el turismo gay, es la mayor de este tipo y la única perteneciente a la OMT. Esta asociación realiza diversas actividades, la más importante es la celebración anual de su congreso donde reúne a profesionales de 80 países para brindar experiencias y conclusiones sobre el movimiento del turismo gay dentro de sus territorios y como se puede seguir promocionando más asertivamente (Noguera Cordero, 2016. p.359).

La industria del turismo gay ha crecido exponencialmente de manera global, lo que ha permitido la adaptabilidad de los profesionales en el turismo ante este nuevo segmento turístico, tal es el caso de los guías propiamente para la comunidad LGBT, los restaurantes y/o bares, hoteles y demás espacios *GayFriendly* en donde dicha agrupación pueda sentirse más cómoda y logrando así la fidelización de los clientes en estas áreas.

En la Tabla 2 se muestran algunas de las principales actividades que diversos países como Estados Unidos, Colombia y España realizan para recibir a turistas LGBT.

TABLA 2.  
Principales actividades para la comunidad LGBT

ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA	ESPAÑA
Disney World en Florida realiza un festival exclusivo para la comunidad LGBT+	Día del Orgullo Gay*	Se realiza un evento llamado "White Party" en Madrid y Barcelona
En California se realiza el torneo de golf gay (The Dinah Shore Golf Classic) en Palm Spring	Ciclo académico del cine rosa	Se realiza el evento llamado "Black and Blue" en Montreal
Se realiza el evento "White Party" en Miami a finales del año.		El Festival Cicuit celebrado en Barcelona como uno de los más

		importantes eventos europeos para el colectivo homosexual
Se realiza el evento "Blue Ball" en Filadelfia		
Cada año se celebra el "Aqua Girl" que es un evento acuático para lesbianas		

*Fuente: Elaboración propia.*

Actualmente entre los principales destinos turísticos para la comunidad LGBT alrededor del planeta se encuentran, Ciudad de México, Puerto Vallarta y Zipolite en México, Tailandia, Ámsterdam, Berlín en Alemania, Barcelona, Madrid, Montreal, Sevilla en España, Bogotá en Colombia, Buenos Aires en Argentina, San Francisco, Nueva York, Los Ángeles, Filadelfia, Massachusetts, Minneapolis, Las Vegas en Estados Unidos, Mykonos en Grecia, Vancouver en Canadá, Sídney en Australia, Sao Paulo en Brasil, Cape Town en Sudáfrica, Manchester en Reino Unido. (Flores Román, 2015; Noguera Cordero, 2016; Rodríguez, 2013)

El turismo gay es muy accesible para segmentarse porque dentro de la comunidad gay podemos encontrar no solamente homosexuales y lesbianas, si no también, transexuales, transgénero, además se pueden encontrar madres lesbianas, familias homoparentales, entre otros.

"Estados Unidos y España son países con un atractivo marketing para la afluencia de turistas, por ejemplo, Provincetown (EE. UU.) Es considerado el mejor destino lésbico del país y de los más importantes globalmente. España, por su parte, es uno de los países con mayor tolerancia hacia el colectivo, según el Patronato de Turismo de Madrid en su "Gay Pride" asisten alrededor de dos millones de personas y se estima un gasto promedio de \$140, 000,000 de euros de ganancias, solo en un fin de semana." (Flores Román, 2015)

#### **2.4. Turismo LGBT en México**

En la revista Milenio (Valadez, R. 2019) el presidente de la Asociación Nacional de Comercio y Turismo LGBT en México (Cancotur), Mariano Osoreo, afirmó que desde hace poco más de siete años este segmento ha mostrado dicho incremento, y se prevé que continúe con el mismo ritmo. Osoreo mencionó también que aproximadamente 5.6 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del turismo es expresado por el segmento LGBT. Señaló que en promedio estos viajeros tienen una estancia de tres noches y cuatro días con una derrama económica de 700 dólares, es decir, 15 por ciento más que un turista tradicional.

"Alrededor del año 2008 la firma de investigación de mercados De la Riva calculó que existen alrededor de 11 millones de personas LGBT lo cual suma un poder de compra de 4,663 millones de dólares al año" (Flores Román, 2015)

Entre los principales destinos turísticos para la comunidad LGBT se encuentran Puerto Vallarta, la playa Los Muertos es una de las zonas más populares para el colectivo, además cuenta con 12 hoteles exclusivos para este tipo de turismo; la Ciudad de México en donde incluso hay guías con membresías de la Asociación Internacional de Viajes (IGLTA) para un servicio más profesionalizado;

---

\*Aunque la celebración del Orgullo Gay sucede en la mayoría de los países, en Colombia es un evento que en los últimos años ha atraído muchos turistas LGBT y por eso su mención en esta tabla (Rodríguez, 2013).

Cancún, específicamente Playa Delfines es el lugar favorito para este segmento de turistas; Tepoztlán es el segundo sitio más romántico del mundo de acuerdo con Booking.com y cuenta con una comunidad activa LGBT, es decir, se encuentran spa exclusivos para hombres y hoteles con membresía GayFriendly y Oaxaca cuenta con un reconocimiento por su turismo amigable con la comunidad LGBT, además también tiene guías certificados por la IGLTA (Porrás, I. 2019; Valadez, R. 2019).

La mayoría de las actividades que se pueden realizar en estos territorios son como se expresó anteriormente, lugares donde puedan pasar el ocio y la libertad de expresión sin sentirse acosados o discriminados, así también, lugares donde puedan disfrutar de festivales dedicados para ellos, culturales, de moda, con buena gastronomía, y donde puedan convivir con personas pertenecientes también a la comunidad LGBT.

#### **2.4.1. Discriminación, acoso y homofobia.**

“El 17 de mayo de 1990, la Organización Mundial de la Salud (OMS) decidió eliminar la homosexualidad de las listas de enfermedades mentales. Y cada vez más países se suman a esta lucha contra quienes ejercen algún tipo de discriminación basada en la orientación sexual y en la identidad de género” (Flores Román, 2015. p.153).

En México, en el 2010 (Flores Román, 2015) se realizó la Encuesta Nacional sobre Discriminación en México (Enadis), la cual, arroja los siguientes datos:

- 8 de cada 10 personas homosexuales y lesbianas están totalmente de acuerdo que en México no se respetan los derechos de las personas de la diversidad sexual.
- 1 de cada 2 personas lesbianas, homosexuales o bisexuales considera que el principal problema que enfrentan es la discriminación, seguida de la falta de aceptación, críticas y burlas.
- 4 de cada 10 mexicanos/as, no estarían dispuestas a permitir que en su casa vivieran homosexuales.
- 4 de cada 10 mexicanos/as, de 12 a 49 años opina que la preferencia sexual provoca mucha división entre la gente.

Actualmente la República Mexicana se encuentra con grandes avances en cuanto a materia de garantías y derechos de la comunidad LGBT, lo cual a los pasos de los años ha permitido que los turistas de este colectivo arriben con mayor frecuencia en los lugares destinados para ellos dentro del país sin miedo a ser acosados o discriminados. Sin embargo, aún hay situaciones que presentan riesgo en los sectores federal, estatal y municipal para que esta modalidad de turismo funcione alrededor del territorio mexicano.

#### **2.4.2. Normas jurídicas y políticas en México para el libre tránsito y expresión de la comunidad LGBT.**

El presidente de Cancotur, Mariano Osorio (Valadez, R. 2019), afirmó:

...que uno de los pendientes que existen en las empresas es la falta de capacitación para que haya una atención correcta a estos viajeros.

Con esta profesionalización se busca que los empleados de las diferentes compañías trabajen en la sensibilización, “hacer entender que no tienen que ver como bicho raro, sino como un cliente más. Hay mucho machismo, resistencia a los cambios, pero poco a poco la gente va entendiendo que las personas tienen derecho a vivir la vida como guste”, señaló.

En este sentido, mencionó que en la frontera norte se está empezado a desarrollar el turismo médico gay, que pocos toman en cuenta, y donde se llevan a pacientes para realizarse procedimientos de cambio de sexo, implantes mamarios o glúteos.

En el Art.1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se establece:

En los Estados Unidos Mexicanos todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, así como de las garantías para su protección, cuyo ejercicio no podrá restringirse ni suspenderse, salvo en los casos y bajo las condiciones que esta Constitución establece. [...] Queda prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas. (Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, 2016:2. Citado de Woolfolk Gallego, Núñez Noriega, y Ponce Jiménez, 2016)

La modificación de este artículo ha sido de vital importancia para el reconocimiento de todas las personas del colectivo LGBT y su orientación o preferencia sexual.

El Plan Nacional de Desarrollo del sexenio de Enrique Peña Nieto (Woolfolk Gallego, Núñez Noriega y Ponce Jiménez, 2016) incluía entre sus metas a un México Incluyente, el cual centralizaba su acción en garantizar el goce de los derechos sociales y cerrar las brechas de desigualdad de los grupos vulnerables, entre estos se encuentran a las mujeres, los que hablan lengua indígena, los que tienen capacidades diferentes, niños y niñas, y personas de edad avanzada, asimismo, busca el camino para lograr una igualdad de género y sin exclusiones.

“Los avances en materia legal son fundamentales para la construcción de una sociedad más abierta y son esfuerzo de un gran número de personas, organizaciones e instituciones; sin embargo, aún existen grandes retos que se deben superar para garantizar el derecho a la no discriminación y al trato digno e igualitario de las personas en México” (Flores Román, 2015, p 167).

### **3. NECESIDAD DE MAYORES INVESTIGACIONES SOBRE TURISMO LGBT EN MÉXICO.**

En esta ponencia se pretende resaltar la importancia que tiene el turismo en el mundo, así como fomentar la investigación de dicho tema ya que es muy amplio y existen diferentes variaciones en el mismo, tal es el caso del Turismo LGBT el cual se ha vuelto un segmento de mercado muy importante debido a que cada año aumenta la cifra de turistas con estos mismos intereses, por otra parte, la derrama económica que éste genera es un factor muy importante para el sitio receptor. Desafortunadamente no en todos los estados del país han atendido a este tipo de turismo, por razones distintas.

El desconocimiento de los diferentes tipos de turismo ocasiona que algunos, como lo es este, no tengan mucha visibilidad o aceptación, además, este segmento de turismo requiere también que existan cambios sociales y culturales para el establecimiento adecuado de políticas en donde se respete la diversidad sexual y de género, ya que, como se vio a lo largo de la ponencia, la capacidad de que un país pueda ser un receptor adecuado a largo plazo de turismo LGBT depende específicamente de la manera en cómo está legislado, y que se encuentre libre de homofobia.

Fomentar la variedad de actividades turísticas, saliendo de lo convencional ayudaría para dar visibilidad a las mismas, he ahí la importancia de fomentar el turismo LGBT. Gracias a esta ponencia y a las aportaciones de los participantes del congreso se le podrá dar continuidad a este proyecto de investigación aplicado en los estados de México que aún no tienen conexión con esta actividad, por lo cual, se agradece la disposición de considerar las contribuciones de los lectores.

## BIBLIOGRAFÍA.

- Arteaga, J. R. (2013, 25 diciembre). Turismo Rosa toma color en México. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/turismo-rosa-toma-color-en-mexico/>
- Datur3 - Glosario. (s. f.). Recuperado de [http://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario\\_T](http://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_T)
- Delgado, K. (s. f.-a). Importancia del turismo en el mundo. En La importancia económica del Turismo (pp. 19-25). Recuperado de [https://www.academia.edu/37765015/Importancia\\_del\\_turismo\\_pdf](https://www.academia.edu/37765015/Importancia_del_turismo_pdf)
- Delgado, K. (s. f.-b). Resumen. En La importancia económica del Turismo (p. 31). Recuperado de [https://www.academia.edu/37765015/Importancia\\_del\\_turismo\\_pdf](https://www.academia.edu/37765015/Importancia_del_turismo_pdf)
- Fernández, S. (2017, 19 abril). Turismo gay o LGBT: definiciones, opciones y principales destinos. Recuperado de <https://www.viajejet.com/turismo-gay/>
- Flores Román, O. E., (2015). Hospitalidad orientada a la comunidad LGBT: La condesa y Zona rosa como distritos turísticos de la Ciudad de México. (Tesis de doctorado). Universidad Nebrija, Madrid, España. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=182235>
- Noguera Cordero, J. (2016). Turismo gay: Análisis de una modalidad turística emergente en la ciudad de Sevilla. En El turismo y la experiencia del cliente: IX jornadas de investigación en turismo, tomo I, p. 351-378. Sevilla: Facultad de Turismo y Finanzas.
- Organización Mundial del Turismo. (S. f.). Glosario de términos de turismo | OMT. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Porras, I. (2019, 28 junio). Turismo LGBT: los mejores destinos en México. El Universal. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/destinos/turismo-lgbt-los-mejores-destinos-en-mexico>
- Prat Forga, J. M. (2015). Las motivaciones de los turistas LGBT en la elección de la ciudad de Barcelona. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 601-621. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.314>
- Prat Forga, J. M., & Cànoves Valiente, G. (2012). La motivación del turista homosexual en la elección de destinos culturales urbanos. Aplicación de un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 5(13). Recuperado de [https://www.eumed.net/rev/turydes/13/turismo\\_homosexual.html](https://www.eumed.net/rev/turydes/13/turismo_homosexual.html)
- Ramírez Valbuena, W. Á. (2017). La inclusión: una historia de exclusión en el proceso de enseñanza aprendizaje. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (30), 211-230. doi: <https://doi.org/10.19053/0121053X.n30.0.6195>
- Real Academia Española. (s. f.). Inclusión Social. Recuperado de <https://dej.rae.es/lema/inclusi%C3%B3n-social>
- Rodríguez, D. A. R. (2013). Ampliando la invitación al turista LGBT: imaginarios, realidades y una nueva oportunidad para Bogotá. *Turismo y Sociedad*, 14.
- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., ... Ruiz, P. (s. f.). El turismo como actividad económica. En *Introducción al turismo* (pp. 11-39). Recuperado de <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., ... Ruiz, P. (s. f.). Turismo: Concepto y definiciones. En *Introducción al turismo* (pp. 43-57). Recuperado de <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Valadez, R. (2019, 26 mayo). México, paraíso para el turismo LGBT; aumenta al año hasta 8%. Milenio. Recuperado de <https://www.milenio.com/negocios/mexico-paraiso-turismo-lgbt-aumenta-ano-8>
- Woolfolk Gallego, L. E., Núñez Noriega, G., & Ponce Jiménez, P. (2016). Sexualidad, desarrollo, políticas públicas y turismo lgbt en México. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 15. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/turydes/21/lgbt.html>