



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Perspectiva de la comunidad LGBT: Turismo gay friendly, en
Lima, 2020.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORAS:

Medina Ramirez, Julisa Cecilia (ORCID: 0000-0002-3182-813X)

Valladares Alcantara, Marycruz (ORCID: 0000-0002-4154-7665)

ASESORA:

Mg. Sc Segovia Aranibar, Elizabeth (ORCID: 0000-0002-8790-6707)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA:

A Dios por darme fortaleza a mi vida, a mis padres Cecilia y Jorge por el esfuerzo brindado incondicionalmente, a mi hermana Katherine por el apoyo, pero sobre todo quiero dedicar mi trabajo a Cataleya que más que una sobrina es una hija para mí, gracias Cataleya por ser mi mayor inspiración, a todos ellos mil gracias por creer en mí.

Con todo mi amor,

Julisa

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este. Me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

Gracias Madre y Padre,

Marycruz

AGRADECIMIENTO:

A todas las personas que nos apoyaron brindándonos toda la información requerida, a nuestra asesora Elizabeth Segovia, por empaparnos de todo su conocimiento, por la paciencia y dedicación a lo largo de este recorrido y poder culminar con satisfacción.

Julisa y Marycruz

Índice de contenidos

	Pàg.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	45
3.1. Tipo y diseño de investigación	45
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	46
3.3. Escenario de Estudio	47
3.4. Participantes	48
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	49
3.6. Procedimiento	49
3.7. Rigor Científico	50
3.8. Método de análisis de caso	51
3.9. Aspectos éticos	51
VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	52
V. CONCLUSIONES	77

VI. RECOMENDACIONES	79
REFERENCIAS	80
ANEXOS	87

Índice de tablas

	Pàg.
Tabla 1: Rigor Científico.....	53

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general conocer la percepción del colectivo LGBT en Lima acerca del turismo gay friendly. La metodología utilizada fue de nivel descriptivo, diseño fenomenológico tipo básica, con enfoque cualitativo, se obtuvo información a través del instrumento de recolección de datos-guía de entrevista, el cual se aplicó a 12 personas del colectivo Lgbt, siendo estas codificadas a través del software Atlas ti. Los principales resultados fueron que no hay aceptación en Lima por parte de la comunidad heterosexual para el colectivo Lgbt, que por el contrario aún existe la homofobia y discriminación ya que Lima es una sociedad muy cerrada y no admite situaciones ajenas a ellos, y al no existir aceptación no se genera tours exclusivos para este colectivo provocando un rechazo más marcado lo cual impide a ellos el no ejercer su derecho de realizar un tour libre sin condición. Referente a las conclusiones, se evidencia que no se ve un turismo gay friendly, con respecto a ello Lima perdería una gran cantidad de público extranjero gay ya que ellos solo asisten a países donde son aceptados además de la pérdida económica de una oportunidad de un segmento de un poder adquisitivo más alto.

Palabras clave: discriminación, homofobia, identidad de género

Abstract

The general objective of this research was to know the perception of the LGBT community in Lima about gay friendly tourism. The methodology used was descriptive, basic type phenomenological design, with a qualitative approach, information was obtained through the data collection instrument-interview guide, which was applied to 12 people from the LGBT community, these being coded through the Atlas software you. The main results were that there is no acceptance in Lima by the heterosexual community for the Lgbt community, that on the contrary homophobia and discrimination still exist since Lima is a very closed society and does not admit situations outside of them, and by not If there is acceptance, exclusive tours are not generated for this group, causing a more marked rejection which prevents them from not exercising their right to take a free tour without conditions. Regarding the conclusions, it is evident that gay friendly tourism is not seen, with respect to this Lima would lose a large number of foreign gay public since they only attend countries where they are accepted in addition to the economic loss of an opportunity of a segment of higher purchasing power.

Keywords: discrimination, homophobia, gender identify

I INTRODUCCIÓN

El turismo gay friendly es una realidad que ha aumentado día a día. Ha logrado superar las barreras de prejuicios sociales, gracias a la evolución y desarrollo del turismo, la aceptación progresiva de la sociedad y a la mente abierta colectiva, la industria del turismo ha sabido enfrentar al mercado como una industria auténtica y económicamente activa para nuestro país.

El turismo gay friendly ha sido de gran importancia, es por ello que va en aumento, y se ha convertido en un foco de atención, no solamente para el rubro turístico, sino también para grandes firmas mundiales, compañías hoteleras y/o las propias ciudades. El turismo gay ciertamente no se debe confundir con el turismo sexual ya que el propósito de ambos no es el mismo, ya que, dentro del turismo sexual, las relaciones sexuales por dinero son su principal actividad, pero reguladas y controladas, y dentro del turismo gay las relaciones sexuales por dinero no van de por medio ya que muchos turistas gay viajan con sus respectivas parejas y buscan realizar otras actividades dentro del turismo.

El turista gay suele ser discreto al momento de viajar, dependiendo del destino que elijan, por motivos de seguridad y privacidad ya que en muchos lugares abiertos no aceptan la diversidad sexual, el turista gay además está dispuesto a gastar hasta tres veces más para satisfacer sus gustos y necesidades a comparación del heterosexual, esto se debe a que las parejas gay no pueden disfrutar su vida plena como adoptar hijos ni poder hacer el acto matrimonial por el temor a una discriminación ante la sociedad de varios países, por otro lado existen personas gay que planean sus ingresos en un futuro a invertirlos en ahorrar para tener un hogar con hijos los cuales pueden conseguir legalmente mediante la adopción u otros métodos médicos permitidos con el amparo de la justicia en diversos países y poder formar una familia homoparental.

El segmento de mercado de la comunidad LGBT buscaba disfrutar de los espacios públicos como es el ocio, descanso y sobre todo ser partícipe en la actividad turística sin que sufra algún tipo de discriminación y se les trate con respeto y tolerancia sin importar su orientación sexual. La cuestión es: ¿Por qué es tan interesante esta clase de turismo? Aunque la diversificación y la tolerancia mundial sean una razón, es importante valorar su relevancia en la economía

mundial. Concretamente, el turismo gay que incluye lesbianas, gays, bisexuales, transexuales y otros, mueve alrededor de \$185.000 millones de dólares al año.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo gay friendly, incrementa 10,3% anual, en comparación al 4,8% del turismo general. El Perú en la actualidad aún existe discriminación y homofobia a personas cuya atracción se centra en el mismo sexo (Comunidad LGBT), el colectivo LGBT hace años atrás había pasado desapercibido, lo cual generó manifestaciones y protestas y avances legales y sociales en países de Latinoamérica, a favor de la comunidad LGBT, gracias a los esfuerzos, lucha y constancia se logró posicionar al colectivo dentro de nuestra sociedad y se logró su reconocimiento admiración y respeto hacia la comunidad LGBT. Los avances mencionados vendrían a ser los principales impulsores de la creación de una nueva forma de turismo, el turismo gay friendly del S. XXI.

Lima es una capital cosmopolita, que ha permanecido sin ser reconocida durante mucho tiempo como un buen destino turístico, actualmente nuestra capital es vista por el mundo y es considerada una de las cinco potencias de Latinoamérica al lado de ciudades como Buenos Aires, Río de Janeiro, Ciudad de México, Bogotá y São Paulo, es así que respetan y promueven los derechos humanos de la comunidad LGBT y en consecuencia, atrae al turismo gay friendly cada vez mayor y potencial para el mercado turístico.

El principal destino que ofrecen los tours gay friendly como destino importante es Cusco y Machu Picchu, pero la vibrante escena gay aquí en esta ciudad milenaria, mantiene a los visitantes de la comunidad LGBT encantados y regresando muchas veces, se sabe que la bandera cusqueña es de hecho un arcoíris lo cual los hace sentir a gusto con su identidad de género. Por otro lado, además de Cusco otros destinos se convierten en nuevas alternativas para parejas del mismo sexo, ya que la incrementación y la legalización fue cada vez mayor. Cada vez más destinos dentro del turismo se convierten en gay friendly o sitios tolerantes, permisivos o liberales frente a la comunidad LGBT, evitando de esta manera la homofobia, la discriminación y otros tipos de agresiones. Si bien, las bases que atrajeron los visitantes gays ya fueron establecidas y vigentes en Lima (protecciones básicas legales, vida nocturna, infraestructura hotelera, restaurantes, entre otros), fue necesario desarrollarlas para que esta hermosa e

histórica ciudad capital, fuese un destino LGBT muy próspero y seguro para la comunidad gay.

Se dice también que la comunidad LGBT disfruta mucho del turismo urbano y de balnearios, no frecuentan países donde sean homofóbicos y esto es debido a que prefieren ir a lugares autorizados gay friendly o exclusivos gay only para llevar un turismo libre y evitar problemas con la comunidad. Luego de esta problemática se buscaron soluciones que evitaron tal rechazo, ya que existen pocos espacios sociales donde se pudieron mostrar y disfrutar su libre expresión sin temor al rechazo que sean especiales para esta comunidad. Además, como ya se mencionó, existe poca especialización en el mercado homosexual, y una carencia en la investigación y necesidades del mismo.

En este caso se enfocó en la apreciación de la comunidad LGBT, ya que se investigó en distintas fuentes, que si bien es cierto, existe el turismo gay friendly en Lima, pero no cumplen las necesidades y expectativas que ellos buscan al momento de hacer Turismo, además de saber cómo se sienten ellos al momento que comparten con la sociedad heterosexual y, además se investigó sus gustos en lo referente a la implementación que se dio, para que ellos disfruten cómodamente al momento que realizan turismo en Lima.

Pudimos ser testigos, de lo lamentable que no todos los destinos estaban capacitados para acoger la aceptación de este nuevo segmento turístico y el rechazo hacia ellos, reconocemos que aún dentro de nuestra sociedad habitual en todo el mundo aún predomina la discriminación y la homofobia.

Según la Gay European Tourism Association se consideró el gasto en función al Turismo en Europa un 8% y pertenece solamente al colectivo LGTB. La consultora Out New Consulting señaló que en el año 2012 el turismo gay friendly generó un promedio de 165 billones de dólares en sólo viajes de placer. En el año 2012 la OMT realizó una investigación sobre la importancia del turismo gay llamado Global Report on LGBT Tourism donde se dice que esta tendencia va a permanecer aumentado considerablemente. Se dice que dentro de la comunidad LGBT se encontró un gran porcentaje de turistas potenciales que más gastaban o invertían en realizar turismo de lujo.

Hablando un poco más del turismo gay friendly aquí en Lima, no existe un estudio realizado que ha indicado con precisión cuál es el perfil del turista gay, esto no lo ha podido realizar ni PromPerú, ni la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), sin embargo, se dice que esta comunidad ha invertido entre un 45% y 50% más que los turistas heterosexuales, según Marco Orellano quien es Gerente de una empresa enfocada a este segmento. Arellano indicó que la comunidad LGBT gasta alrededor de \$3000 al momento de realizar unos viajes de duración de 7 a 8 días, mencionó también que al momento de elegir un hotel ellos los prefieren de 4 o 5 estrellas, y que aprecian mucho los lugares donde sean tratados con respeto de igual forma como se tratan a los turistas heterosexuales.

Esto quiere decir que por día han estado gastando alrededor de \$800 o \$1000, ya que son bastantes detallistas, exclusivos y buscan mucho su comodidad dejando de lado el precio que se debe de pagar. Se dice que anteriormente cuando recién se estaba ofreciendo este tipo de Turismo, los hoteles no querían aceptar a este tipo de comunidad en sus instalaciones, sin embargo, ahora son de su total agrado ya que pudieron notar que este colectivo son los que gastan más.

Entonces eso es lo que se estaría buscando, ya que no existen hoteles, tours, restaurantes, centros de entretenimiento enfocados exclusivamente a este colectivo que como ya se mencionó anteriormente invierten y no escatiman en gastos.

El problema general en la siguiente investigación fue ¿Cómo la comunidad LGBT percibe el turismo gay friendly, en Lima 2020? Por otro lado, los problemas específicos fueron los siguientes: ¿Se puede mencionar sobre un turismo gay friendly no juzgado, en Lima 2020?, ¿La comunidad LGBT podría compartir información social, sobre el turismo gay friendly en los lugares de esparcimiento turísticos, en Lima 2020?, ¿Qué elementos ayudan a la comunidad LGBT a ser aceptados en espacios públicos y recreativos, en Lima 2020?

La justificación de la presente investigación que se realizó, fue que consideramos que es importante el turismo gay friendly hoy en día, ya que se ha incrementado considerablemente en muchas partes del mundo, sin embargo, hemos investigado que no todos los países están capacitados para cubrir las necesidades que demanda este colectivo, ya que algunos de ellos en la comunidad

heterosexual son homofóbicas y rechazan tajantemente convivir y experimentar en todas las formas el Turismo, aquí en Lima si bien es cierto existen algunas agencias que brindan Turismo a esta comunidad, pero no cuentan con una agenda amplia para cubrir sus exigencias y esto es debido a que esta comunidad es bastante selectiva, exigente y no escatiman en gastos al momento de realizar turismo.

También se investigó que ellos invierten hasta el doble que la misma comunidad heterosexual, se consideró que el Perú es un país que puede cubrir todas las expectativas de este colectivo y tiene muchas cosas que brindar ya que contamos con tres regiones de las cuales se puede realizar un turismo libre, para todo el mundo por decirlo así, y para ello sería necesario hacer un estudio de dichas necesidades y empezar a poner en práctica todo ello y así crear un ambiente propicio tanto para ellos como el resto de la comunidad.

Este informe de tesis sirvió para considerar el punto de vista de ellos, para ello se investigó qué es lo que ellos buscan exactamente cuando llegan a un país a conocerlo, que necesitan para poder estar tranquilos ellos como la comunidad heterosexual al momento de realizar turismo y que ellos disfruten todos los atractivos que les ofrece este país sin sentir algún tipo de prejuicios.

La justificación teórica del presente informe de tesis es que sirvió como una guía de ayuda para investigaciones posteriores, en donde se encontraría información detallada de las necesidades e inquietudes de este colectivo al momento que realizaban turismo. La justificación práctica surge de la necesidad de analizar la perspectiva de la comunidad gay, sobre un turismo gay friendly en la Ciudad de Lima, para lo cual es de suma importancia conocer la situación actual del colectivo Lgbt al momento de realizar turismo, esto ayudará a la toma de futuras decisiones. La justificación social del presente informe de tesis es conocer las necesidades y/o expectativas del colectivo Lgbt al momento de acceder a realizar un turismo en la Ciudad de Lima. La justificación metodológica es que el informe de tesis se sustenta de un instrumento, la guía de entrevista el cual hace que este trabajo tenga validez y confiabilidad.

Así mismo, el objetivo general fue conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020, de igual forma los objetivos específicos fueron, analizar el significado de la aceptación de las relaciones sociales de la comunidad LGBT acerca del turismo gay friendly no juzgado, en Lima 2020, comprender la percepción del turista de la comunidad LGBT sobre el turismo gay friendly en lugares de esparcimiento turísticos, en Lima 2020, analizar qué elementos pueden generar la aceptación en espacios públicos y recreativos para la comunidad LGBT en el turismo gay friendly, en Lima 2020.

II MARCO TEÓRICO

El presente trabajo de investigación estuvo conformado por diversas fuentes de investigaciones internacionales y nacionales. Estudios Internacionales mencionaron que:

Íñigo (2015), en su investigación titulada *Aproximación a los hábitos de consumo del segmento gay en España*. Tuvo como objetivo de investigación detallar la posición actual del colectivo LGBT de España. Fue un estudio de tipo cualitativo, este trabajo de investigación tuvo como instrumento la entrevista a profundidad. La muestra es no probabilística y el muestreo fue intencional o por conveniencia. Los instrumentos empleados fueron entrevistas a 6 personas gay. Los principales resultados fueron que el informante número seis detalló en cuanto a viajes de placer escogió los destinos de Europa y España, enfocándose en lo que más le gusta que es el deporte de aventura. Se concluyó que, en cuanto a la homosexualidad no es algo de ahora, ni de los últimos años, ya que desde siempre ha estado presente. Se dice también que el tema de la homosexualidad era observado de una manera más natural pero que también se trataba de culminar ya que fue considerado como algo malo, en pocas palabras como si fuese un pecado, o una enfermedad mental.

Ballesteros (2017), en su investigación titulada *LGTB como segmento turístico*. Tuvo como objetivo de la Investigación que en los últimos años la comunidad gay participa considerablemente en el Turismo. Fue un estudio de tipo cualitativo. Las muestras fueron realizadas a 70 personas y fueron 14 preguntas. Los principales resultados fueron que el turista en Sevilla se siente muy cómodo, a las propuestas para con la comunidad LGBT, ya que es una propuesta que siempre ha estado presente en lo que respecta al Turismo. Se concluyó que el turismo LGTB es de todos los tiempos, que no se daba a notar por el tabú que existía siempre, y para cubrir ello se realizaba otras ideas de prácticas turísticas. Hoy por hoy el colectivo LGTB está considerado uno de los más fuertes en lo que respecta al Turismo, y muchos países han considerado ofrecer ofertas turísticas exclusivas solo para este colectivo.

Burgos (2016), en su investigación titulada *Turismo Gay lésbico en Argentina entre el mercado y los derechos*. Tuvo como objetivo de crear actividades turísticas para el turismo gay, que se conoce que es un público exigente de acuerdo al servicio que demanda en Argentina, además de ser un modelo de negocio que exige estándares de calidad elevados, se ven en la necesidad de exigir sus derechos al mismo tiempo que sean valorados y respetados por la sociedad. Fue un estudio de tipo cualitativo, enfoque descriptivo. Los instrumentos empleados fueron la entrevista en profundidad estandarizadas no programadas, se realizó a 6 personas gay. Los principales resultados fueron que gran parte de las personas encuestadas, jamás han vivido algo malo en sus experiencias realizando viajes, sea a través de su sexualidad, en general estuvieron de acuerdo en que la homofobia es de ahora y de todos los tiempos, y que ello conlleva a la agresión. Lo cual quiere decir que se debe mejorar en lo relacionado al respeto y a la educación entre toda la sociedad. Se concluyó que, desde muchísimos años el colectivo LGBT estuvo expuesto a ser excluidos de la sociedad, además de estar muy ajenos en lo que respecta a sus derechos y no muy lejos también el tema de la discriminación por la orientación sexual tomada por cada persona. Países que aún se consideran homofóbicos se destaca a África y el Oriente Medio para con el colectivo LGBT.

García (2014), en su investigación titulada *Análisis de la situación actual de la oferta Turística para la comunidad GLBT en la ciudad de Guayaquil, y las expectativas de crecimiento e inclusión del turismo gay en la sociedad*. Tuvo como objetivo de la investigación preparar un estudio situacional enfocado directamente en nuevas ofertas especiales para la comunidad gay en la localidad de Guayaquil, Ecuador, generando expectativas de desarrollo e igualdad para el colectivo gay. Fue un estudio de tipo cualitativo, en el cual los instrumentos fueron entrevistas a dos personas importantes, fue un estudio descriptivo. El método de investigación fue exploratorio, la muestra que se tomó en este análisis fue la muestra de juicio. Los resultados fueron que en la ciudad de Guayaquil existen muchos lugares que ofrecen un servicio gay friendly que es una nueva tendencia, lamentablemente permanecen ocultos y esto es porque los inversionistas evitan cualquier tipo de agresión, desean inculcar respeto hacia ese colectivo, en otras palabras prefieren evitar problemas, haciendo estos lugares llamativos, es por ello que evitan todo

acto irrespetuoso, son cocientes que cuando existe el respeto entre ambas comunidades, se crea un ambiente más propicio y agradable. Se concluye que, en la Ciudad de Guayaquil no existen muchos lugares exclusivos para el colectivo LGBT, que ofrecen un servicio a1 para ellos.

Velásquez (2018), en su investigación titulada *Análisis de segmento Turístico LGBT internacional para propuesta de un certificado de calidad para establecimientos de servicio de hospitalidad*. Tuvo como objetivo de la investigación identificar los parámetros de calidad que busca el turista LGBT para el desarrollo de actividades turísticas. Fue un estudio de tipo cuantitativa, en el cual se realizaron 368 encuestas a la comunidad LGBT con el fin de determinar el perfil del turista. Los resultados finales fueron que se determinó que el 56% de los participantes pertenecen al grupo gay, seguido por el 22% de personas que se identifican como bisexuales y el 20% lesbianas. La participación de las personas que se consideran intersexuales o transexuales fue escasa representando el 2% de la encuesta se utilizará herramientas de investigación para la recolección de datos. Se concluyó que, el Turismo gay está creciendo gracias a que con el tiempo los países están trabajando en promover la inclusión del colectivo LGBT.

Lemus (2016), en su investigación titulada *Estudio del mercado turístico LGBT para Colombia* tuvo como objetivo de investigación estudiar el mercado turístico LGTB, entre sus aspectos más considerados son la evolución y tendencias en el mundo y de acuerdo a ello conocer mejor sus necesidades y preferencias de este colectivo LGTB. Fue un estudio de tipo cuantitativa, la muestra para conocer el perfil del turista LGBT, se optó por realizar un relevamiento no probabilístico; se tomó como universo de estudio a las personas LGBT, que hacen o no pública su orientación y que son mayores de 18 años, en edad para trabajar, que sean turistas potenciales hacia Colombia y que cuenten con acceso a internet. Estadísticamente se buscó que la muestra del universo en cuestión fuera representativa, por lo que el objetivo fue alcanzar un 95% de nivel de confianza y margen de error del 5%, por lo que se seleccionaron 385 casos, los instrumentos fueron entrevistas, los principales resultados fueron la mayoría de los encuestados respondieron haber tenido buenas experiencias con este tipo de clientes y el interés de abordarlo se ve

reflejado en que parte de los encuestados, casi el 65% estaría interesado en aplicar la estrategia gay friendly, y de recibir capacitación en marketing LGBT. Se concluyó que la mayoría del público LGBT poseen ingresos de 1 a 3 salarios mínimos, son empleados administrativos y profesionales, es decir que no todos tienen un poder adquisitivo alto, pero sí gastan hasta un 50% de sus ingresos en viajes y en actividades de ocio y esparcimiento.

De la misma forma, estudios desarrollados dentro del territorio nacional mencionan:

Jiménez (2019), en su investigación titulada *Opinión pública de la población adulta del distrito de Trujillo frente al turismo gay*. Tuvo como objetivo determinar la parencia de personas mayores de edad ubicados en la ciudad de Trujillo, al norte del Perú en referencia al turismo gay friendly, el cual fue un estudio de tipo cualitativo, la muestra fue de 190 habitantes, la técnica utilizada en la investigación ha sido la encuesta, una de las técnicas que ha permitido conocer los prejuicios y estereotipos de la población adulta frente al turismo gay. Los principales resultados demuestran que los prejuicios basados en los estereotipos sobre el turista homosexual se expresan de manera exagerada ante la sociedad. Se llegó a la conclusión que, el 94% de la población encuestada en Trujillo tienen dificultades de aceptación y repudio al momento de compartir espacios públicos con las personas pertenecientes al colectivo LGBT, de igual manera el 51% de los encuestados manifiestan su desinterés y expresan su apoyo a la comunidad homosexual.

Armas (2014), en su investigación titulada *Dinero rosa: el consumidor gay masculino de nivel socioeconómico medio alto en Lima*. Tuvo como objetivo de investigación detallar las posibles ofertas exclusivas para el público gay y brindarles servicio que sean de manera gay friendly donde lo primordial sea la aceptación e inclusión al público determinado como parte de una estrategia de marketing diseñada que produzca valor a las marcas comerciales en Lima. Fue un estudio de tipo cualitativa, unidades de observación: gays masculino de nivel socioeconómico de A- y B + entre los 25 y 35 años de estudio. El instrumento empleado fueron las entrevistas. Los resultados fueron que el colectivo LGBT son los más propensos en adquirir propiedades gay. Se concluyó que, en Perú lo que es llamado Pink Marketing no existe de una manera frontal, existiendo en el mercado servicios

exclusivamente para la comunidad LGBT, además no cuentan con un marketing establecido pensado para ellos y no existen promociones visibles en el mercado, como si es el caso de otras ciudades alrededor del mundo, donde si son de mentes abiertas y ofrecen servicios y promociones pensadas para este colectivo.

Delgado y Oxa (2018) en su investigación titulada *Servicios de las agencias de viaje y turismo y su influencia en la satisfacción del turista LGBT en la ciudad de Cusco periodo 2018*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Cusco - Perú. Tuvo como objetivo formular servicios turísticos que ofrecen las agencias, basadas en Turismo, además en la Ciudad de Cuzco el turista LGBT es bien recibido y existen muchos servicios para este colectivo. Fue un estudio de tipo cuantitativa, la población fue agencias de viajes, la muestra fue de 94 encuestas que fueron realizadas a agencias De Viaje. El muestreo fue por conveniencia, no aleatorio y no probabilístico, el instrumento empleado fue la encuesta. Se utilizó herramientas de investigación para la recolectar los datos. Se concluyó que los servicios prestados por las agencias de viaje turísticas en la ciudad del Cusco son paupérrimos, así lo detallan en las observaciones en las encuestas hechas a los turistas homosexuales, las quejas se dieron a detallar por el incumplimiento en los servicios prestados, también mostraron poca sensibilización del personal de servicio dentro de sus instalaciones, que es un hecho lamentable, esto influye en la insatisfacción del turista LGTB y en general quienes desean disfrutar de una buena estadía cuando hacen su visita a la ciudad del Cusco.

Jiménez, Mamani y Aliaga. (2019), en su investigación titulada *Plan de negocios para la implementación de una agencia de viajes orientada a clientes LGBT en la ciudad de Arequipa*. Tuvo como objetivo de investigación establecer los factores que guardan relación para la implementación de una agencia de viajes turística orientada especialmente al turismo LGBT, con el fin de multiplicar el mercado turístico en desarrollo en la ciudad de Arequipa. Fue un estudio de tipo cuantitativa, descriptiva y aplicativa, los instrumentos empleados fueron entrevistas que fueron realizadas a 24 establecimientos. Los principales resultados fueron que el colectivo LGBT gasta más dinero en lo que respecta a sus vacaciones, y que existen pocas agencias que ofrecen servicios turísticos para este colectivo, en

Arequipa no se han manifestado ninguna agencia que brinde servicios, lo cual hace mención que el Colca si se de estos servicios para la comunidad LGBT. Se concluyó que, hoy en día la comunidad LGBT ya es muy notable y ha crecido considerablemente siendo ellos unos de los consumidores potenciales del turismo, y que sabemos que ellos al momento de escoger un servicio sus gustos son más exigentes que el resto de la comunidad, buscando servicios de primera.

Carcamo y Pocco (2018), en su investigación titulada *Percepción social de la comunidad LGTB respecto a las ordenanzas municipales y prácticas discriminatorias en los distritos adjudicados a la provincia de Arequipa*. Tuvo como objetivo de investigación determinar la influencia que ejerce la Ordenanza Municipal de los distritos adjudicados de la Provincia de Arequipa en las prácticas discriminatorias en la percepción social hacia la Comunidad LGTB. Fue un estudio de tipo cuantitativo, además es una investigación descriptiva y explicativa, de diseño de investigación no experimental y transversal. El tipo de muestra fue no probabilística el universo fue 150 personas y la muestra de 62 personas también tuvo muestreo intencional, los instrumentos empleados fueron encuestas. Los principales resultados fueron que se puede observar que de acuerdo a los distritos que aplican la Ordenanza Municipal en contra de las prácticas discriminatorias, los encuestados consideran que las claves observables tales como: la apariencia física, expresiones faciales y lenguaje corporal son considerados en un 8.1% en el distrito de Yanahuara, mientras que el 6.5% considera que es la apariencia física en los distritos de Selva Alegre y Miraflores y Selva Alegre. Se concluyó que la comunidad LGTB ha sufrido discriminación directa mayoritariamente en relación con las características de la Ordenanza Municipal ya que el 31.4% no realizó la denuncia; el 11.4% a percibido discriminación directa en el distrito de Yanahuara; el 55.2% no ha visualizado el cartel de no discriminación; el 57.6% piensa que el personal no está capacitado para no ejercer prácticas discriminatorias y el 59.4 % de los agresores no fueron sancionados, esto debido a la sociedad machista y la masculinidad hegemónica que vivimos actualmente.

Esta investigación obtuvo dos unidades temáticas, cada una con sus respectivas categorías y subcategorías, a continuación, se darán a conocer para su mejor comprensión.

En relación a la perspectiva de género, se hizo mención a las posibles diferencias entre hombres y mujeres, que no sólo fue por el sexo con que se identifican, sino también por las diferencias culturales de las personas de igual forma, con respecto a la perspectiva de género el autor Malinowska *et al.* (2016) citado en Garncarek (2020), mencionó que:

Recientemente hoy en día es imposible prácticamente detallar la realidad social sin tener que tomar en cuenta u obviar la expectativa de género. Esta escala ha permanecido terminantemente en las herramientas interiores de las ciencias sociales analíticas. El género se ha tornado en una de las jerarquías cognitivas básicas para comprender el mundo social en sus multiformes estados, y como tal posee un carácter universal, absoluto y completo generalizado de forma estructural y estrechamente vinculado con la estratificación.

Lo que el autor quiso manifestar en cuanto a la perspectiva de género, fue que está relacionado a las metodologías y mecanismos vinculados a la sociedad y a lo cultural en relación a las mujeres y hombres, además nos manifiesta claramente que hay un grado de dificultad al tomar en cuenta las perspectivas de género y poder comprender de una mejor forma el mundo social en el cual están fuertemente vinculados.

El colectivo LGBT fue considerado como un elemento fundamental para la actividad turística, por lo tanto la perspectiva personal que fue la primera unidad temática de esta investigación, viene a ser el punto de vista, la valoración que tiene la sociedad , en otras palabras es la opinión que se tiene de algún tema en específico, además la perspectiva no es algo fijo para un grupo de personas ya que cada persona es individual y poseen diferentes puntos de vistas y perspectivas y esto es debido a que la persona podría cambiar de pensar, por otro lado se dice que la experiencia involucra mucho en la forma de interpretar un tema, el cual se

toma en consideración a Díaz y Capitolina (2015) citado en Soler (2016), mencionó que:

La perspectiva de género puede entenderse como “una mirada sobre la vida social y política dirigida a poner de manifiesto cómo las normas, las prácticas y las estructuras sociales, políticas y económicas, en principio, pueden afectar y, de hecho, normalmente lo hacen, de manera diferente a mujeres y varones” (p.9)

De acuerdo a los autores, la perspectiva no es otra cosa que la opinión que se tiene de un tema en específico, además lo que se quiso fue examinar el impacto de género de las personas, y como se llevan en la actualidad unos con otros.

La estabilidad emocional de cada persona es un paso fundamental para realizar un tipo de vida estable, y esto es importante en la perspectiva personal, es por ello que también, García y Marín (2013) mencionaron que, basándose en la perspectiva de las ciencias sociales, es en Estados Unidos donde nace las investigaciones referentes a la homosexualidad, enfocándose en los movimientos políticos y contraculturales de fines de los 60 y 70, desde allí, se realizó análisis sociales que hacen mención a las ciudadanías sobre las identidades (párr.16).

Otro tipo de perspectiva que también se encontró fue la perspectiva emocional, cuya función fue la manera en que una persona se ve a sí mismo, y esto se debió a una representación simbólica de su cara, cabello, cuerpo, el total de su físico. Esto va de la mano con la apreciación que se tiene de uno mismo, el valor que se obtiene de cada ser humano y esto estuvo compuesto por pensamientos, sensaciones, experiencias y sentimientos. Además, esto fue más allá de la apariencia, se apreció lo que fueron sin necesidad de aparentar nada.

A continuación, se mencionará la primera categoría, en este caso fue la aceptación y para ello se explicará detalladamente:

La aceptación del colectivo LGBT con la comunidad heterosexual no fue de su total aprobación y esto es debido a que aún existen prejuicios en los cuales lo ven algo anormal, es un tema también social, ya que existen muchos países y entre ellos Perú donde la comunidad heterosexual es un colectivo muy cerrado y no ha

aceptado que la realidad es que la comunidad LGBT existe, y no de ahora sino de muchos años atrás, que sin embargo han sido reprimidos, y la realidad es que es un colectivo muy amplio y que deja muy buenas ganancias económicas.

La comunidad LGBT se encontraba presente dentro de la sociedad, tanto es así que fue aceptado en varios países que se adaptaron y trabajaron de la mano con organizaciones homosexuales locales que fomentaron el turismo de este tipo y en los últimos años hubo un incremento enorme sobre la comunidad LGBT en el turismo, tal y como lo mencionó Guaracino (2007) citado en Ballesteros (2017), señala que la comunidad LGBT eran considerados como viajeros multiculturales para las oficinas de Turismo y agencias de viajes, entre otras. A medida que el colectivo LGBT fue incrementando, y observando que es una comunidad que invierte económicamente muy bien, se empezó a implementar servicios turísticos exclusivos para ellos, considerando que son muy exclusivos.

A medida que el colectivo LGBT había ganado mayor importancia en el mundo realizando turismo, habíamos notado que ellos son los que más invierten en sus ingresos realizando turismo gay friendly .Aproximadamente el 6,5% de la población del planeta pertenecía a este colectivo, el cual se toma en cuenta a Hosteltur (2015) manifestó que esta comunidad cuenta con una industria potente, uno de los principales objetivos es porque viajaban a lugares urbanos, balnearios y culturales, ellos incluso solían viajar hasta 5 veces más que el resto de los turistas. OMT (2012) y en segundo lugar porque por lo general, fueron un colectivo con un fuerte potencial económico alto, esto se debió a que en la actualidad hay gran aceptación social hacia la comunidad LGBT.

Al momento que una persona de la comunidad Gay, si bien es cierto no suele escatimar en gastos, se enfocan en el simple hecho de hacer turismo sea cual sea el motivo, siente la necesidad de viajar al igual que la comunidad heterosexual.

De esta manera Barbosa *et al.* (2017) menciona que, en lo referente a los viajes la sexualidad de las personas no se cuenta como algo determinante para la elección del destino, lo que si se considera aun es el tema de la preocupación por su seguridad. Del autor podemos rescatar que la comunidad gay no se hace problemas al momento de viajar o de hacer turismo, tienen la misma necesidad que

la comunidad heterosexual, el tema es la seguridad ya que siente que aún sufren por acoso por su sexualidad y su deseo de mostrar afecto en público.

Basándonos con el tema de la seguridad que tiene la comunidad gay al momento de escoger un destino turístico, Pritchard *et al.* (2000) citado en Chung *et al.* (2017) declara que, un lugar seguro es importante para los viajeros gay para satisfacer sus deseos sexuales, ampliar su red social y aliviar estrés y poder expresar su identidad. Del autor podemos mencionar que existen varios motivos que impulsan a un miembro de la comunidad gay a realizar turismo siempre y cuando sea un lugar donde se sientan tranquilos, con la confianza que no les sucederá nada malo, de esta manera se sentirán con muchos deseos incluso de volver ya que entre sus destinos considerarían protegidos.

El colectivo LGBT, al ser un público bastante exigente y exclusivo en cuanto respecta a realizar turismo, se supo que no escatiman en gastos con tal de sentirse cómodos y disfrutar.

De igual forma, OMT (2012) citado en Comer (2018), declara que, la OMT acerca del Turismo LGBT podemos comprender que el impacto económico generado de cada año en que figura de los viajes hechos por la comunidad LGBT supera rangos de los \$65 mil millones en Estados Unidos. Como mencionó el autor, la comunidad gay invirtió una cantidad muy fuerte económicamente en cuanto a la realización del turismo, es un colectivo que fue tomando mucho posicionamiento en todo tipo de mercado, además, la comunidad LGBT es un foco de alta tensión hablando económicamente ya que las divisas anuales generadas por ellos supera las expectativas monetarias de muchos en ámbito turístico.

El colectivo LGBT se distinguió del resto de la sociedad porque tuvieron un poder adquisitivo más alto, es por ello que en cuanto a servicios respecta son muy exigentes y siempre buscan lo exclusivo sin importar la parte monetaria.

De acuerdo a Moner *et al.* (2006) citado en Ballesteros (2017), refirió que el turista LGBT es de un nivel medio en adelante, y la gran mayoría de ellos por no decir todos tuvieron un nivel de educación Universitario.

De acuerdo con lo mencionado, en el turismo existieron nuevas alternativas que permitieron ampliar el turismo gay friendly esto implicó implementar una modalidad para este tipo de turismo y turistas.

Por otro lado, la comunidad LGBT no estaba compenetrada en las tradicionales vacaciones, lo que quiere decir que sus destinos turísticos no dependieron de los ritmos sociales. Debido a ello se generó una cierta cantidad de desplazamientos, también, al momento de elegir periodos vacacionales lo hicieron con mayor libertad. Adicional a ello, se comprendió que el colectivo LGBT prefirió visitar los destinos turísticos que no fueran en temporadas altas y esto es porque en el tiempo donde existió mayor aglomeración de turistas acudieron familias tradicionales y esto no les permitió desarrollar un turismo cómodo para ellos ya que no se encontraron en total libertad al momento de desarrollar sus actividades (Otero *et al.*, 2014.p.82).

El turismo gay friendly pudo encajar con eventos populares organizados por los miembros importantes de la comunidad LGBT como marchas del orgullo gay, desfiles, conciertos, festivales y competencias de escala nacional e internacional como los reconocidos y ovacionados concursos de belleza como Mister gay mundo o Mister gay Europa.

El turista LGBT, acude a países donde se respete la opción sexual de cada uno, ya que es ahí donde ellos se sintieron más cómodos y viajar libremente sin que fueran juzgados, no se expusieron viajar a lugares en donde puedan ser señalados. Según Holcomb y Luongo (1996) citado por Otero *et al.* (2014), señaló que:

El turista homosexual suele viajar a lugares en los que exista familiaridad y respeto hacia su homosexualidad. Pero no todos los destinos tienen el mismo nivel de tolerancia. En Europa, por ejemplo, Alemania, Holanda, los países escandinavos y España son los que poseen mayor reconocimiento de destinos gay friendly, ofertando cierta diversidad en ellos, al igual que en América lo hacen Canadá y Estados Unidos (párr.13).

En varios países del mundo, se estuvo desarrollando un enfoque hacia el Turismo gay, y trabajaban de la mano con el colectivo gay, ya que con ellos se pudieron

relacionar que es lo que ellos buscaban en el momento de realizar Turismo, y quién más que ellos para expresar sus necesidades.

En cierto modo, en varios países se adaptó servicios exclusivos para esta comunidad, ya que apreciaron que ellos invierten más que el colectivo LGBT. Algo muy importante para la comunidad LGBT es la desestacionalidad al momento de hacer turismo y esto fue debido a que el colectivo ya mencionado no se acopló por las típicas vacaciones tradicionales y además el gasto diario que hace esta comunidad es entre 50 y 100 euros al día. (Otero *et al.* 2014, p.92). De acuerdo con el autor, Lima no fue ajena a esta nueva tendencia, sin embargo, se pudo decir que la satisfacción que se obtuvo de cada turista ya sea miembro del colectivo LGBT o no sea el caso, la experiencia depende mucho de la motivación que tuvieron al realizar un viaje.

Debido a que Lima siendo la principal ciudad de Perú, en la que hoy en día aún se sigue luchando para que la comunidad Lgbt tenga los mismos derechos que el colectivo heterosexual, muchos años atrás esta situación estuvo silenciada por ser una sociedad muy cerrada, como señala el autor Vorobjovas (2016) manifestó que, debido a los discursos conservadores predominantes y la hostilidad hacia los homosexuales, los viajes para las personas gay, se mantuvo dividido y segregado de lo heteronormativo. Lo que el autor nos quiso manifestar es que la comunidad gay existe desde siempre, sin embargo, no se decidían a manifestarse por todas las agresiones sufridas, por otro lado, podemos observar que estos tiempos ya cambiaron, que ahora tienen otra mentalidad y se dejan expresar libremente.

Por otro lado, en estos tiempos, lo que buscaba más el colectivo LGBT, además de preferir lugares gay friendly, que fueron lugares donde pudieron hacer una actividad turística amigable, escogieron lugares en donde existió el respeto y consideración hacia ellos, como señalan los autores Holcomb y Luongo (1996) citado en Prat (2013), señalaron que la comunidad gay, realizaba sus viajes en lugares donde fueran aceptados y no juzgados por su condición, donde pudieran disfrutar de hacer un Turismo en paz y pudieran convivir con personas del colectivo heterosexual. Además, fueron muy juiciosos al momento de escoger lugares a viajar ya que esperaron compartir experiencias con todo tipo de personas y contar con la mayor libertad posible para disfrutar.

La comunidad LGBT, se encontraba más cómoda, cuando realizaban viajes en donde en los lugares visitados se sintieron respetados, con gente que los entendía y respetaban sus opciones sexuales, sin que fueran criticados, así se sintieran con más libertad y se explayaban realizando todo tipo de actividades que ellos preferían. Por otro lado, el turista gay observó detalladamente como es la comunidad en general con ellos, ya que como se sabía no son aceptados en todos los países que existen.

El colectivo LGBT, lo que analizaba es el comportamiento de la sociedad y sobre todo entendieran las estructuras sociales debido a que se encontraban en una estructura machista en la cual se basó en la heteronormatividad y esta fuera la única manera de expresar la diversidad sexual, también se añadió que en Arequipa existen colectivos LGBT y que trabajaban de la mano de instituciones como Defensoría del pueblo y la Red de salud Arequipa Caylloma, con el único fin de poder empoderar y educar a la sociedad en general y profesionales (Carcamo y Pocco ,2018,p.30,31).

A continuación, se mencionará las subcategorías y en este caso nos referimos a la homofobia y discriminación:

Como se mencionó anteriormente sobre la comunidad LGBT, se supo que este tema está relacionado con la homofobia, y esto fue porque en Perú nuestra sociedad aún no había aceptado en su totalidad al colectivo y se cerraron en creencias antiguas y retrogradadas, y se basaron en lo referente a las relaciones amorosas solo debe ser hombre y mujer y que solo es bien visto tener una relación con personas de distinto sexo, pero sabemos que nuestra visión debe ser más amplia y saber que existen hoy en día matrimonios gay y familias homoparentales saludables para nuestra sociedad y rompe los esquemas de un pensamiento que decae día a día, como la homofobia.

En lo que respecta a la homofobia, es una situación que lamentablemente ha existido, y es algo que no se puede cambiar con facilidad, ya que existieron muchas personas muy cerradas que no quisieron ver y aceptar la realidad de las cosas, tal y como lo manifestaron Carcamo y Pocco (2018) definieron la homofobia como el odio, miedo, prejuicio y discriminación contra hombres o mujeres con

distinta orientación sexual, además también incluye a personas como bisexuales o transexuales, en conclusión a todo lo relacionado a gustos entre personas del mismo sexo.

La homofobia en estos días fue algo muy común, y esto lo demostrarían las cifras de personas muertas a causa de ello. Entre los países más destacados en lo referente a muertes de personas gays fueron Brasil, no ha existido una cantidad exacta de muertes, pero el colectivo LGBT se ha considerado que se trata de una cifra alta y que sin embargo no se había llevado un control de ello oficial, otro país que también destacó es México y finalmente USA con casos de muertes a causa de la homofobia.

La homofobia fue considerada un delito, un acto de rechazo, actitudes negativas, prejuiciosas y discriminatorias que van en contra de la integridad personal, que alrededor del mundo existen sanciones. Es así que se ha tomado en cuenta a Bernuy y Noe (2017) señalaron que el colectivo heterosexual, sienten una relación negativa para con la comunidad LGBT, y esto se debió a que en su mayoría fueron consideradas personas homofóbicas y desafortunadamente cuentan con estereotipos hostiles y sexistas.

Lamentablemente es una realidad que ha existido y existe hoy en día, y que había generado muertes lo cual es un tema bastante delicado ya que ya se ha estado atentando con la vida de personas. Según Carcamo y Pocco (2018), manifestaron que “la sociedad en general es homofóbica, y entre una de las ciudades más conservadoras dentro del Perú se encuentra la ciudad de Arequipa, y esto había traído como consecuencia que todo el colectivo LGBT ubicado en esta ciudad se encuentran rechazada” (p.24)

Perú es un país en el cual la sociedad es muy cerrada y conservadora, y ello no es ajeno al colectivo LGBT, siendo Lima una de las principales ciudades donde más homofobia ha existido pero que también se sabe que luchan día a día por la igualdad de género, en el caso de la Ciudad de Arequipa señala que es aún más conservadora que la capital, en la cual el colectivo se ha encontrado prácticamente oculto y esto es debido a que temen ser agredidos.

La homofobia es un tema no reciente, viene arrastrando muchísimos años y no se había estado haciendo nada para cambiarlo, si bien es cierto no toda la comunidad es homofóbica, ya que también ha existido una parte de la comunidad

heterosexual que apoya y acepta los derechos de igualdad de género del colectivo LGBT. De acuerdo a Borillo (2001) citado en Barrientos y Cárdenas (2013) mencionó que “La homofobia como concepto ha sido usado desde los 60 para referirse a la actitud negativa hacia homosexuales y a las emociones que se despiertan en las personas heterosexuales cuando entran en contacto con personas homosexuales” (p.4)

De acuerdo al autor, recalcó que las personas homosexuales han estado sintiendo un gran rechazo por parte de la comunidad heterosexual, más aún cuando han estado conviviendo el día a día con ellos y no se hacía respetar sus derechos.

Desde otro punto de vista, la homofobia va más allá de un simple rechazo, cuando se habló de ello también se debe mencionar algún tipo de aberración y esto fue un tema más fuerte y delicado. El cual, se tomó en cuenta a Herek (2004) citado en Barrientos y Cárdenas (2013), definió que:

La homofobia no como una fobia, sino como una hostilidad dirigida a los homosexuales. El componente emocional de una fobia es la ansiedad, mientras que el componente emocional de la homofobia es la ira y el enojo. En la actualidad la homofobia es una denominación que resulta insatisfactoria porque, entre otras razones, hace referencia exclusivamente a la actitud extrema de aprensión psicológica, ocultando otras formas de hostilidad menos irracionales, así como las condiciones sociales de producción de dicho fenómeno (párr.7).

Se debió considerar poner más atención en este tema tan complicado, ya que el odio hacia este género está provocando la muerte de muchas personas de este colectivo.

Otro punto de vista que se analizó, es la segunda subcategoría que es la discriminación en contra a la comunidad LGBT, el cual se considera a Carcamo y Pocco (2018) afirmaron que Perú es un país que no realizaba una legislación con respecto a la comunidad LGBT, donde solo se contaba con el apoyo de la protección constitucional por la discriminación por orientación sexual, esto fue por la falta de un marco de protección integral, y trajeron consigo la exclusión del

colectivo LGBT del sistema laboral, la falta de servicios en lo que respecta al tema de salud y la educación, también la elevación del odio que se habían mostrado continuamente hacia el colectivo LGBT.

En este país, se escapó de las manos el tema de la discriminación por orientación de género, no contaban con una entidad que apoye los derechos de estas personas, ni apoyo de nadie, es por ello que ellos mismos hicieron reclamar sus derechos en marchas y manifestaciones para que sean considerados. Cuando hemos estado indicando sobre la discriminación hemos hecho hincapié en que es algo denigrante para esta comunidad, el cual se tomó en cuenta en la Real Academia de la Lengua Española (2013), ha definido que la discriminación es un trato de inferioridad y excluir a un colectivo de personas por su tipo de cultura, ya sea religiosas, políticas, motivos raciales, sexuales y de creencia o fe.

En cuanto a la discriminación se refiere no ha existido algún tema en específico, ya que se está hablando de distintas maneras de discriminación, y que es algo que se debería de controlar viniendo desde la educación con la forma de ser de los individuos. La discriminación es la aversión, tocada de diferentes maneras hacia un colectivo de personas, con diferentes gustos hacia un tema en específico. Por otro lado, la OMS (2008) citado en Cárcamo y Pocco (2018), ha manifestado que:

La discriminación es cualquier distinción, exclusión o restricción, hecha por diversas causas, que tiene el efecto o el propósito de dificultar o impedir el reconocimiento, disfrute o ejercicio de los derechos humanos y las libertades fundamentales. Está relacionada con la marginación de determinados grupos de población y por lo general es la causa básica de las desigualdades estructurales fundamentales existentes en la sociedad. A su vez, esa situación hace a esos grupos más vulnerables a la pobreza y la mala salud (p.32)

En relación con la discriminación a los homosexuales, podemos decir que consideraba inferior a otra persona, y para lograr ello se enfocaba en prejuicios y estereotipos. Entonces el colectivo LGBT trataba de sobrellevar todo ello, por ser de un aspecto que conllevaba más a lo social, lo cual impidió darse a notar su presencia en la sociedad. La discriminación es un tema bastante amplio, que en un futuro deja marcas en las personas que lo han sufrido, y las consecuencias es que

se crean estereotipos de personas cohibidas o tímidas, que muestran rechazo en la sociedad, entre otras consecuencias. El cual se tomaba en cuenta a Cárdenas (2009) citado en Cárcamo y Pocco (2018), añadió que:

Tienden a aislarse con miras a evitar ser agredidas, y por este temor a la violencia suelen ceder sus espacios de crecimiento y oportunidades de desarrollo en favor de personas de otros grupos, aunque éstas posean menos capacidades. Pueden dejar de estudiar, solicitar atención médica, buscar mejores puestos de trabajo, asistir a lugares de esparcimiento, etc (p.35)

Por lo tanto, cuando una persona ha sufrido de discriminación, en su mayoría de veces son consideradas personas reprimidas y esto debido al mal trato que habían sufrido al expresar su condición.

Cuando una persona se siente discriminada, lo hace notar de diferentes formas, al respecto Walsh (2009) citando en Rodrigues *et al.* (2017) alude que, cuando un establecimiento ofrece servicio de atención al cliente y hay un acto de discriminación existe quejas formales y la persona discriminada no vuelve al mismo lugar para, y expande de boca en boca su mala experiencia en este lugar. Lo que el autor quiere manifestar es que de su mala que experiencia de un miembro de la comunidad Lgbt al ser discriminado en un lugar de atención al cliente, opta por no seguir recurriendo este lugar y sin embargo hace lo que comúnmente se llama contar la mala experiencia de boca en boca, así la gente se informa que en ese lugar hacen discriminación.

Para finalizar, Cárdenas (2009) citado en Cárcamo y Pocco (2018), señaló que:

Adoptan el papel que la sociedad les ha atribuido, es decir, reproducen el comportamiento estereotipado. Llegan incluso a renegar de sus características y adoptan las del grupo dominante, ocultan su pertenencia al grupo discriminado y ya no se identifican con la realidad a la que éste se enfrenta. Además, afectan a personas en su misma situación y a otras que están en grupos de mayor desventaja, contribuyendo a mantener al grupo dominante y a la discriminación (p.35)

De igual manera lo que el autor hizo referencia en cuanto a la discriminación, fue que el colectivo LGBT se ha sentido ya discriminado, se ha conformado con lo que la sociedad les brinda.

Nuestra segunda categoría es la percepción que de igual forma se pasará a explicar con sus respectivas sub categorías:

Cuando hacemos referencia a la percepción mencionábamos a la forma en que una persona o comunidad entiende o comprende algo, en otras palabras, percepción es una comprensión de un tema específico.

La comunidad Lesbianas, Gays, Trans, Bisexuales ha estado sintiendo estar lejos de poder ejercer sus derechos ya que habían sido vulnerados en muchas ocasiones. 24 Leyes y decreto se obtuvieron defendiendo a esta comunidad brindándole los mismos privilegios que pudieron tener cualquier persona nacida en un país democrático, pero los estudios y estadísticas realizados en torno al tema habían demostrado que no se está dando en la realidad y el principal problema que se enfrentaban es la homofobia por parte de la sociedad civil, instituciones públicas, privadas e incluso la familia que fue el grupo humano con el que se aprendió a socializar y donde se afianza los lazos. (Carcamo y Pocco, 2018, p.23,24).

A pesar que cuentan con privilegios este colectivo, se han dado con la realidad que no pueden realizar sus derechos como una persona heterosexual. Por otro lado, García y Marín (2013) mencionan que "la percepción de los residentes locales en lo referente al turismo gay, se ha tratado de forma continua, como intermediario del mercado, relación de identidad y consumo" (párr.8). De esta manera la percepción de la comunidad LGBT en lo referente al turismo en el mundo, se entendió que se debe de comprender el perfil del turista, en lo cual ha influido varios aspectos, entre ellos la seguridad que presentaba cada destino, adicional a ello la comunidad local, las culturas, las ofertas brindadas, el clima adecuado y una buena realidad turística del lugar a visitar y lo más importante es ver las experiencias que se dan en ciertos lugares de Turismo. Y también considerando las experiencias del pasado, engloban en la elección de elegir un destino turístico, por

consiguiente, también se evalúan la seguridad, equipamientos, servicios y calidad de vida entre otros (Prat, 2013).

La percepción de la comunidad LGBT al momento que se realiza el turismo, se menciona que son personas en su mayoría solteras y sin hijos, se encuentran en niveles sociales, económicos y cultural medio alto y es por ello que su poder adquisitivo mundial es alrededor de 1.356 euros, representan esta comunidad un porcentaje de 10% de turistas y con un aproximado de 15% del gasto turístico (OMT, 2012).

Basándonos en los temas de derechos que algunos países habían otorgado a la comunidad LGBT, existieron también países que no estuvieron de acuerdo en brindarles beneficios por ser gay.

A continuación, se detalla las subcategorías que son la identidad e integridad:

En lo referente a la identidad de género sobre la comunidad LGBT, es la sexualidad con la cual un individuo se identifica psicológicamente definiéndose consigo mismo. Así también, la identidad es como un derecho que conlleva la diversidad sexual con su respectivo desarrollo sexual. La identidad de género es relativa a la percepción subjetiva que un individuo contiene sobre su persona con respecto a su género que incluso pudo, como no pudo coincidir a sus características sexuales.

De esta manera la Real Academia de la Lengua Española (2013), alegó que la identidad de género son rasgos propios de un individuo o de un colectivo que los caracteriza frente a los demás. Con respecto a la identidad de género de una persona o colectivo, se refiere independiente del sexo con el que haya nacido y también tema aparte de la orientación sexual. Basándonos en la identidad de género, se puede decir que es el concepto que se tiene de uno mismo, como una persona sexual y esto nos lleva a la forma como se ha vivido y también cómo hemos sentido nuestro cuerpo entorno a la experiencia vivida.

Como menciona Money y Green (1969) citado en Calcerrada y Rojas (2017), con respecto a la identidad de género, se refiere a que:

Ofrece una evidencia de que la puerta de la identidad de género está abierta en el nacimiento de la vida de un niño o una niña normal de

una forma no menor que para un nacido con órganos sexuales no acabados o para uno en el que haya faltado el andrógeno y que permanece abierto durante al menos más de un año después de nacer (p.56)

La identidad de género está relacionado a la percepción de cada ser humano sobre su persona, y en algunos casos pudo no llegar a ser igual a su cuerpo biológico.

Además, con respecto a la identidad de género Hugues (1997) citado en Apostolopoulou (2016), declaró que:

No obstante, la aprobación de la identidad gay se mantiene en ser un asunto estrictamente de carácter personal, su certificación fue el desenlace de la interacción con otros de la misma comunidad, es decir, el sentido de pertenencia y asociación a una comunidad donde compartan las mismas características y cualidades y de ser diferente y desigual de individuos que no pertenecen o se identifican con la comunidad.

Como menciona el autor, la identidad de género fue la forma como un individuo se identifica, que puede ser mujer o hombre, además también es la forma en cómo se reconoce a sí misma, además, la identidad de género de cada persona debería ser de manera personal y unánime ya que al unirse a su comunidad deberá tener un sentido de pertenencia y poder compartir con personas que compartan el mismo sentir e identidad.

El tema de identidad, se hacía mención a la sexualidad con el cual un individuo se relacionaba psicológicamente y con el que se había sentido identificado. Para los autores Calcerrada y Rojas (2017) manifestaron que la identidad de género es algo global y corresponde a la conciencia y el sentimiento de ambos sexos en este caso hombre y mujer, referente a los modelos que la sociedad manifieste con carácter sexista.

La identidad de género es la forma en cómo una persona se identifica según la sociedad en la que vive el día a día ya que ello influye mucho en su elección.

Cuando una persona ha nacido siempre es diferenciada por la parte reproductora con la que se nace, sin embargo, conforme van creciendo es ahí donde se dan a notar que no se habían sentido cómodos con el sexo que lo relacionaban y ahí decidieron cambiar su identidad.

Al respecto Farji y Mines (2014) manifestaron que, todas las personas nacen con dos tipos de sexo determinado, sea masculino o femenino, por otro lado, sienten incomodidades al sexo con el cual lo identifican y deciden cambiar de identidad de género, a este colectivo de personas se les conoce como personas trans o transgénero, en otras palabras, no están conforme con la identidad de género con el que nacen. Existen muchos factores para que un individuo no se sienta identificado con el sexo que le corresponde, es por ello que, según sus experiencias vividas entre otras cosas, ellos elijan la forma más placentera de vivirla.

Otra subcategoría que se planteó fue la integridad la cual también se desarrollará:

En lo que respecta la Integración de la comunidad LGBT con la sociedad heterosexual, queremos decir que no fue bien vista por esta última, ya que, si bien es cierto, hubo un porcentaje que, si lo conlleva, sin embargo, existe otro porcentaje el cual no acepta este colectivo, por esa razón es que la comunidad LGBT ha creado sus propios grupos por llamarlo de esta manera en el cual interactúan. La integridad en la cual estaba relacionada el colectivo LGBT, dependerá también de la aceptación de la sociedad heterosexual. De tal manera, Jaramillo *et al.* (2017) manifestó que, la integridad social fue un proceso que estuvo de la mano con las relaciones personales y sobre todo estuvo relacionado con los vínculos que se tuvieron con grupos sociales.

Existe una parte en la sociedad heterosexual la cual acepta relacionarse e integrar a la comunidad LGBT, sin embargo, existe también un porcentaje alto que no concordaba con ello y lo que hacían era discriminar o juzgar.

Por otro lado, el tema de la integridad en la sociedad, garantiza un ambiente agradable en todos los aspectos, propiciando una integridad sana entre ambas comunidades y se logra obtener buenos resultados basándonos en el respeto. Por consiguiente, Cohen *et al.* (1988) citado en Jaramillo *et al.* (2017), señaló que, la

integridad permitió un progresivo marco conceptual que iba desde la sociología la cual la sintetizaba como un tránsito mayor de personas que querían y que estaban en el derecho de sumarse a una estructura social, a medida que los tiempos avanzaban y las normas sociales se reinventaba y se adecuaban para un bienestar social. La integridad es llevarse bien entre la sociedad sin importar qué condición uno tenga, por otro lado, debe de existir un respeto.

Con respecto, a integrar personas en la sociedad, se debe mencionar que fueron involucrados varios aspectos de la vida. Es así que Asún *et al.* (2007) citado en Jaramillo *et al.* (2017), hizo mención sobre la integración a relacionarse entre personas y colectivos en la sociedad, además se daba a notar en diferentes aspectos como lo cultural, lo económico y la organización social.

Integrarse a la sociedad es la aceptación que se vive el día a día sin importar que opción sexual tenga, muy independientemente de las razones que se haya tenido para elegir un tipo de vida según el género identificado.

Enfocándonos en nuestra segunda unidad temática que es el turismo gay friendly encontramos estos autores donde también se desarrolló las categorías y subcategorías:

En la segunda unidad temática se menciona que es el turismo según autores:

Se define al turismo como el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su hogar sin motivación lucrativa, las personas fueron consideradas turistas a quienes su desplazamiento lo realizaban a distintos lugares al de su entorno habitual, sus viajes son por un tiempo consecutivo inferior a un año solo con fines de ocio, por negocios entre otros.

Desde la perspectiva sociológica del turismo, el turismo se define como:

El turismo se ha transformado en una muy poderosa y activa arma de desarrollo económico para diversos países del mundo, lo que había logrado que lo hábitos de los turistas se volvieran distintos por sus demandas y experiencias que cada vez fueron más exigentes y lo que se consiguió fue que el turismo se reinventaba constantemente a las exigencias del turista. Como se había

mencionado anteriormente, la relación entre el Turismo y la comunidad gay va de la mano, ya que este colectivo ha invertido mucho más en realizar actividades turísticas que un ciudadano heterosexual.

Como mencionaba Holcomb y Luongo (1996) citado en Monterrubio y Barrios (2016), sobre la relación entre el Turismo y la comunidad gay mencionaron que:

Las relaciones que se han creado y se mantienen entre turismo y homosexualidad han sido temas de ardua discusión e investigación exacta en el mundo de habla inglesa que tienen origen desde el final de los años noventa. Esta investigación se ha centrado en el supuesto poder económico de hombres y mujeres homosexuales y de diferentes orientaciones sexuales y principalmente se sugirió que el mercado turístico gay se encuentra en constante creciendo veloz en el país de América, Estados Unidos.

De acuerdo a los autores, el Turismo Gay fue altamente rentable desde los últimos años y había adquirido mucho posicionamiento en el mercado, tanto es así que se consideró mucho ofrecer paquetes turísticos exclusivos para este colectivo, además, la comunidad LGBT es un potencial público para el mercado turístico que a pesar de tener sus orígenes en los años noventa se encuentra en constante desarrollo y crecimiento favorable en los Estados Unidos,

El turismo es una actividad compleja en la que influyen múltiples factores según (Álvarez *et al.*2019) había sido analizada desde distintas disciplinas relacionadas con las ciencias sociales como sociología y antropología, los estudios del turismo estaban orientados por cuestiones técnicas y no científicas, en todo caso en los años setenta se desarrollaron estudios científicos sobre el turismo, en los años noventa se empezaba a estudiar turismo en centros educacionales, creándose una nueva disciplina llamada turismología.

La turismología fue el fenómeno que proviene del turismo todo relacionado en cuanto al entorno social, que va de lo general a lo particular. El concepto ofrecido para la actividad turística por Organización Mundial del Turismo (OMT) indicó que: el turismo fue un fenómeno de origen social, cultural y además económico que se

encontraba enlazado principalmente al movimiento y desplazamiento de las turistas que se dirigían hacia a lugares ubicados al exterior de su lugar de residencia habitual u origen y sus motivaciones de desplazamiento son principalmente por razones personales, de negocios/profesionales o simplemente ocio familiar o amical.

Velasco González (2002), mencionó que, para el correcto desarrollo del Turismo, se debió implementar desde una perspectiva integradora, que aborde al Turista, los destinos y observar la parte económica y social, considerando que el Turismo estaba relacionado a lo social y que ello ha favorecido de manera positiva en cuanto respecta a lo cultural y que presentaba cambios para la sociedad. El turismo LGBT no fue ajeno a este fenómeno, más bien se renovó constantemente, se adaptó a nuevas políticas y normas establecidas y acogió los nuevos estándares. Cuando hacíamos mención sobre el turismo gay friendly, hacíamos mención a un tipo de turismo con motivaciones y necesidades concretas de variables emocionales que fueron propios y que influyeron en el placer de la experiencia de un destino seleccionado.

El turismo es una industria de gran potencia económica mundial, fue un gran movimiento social que movió masas, donde personas que buscaban en el turismo, relajarse, disfrutar de nuevos lugares, desplazarse, ocio, diversión, intercambio cultural a través de la variedad de sectores y tipos de servicios que posee el turismo gay friendly.

El turismo sabemos todos que es una actividad que se llevó a cabo dentro de la sociedad, entonces la parte social del turismo se formó a base de interacciones que tienen las personas dentro de un entorno.

Entonces al conocer al turismo dentro de lo sociológico detallamos al turismo desde otra ciencia importante que estudia el comportamiento humano, que es el turismo dentro de la sociología:

La sociología es una ciencia que estudia al ser humano de forma integral, las características físicas, culturales y biológicas se muestran como sus principales motivaciones de análisis.

La Antropología ha manifestado interés hacia el turismo como un tema de suma importancia dentro del entorno nacional e internacional, se conoce que esta industria fue capaz de generar empleos para muchas personas desde distintos

sectores. Según (OMT) la Organización Mundial del Turismo (2012) consideró que el turismo superaría potencialmente a quienes han quedado fuera de la industria sin oportunidades y sufren problemas y dificultades y otros recursos u oportunidades laborales.

El estudio del turismo ayudó a identificar la particularidad de ser partícipe de diversos intereses, como la solución que ayudó a los pueblos de la pobreza. En este entorno, algunos antropólogos señalaron que en principios el turismo fue sólo materia de interés económico, de gobiernos e inversionistas millonarios. La sociología enfatizó su interés de estudio, y logró obtener componentes del folclore en los cuales pudieron ser explotados y con ellos los lujos y la parte reconfortante que se ofrecieron para la venta y se obtuvieron para las culturas diversas de los consumidores, además adquirieron servicios turísticos, así, fueron observando mejor que esta industria implicó y necesitó de muchos ámbitos de la vida cotidiana, sobre todo de las poblaciones "receptoras", que fue indispensable considerar e hizo visible hacia los impactos del turismo sobre la sociedad.

La sociología como ciencia, buscó reconocer la diversidad de comportamientos de las personas frente al turismo, deseó acercarse más a este fenómeno y estudió las características detalladamente que presentaban más a fondo, y no solo vio al turismo como un generador económico de divisas como generalmente se conocía a esta gran industria mundial.

A continuación, se define a detalle de que se trata el turismo gay friendly, como segunda unidad temática:

El turismo gay friendly hace referencia a los viajes a destinos exclusivos o amistosos a los turistas de la comunidad LGBT, lo que hizo referencia que esta nueva tendencia de turismo ha ido ganando fuerza en los últimos años, gracias a su salida al mercado de la industria turística y que ha sabido mantenerse y renovarse con el tiempo, cumpliendo de las necesidades de los turistas de la comunidad LGBT. El turismo gay friendly es cuando un destino o servicios locales establecidos son tolerantes y respetuosos hacia el turista LGBT, además el turismo gay friendly para el colectivo LGBT, su propósito no fue solo brindar servicios a personas de distinta orientación sexual, sino también fue brindarles un espacio

agradable del que pueda expresar libremente no sólo como un turista sino como una persona igual con derechos.

En cuanto al turismo gay friendly, se refiere a lugares como restaurantes, lugares de esparcimiento o diversión donde son amigables y son respetuosos a la diversidad sexual.

Según Ramirez y Cobo (2013) el significado de turismo gay friendly fue utilizado para hacer relacionar a lugares, políticas, personas o instituciones que generaban un ambiente tolerante y respetuoso hacia personas que integran la comunidad LGBT. Se entendió que el turismo gay friendly debió ser considerado y comprensivo, al momento desarrollar la actividad turística, no se debió enfocar solamente en el tipo de orientación sexual, sino también se refirió a compartir y hallar un ambiente agradable en el cual se pudo disfrutar de la libertad sin diferencia alguna hacia los turistas LGBT y que pudieron llevarse una buena experiencia consigo y gracias a eso el turista puede volver en otras oportunidades y a la vez hacer recomendaciones lo que conlleva a que el número de turistas crezca.

Por otro lado, el tema del turismo hecho para la comunidad LGBT fue un tema que hoy en día, es aceptado por muchos y mal visto por algunos dentro de nuestra sociedad, en la actualidad es un tema que trata de mostrarse de manera abierta al público, aunque la mayoría de veces suele ser reservada y discreta por decisión de los propios turistas de la comunidad LGBT.

Delgado y Oxa (2018) el tema LGBT es uno de los temas más debatidos en el campo de la conducta humana, en donde se buscó entender más a profundidad lo positivo y lo negativo que trae consigo este nuevo fenómeno. Hace muy poco tiempo era visto como una acción clandestina, fuera de control, anormal, expuesta al rechazo y fuera de las normas impuestas por una sociedad conservadora, el solo hecho de hacerse pública y abierta durante los últimos años, gracias a su insistencia por ser reconocidos y por la igualdad que se merecen dentro de la sociedad actual son las razones por la cual el turismo LGBT es un tema presente, donde distintas disciplinas de la ciencia buscan realizar estudios y analizar el perfil del turista LGTB dentro del entorno social.

Del autor comprendimos que el turismo LGBT nacional e internacional dentro del entorno social, hace unos años atravesó por duras etapas como el rechazo por sociedades conservadoras, hoy en día gracias a la batalla porque se reconozcan

legalmente los derechos de esta comunidad LGBT ante la sociedad, su imagen empezó a cambiar, empezó a reaparecer y a volverse importante frente a la industria turística, en especial en los países Norteamérica y Europa y parte de Latinoamérica, ahora es analizado a detalle y estudiado para comprender y entender mejor su naturaleza y su comportamiento adaptado al sector turismo y poder llevar servicios de aceptación y calidad para el turista LGBT.

Al respecto, Delgado y Oxa (2018) la ley de matrimonio igualitario o matrimonio homoparental está permitido legalmente en algunos países como Argentina, Estados Unidos, Costa Rica, Colombia, etc. La oferta y la demanda se vio impulsada por este avance social, y ello favoreció el proyecto argentino y se considera a este un país respetuoso y de mente abierta para con el colectivo gay. Por ese motivo, se había logrado consolidar espacios hetero friendly, que no es otra cosa que aquellos lugares donde comparten personas gay con personas heterosexual en un ambiente agradable.

Es por ello que se debió tomar en cuenta que dentro del turismo LGBT se cumpla con el respeto, la tolerancia y la aceptación necesaria para que los turistas LGBT que siguen luchando por los nuevos cambios e igualdad, integridad dentro de nuestra sociedad, todo este movimiento social había generado que se crearán nuevos espacios en Argentina los llamados Hetero friendly que no fue más que un lugar adaptado y pensado para los turistas LGBT especialmente en donde son amistoso y aceptan al público heterosexual.

Al respecto el autor mencionó que en Argentina existe un lugar específico considerado como uno de los mejores destinos gay friendly. Delgado y Oxa (2018) mencionó que España es un destino amigable y acepta el colectivo LGBT. La mayoría de sus lugares turísticos son lugares consolidados como gays only, gay friendly y hetero friendly y otros muchos abriendo camino hacia este objetivo, que son los turistas homosexuales, entre los destinos más famosos y con los que más de familiarizan el colectivo LGBT son Benidorm, Sitges, Gran Canaria, Ibiza, Torremolinos, Barcelona, Valencia y Madrid.

Esto demostró que gracias a la oferta amplia y enorme de la que España disponía en todo su territorio nacional para el colectivo homosexual, sin distinción ni excluyente a la orientación o preferencia sexual. Además, España, es un país europeo en donde la comunidad gay se puede sentir cómoda, a gusto y sin temor

al rechazo o a la discriminación o al rechazo social de demostrarse amor libremente entre ellos sin ser señalados, ya que está legalmente establecido para que eso sea así.

Por lo tanto, España fue un referente potencial para el turismo gay, donde no existió miedo al rechazo, discriminación de la gente, al contrario, es un lugar en donde pueden expresarse con libertad.

En el ámbito nacional Perú, a pesar de que la ciudad capital Lima no fue ajena a este tipo de turismo, esta actividad que pensamos sería de los últimos años, se realizó formalmente desde el año 1998, pero con poco impacto social.

Kusaka (2013) afirma que la situación actual del turismo gay en Lima, es poco aceptada y está expuesto al rechazo extremo por parte del colectivo de Lima en general. Entonces las dificultades que se ha visto expuesto el turismo gay en Lima fue la poca importancia por parte de las grandes empresas públicas y privadas, en satisfacer este segmento de mercado brindando servicios únicos y especializados para personas de la comunidad LGBT; marcas cuyo reconocimiento se estancaban gracias a que se resistieron a inclinarse a brindar servicios gay friendly innovadores dentro de su sistema sin tener la capacidad de dejar viejos prejuicios como la homofobia y discriminación, otro factor de estancamiento que causó la escasez de destinos gay friendly en Lima se convirtió en una interferencia interna para el progreso del turismo en Lima. La actitud de la población limeña hacia el turismo gay también fue otro factor negativo por ser discriminante, intolerante y homofóbico.

Pudimos apreciar que en la ciudad de Lima, el turismo gay friendly no es un tema de mucha importancia, no es un tema que destaque, no se vuelve un tema de relevancia interna dentro de la ciudad por la sociedad y las empresas públicas y privadas, no sienten ni tienen mucho compromiso frente a este estilo de turismo a pesar de que es considerado el turismo gay friendly como uno de los más rentables dentro de la industria según la (OMT), todo esto se encuentra de cierta forma estancado por la falta de aceptación de la sociedad limeña.

Cjuiro (2013) analiza que el potencial del turismo gay en la fase económica y social en la ciudad del Cusco, con respecto al turista LGBT a nivel mundial fue un importante sector económico del mercado, en muchos países a nivel internacional habían dirigido sus miradas y creado nuevos estándares de servicios

turísticos especiales, ya que es un segmento de mercado bastante amplio y muy rentable, la ciudad de Cusco tiene muchas posibilidades de convertirse en un destino favorito a nivel nacional para la comunidad LGBT a nivel internacional, no solo por sus atractivos culturales, naturales belleza o antigüedad, sino también muestran gran interés por su gastronomía.

El turista LGBT que visita Cusco, en promedio posee las siguientes características: tiene en promedio 45 años, de origen europeo y/o americano en su mayoría, posee un alto nivel socioeconómico, que el turista heterosexual de la misma edad nacional y en algunos casos internacional, viene principalmente a realizar turismo cultural y vivencial. Un manejo adecuado del turismo gay friendly logró sensibilizar y crear tolerancia y respeto entre los prestadores de servicio turístico gay friendly y turistas LGBT, obteniendo como resultado un buen trato y servicios de calidad apropiados, que muchas veces el turista satisfecho y feliz suele recomendar.

Así mismo se desarrolló la categoría servicios turísticos:

Como juicio de servicios turísticos se conoció, que los servicios son acciones que se llevan a cabo para alcanzar la satisfacción de las necesidades personales o de más personas; Ahora “turismo” se entiende a todo lo que está relacionado al turismo, pues sabemos que turismo es la actividad que desarrollan las personas cuando desean o necesitan realizar actividades de ocio, esparcimiento, descanso, y se traslada de un lugar a otro de su lugar habitual, y pernocta o pasa la noche en dicho lugar diferente. Entonces se entendió que los servicios turísticos son prestaciones que una persona adquiere cuando quiere hacer turismo en un lugar determinado o elegidos por el turista, traducimos los beneficios de los servicios turísticos gay friendly de los viajeros de la comunidad LGBT suelen poseer un mayor poder adquisitivo al promedio de viajeros por lo tanto suelen preferir servicios exclusivos o que se adecuen a sus necesidades, convirtiéndose de esta forma en consumidores potenciales”. OMT (parr.1)

Este sector LGBT dentro de la industria turística siempre iba por búsqueda de productos y servicios seguros, y han adquirido una cantidad cuantiosa y larga que les han permitido tener buenos recuerdos en sus travesías en sus viajes y

prefieren agenciar tours que incluyeron todos los servicios disponibles que durante su estancia en el lugar escogido para hacer turismo les ha permitido aprovechar al máximo su tiempo y disfrutar de los placeres del lugar con sus amigos o familiares permitiéndoles experimentar nuevas formas de pasar un buen momento de ocio en dicho destino.

Para aprovechar en su totalidad el desarrollo de este mercado permite a la industria turística formar el incremento de ofertas nuevas de calidad, con diferentes protocolos dentro de sus normas de servicios especiales para ellos, ser más incluyentes en los servicios, lograr satisfacer sus preferencias, gustos, necesidades, caprichos y antojos y gustos excéntricos, por lo cual las empresas que prestan servicios a turistas LGBT se ven en la necesidad de innovar y crear nuevos servicios adaptados para los turistas de la comunidad LGBT, para ello capacitan a su personal para ser empáticos y amable con la comunidad LGBT al momento de atenderlos y evitar inconvenientes.

Los turistas LGBT son un importante sector en el mercado que ha ido en crecimiento y no debería descuidarse, al momento de atenderlos sino aprender a servir a sus necesidades. Las empresas y destinos abiertos a la comunidad LGBT tienen una gran sensación entre los turistas homosexuales, de tal forma que ellos buscan lugares en los que puedan vivir experiencias emocionantes, únicas sin ser discriminados o sufrir algún tipo de violencia o agresión física o emocional, en donde sean valorados, aceptados y sobre todo respetados". Paiva. (2017). Este auge turístico ha repercutido en el colectivo LGBT, y ha convertido la ciudad de Lima en uno de sus destinos gay friendly favoritos, desde el ámbito privado la ciudad de Lima ofrece muchas propuestas turísticas para los turistas LGBT, que disfrutan del turismo urbano.

De igual manera se detalló las subcategorías en este caso hicimos referencia al turismo de sol y playa, city breaks, hoteles, aerolíneas y guías turísticos:

Como lugares más frecuentados a nivel internacional tenemos "como principal foco de interés son los destinos de sol y playa o destinos de balnearios, tentativos lugares por su alta gama de ofertas de sitios donde se ha podido realizar y disfrutar al máximo del turismo de ocio, como los hoteles, discotecas, bares y

restaurantes dirigidos al público homosexual o gay friendly. En Europa los principales destinos para el público LGBT fueron, Mykonos en Grecia, Ibiza, Sitges y Gran Canaria ubicadas en la gran España, de esta manera España perteneciente al continente europeo se ha convertido en líder en el turismo de sol y playa habitualmente concurrido y muy visitado anualmente por innumerables turistas de diversos países del mundo entero, además de haber tenido variedad de destinos turísticos para el mercado homosexual, recibe al año un aproximado de 50 millones de turistas al año.

Encabezando en la lista junto a España como destinos turísticos favoritos para el sector LGBT se encontró Florida en Estados Unidos, entre los lugares más visitados se encuentra South Beach en Miami, Fort Lauderdale, Key West, Disney World, donde este famoso parque de atracciones ha implementado entre sus servicios un día gay o “Gay Day in Disney”, es un día en donde se celebra a las personas Homosexuales, ofreciéndoles grandes ofertas a los trabajadores gay de la compañía y visitantes con pareja, y en México está Puerto Vallarta y Morelos como destino preferido en invierno por turistas homosexuales de origen Americano y Europeo” Entre los principales destinos internacionales gay friendly en donde muchos turistas acuden fueron las playas y grandes ciudades ya que en estos grandes destinos turísticos no solo pudieron disfrutar de diversión bajo el sol, también pudieron conseguir cierta privacidad y discreción lejos de la sociedad que no los acepta.

Moner, Royo, Ruiz (2020).

City Breaks, “En el continente europeo los principales destinos turísticos City Breaks fueron las imponentes capitales como Ámsterdam, Londres, Paris en Francia, Berlín, Madrid en la madre patria España, al norte de Europa existe un sin número de ofertas diseñadas para el público Homosexual, pero está más centrado en hombres gay y se presta poca atención al público de lesbianas. Al sur de Europa la oferta y demanda para el público homosexual fue escasa y no estuvo desarrollada. En Estados Unidos el principal City Break más solicitado fue la ciudad de San Francisco”. Moner, Royo, Ruiz. (2020). El turismo gay friendly pudo coincidir con muchas propuestas diseñadas especialmente para la comunidad LGBT, como festivales, conciertos y otros eventos públicos en los city breaks.

“Hoteles gay en Lima, los turistas generalmente se basan en la concurrida Miraflores y el bohemio Barranco. La mayoría de los hoteles en estos distritos fueron internacionales y, por lo tanto, están más acostumbrados a los turistas LGBT. Estos son los hoteles gay friendly en Lima que dieron la bienvenida a los viajeros LGBT: El JW Marriot fue uno de nuestros hoteles de lujo gay friendly en Lima de 5 estrellas está ubicada en el corazón de Miraflores, cerca de Vale Todo, La Lupe y Lolita. También se encuentra a pocas cuadras de la playa, el personal hace todo lo posible para que los huéspedes se sintieran bienvenidos, especialmente las parejas homosexuales. (Mister B & b es el equivalente de Airbnb para la comunidad LGBT. A diferencia de Airbnb, sabes que tu anfitrión es gay, evitando sorpresas desagradables cuando te registras. También fue una excelente manera de conocer a los locales gay).

BTH es un hotel boutique, gay friendly y moderno ubicado en el barrio de San Borja muy seguro, se encuentra a poca distancia del club gay La Cueva y por último entre los lugares de hospedaje más destacados en Lima se encontraba El hotel económico gay friendly en Lima llamado Pool Paradise se ubica a poca distancia de los bares gay y el club gay Vale Todo en Miraflores, es un hotel muy sociable, ideal para viajeros LGBT solos, posee una terraza solar con gran piscina exterior y zona de barbacoa”. Arestis. (2020). Para los turistas de la comunidad LGBT, Lima fue un destino medianamente gay friendly, ya que su aceptación y tolerancia hacia la comunidad LGBT es remotamente privada, a veces difícil de encontrar, pero a la vez Lima es un destino económicamente barato, medianamente seguro, pero con diversidad de servicios que pueden lograr satisfacer las necesidades y expectativas del turista de la comunidad LGBT.

Los hoteles sin duda fueron los productos turísticos más solicitados, buscaban cada vez más atraer a un público objetivo, como mochileros, de negocios, parejas en luna de miel, etc.” Las personas de la comunidad LGBT les atraía mucho viajar a grandes ciudades donde buscaban exclusividad en los servicios que los hiciera sentir cómodos y aceptados. El turismo que ellos decidían realizar estuvo orientado al mercado homosexual, en el ámbito hotelero se pudieron distinguir tres tipos de hoteles para este sector: Hoteles gay, gay straight-friendly y gay friendly.

Encabezando a nuestra lista tenemos a los hoteles para público gay, ellos se dirigieron primordialmente al público de orientación homosexual, por lo tanto, su público en el que enfocan sus servicios, fueron únicamente LGBT, estos hoteles suelen ubicarse en lugares paradisíacos, entre los hoteles más populares en Europa son Lesvos Inn Resort Hotel (Grecia) y Hotel the Golden Bear (Holanda) y en EE.UU. Tropical Hotels (California) Canyon Boys Club Hotel y Las Palmas Hotel (Florida). Los más reconocidos hoteles de lujo exquisitos para los turistas LGBT, se encontraron en lugares poco imaginados, reconocidos por su exquisita belleza un hotel así se pudo encontrar dentro de lugares paradisíacos como Mikonos, Grecia, las playas de Miami, etc.

Los Hoteles gay straight - friendly fue un tipo de hotel que apuestan sus servicios principalmente al público homosexual LGBT, pero no excluyeron de sus servicios al público heterosexual, como el Hotel Axel en España y el hotel de lujo Loews en Beverly Hills, Estados Unidos.

Como el último tipo de hotel orientado para público especial de este sector LGBT se encontraban los hoteles gay friendly están adaptados para atraer al público LGBT, son lugares que no tuvieron limitaciones al momento de recibir a personas homosexuales, son hoteles tradicionales comunes pero que arriesgan y desafían al mercado turístico por brindar servicios al público homosexual, donde lo toman en cuenta y lo hacen parte a su mercado, estos tipos de hoteles son los que más prosperan ante la industria turística homosexual ya que no caían en las frivolidades de discriminar a este tipo de público, apostaba por la profesionalidad turística para el mercado LGBT “.Moner, Royo, Ruiz. (2020).

En la ciudad de Lima se puso como ejemplo a uno de los más grandes hoteles reconocidos en Lima, el hotel de cinco estrellas, JW Marriott, es un hotel que tuvo muy buenas referencias por sus clientes de la comunidad LGBT, por haber recibido una atención excelente durante su estancia dentro de sus instalaciones.

“Con respecto a las agencias de viajes son empresas turísticas que laboran más de manera directa con los clientes, fueron empresas mediadoras que

colaboraron con los turistas o sus clientes para obtener paquetes turísticos todo incluido o con los servicios que ellos buscaban en particular, por esta razón el buen servicio, los conocimientos, los precios y servicios personalizados son esenciales para cumplir la expectativas de sus clientes y lograr fidelizarlos, como ejemplo tenemos en EE.UU. Friends of Dorothy Travel (California), sus principales servicios con más demanda son los cruceros y el turismo de aventura. Asimismo, se encontraban las agencias de viajes que se identificaban como gay friendly, son elementos primordiales dentro del turismo, ya que en la actualidad predominan entre el sector de agencias turísticas, son agencias que tienen paquetes o productos especiales para el público homosexual”. Moner, Royo, Ruiz. (2020).

En Lima también existen agencias que brindan servicios especiales únicamente para turistas LGBT, muy fáciles de contactar a través de las redes sociales y páginas recomendadas por su seguridad y fiabilidad.

“Las aerolíneas, están cada vez más interesadas por entender y conocer las necesidades de los clientes homosexuales, trabajaban con agencias de viajes en conjunto, en casos exclusivos con las agencias especialistas en viajes gay, implementando nuevas políticas entre sus trabajadores hetero y homosexuales, en España Air Europa fue la primera compañía en el mundo que incluye de manera directa y expresa al público homosexual, que ha conseguido aliarse con la revista más reconocida en Europa “Gay Zero” para que de esta manera lanzará la primera tarjeta Friendly Fidelitas, donde se pudo conseguir promociones y descuentos especiales para el público homosexual”. Moner, Royo, Ruiz. (2020). Según el autor hace referencia y reconoce cuál fue la modalidad a una de las primeras aerolíneas en adaptar sus servicios para el público LGBT y cómo logró resaltar entre otras aerolíneas.

“Los guías turísticos gay durante muchos años para sobre salir en el mercado turístico se han valido de las promociones en la pantalla chica y revistas muy famosas para lograr su difusión, en estos días nos topamos con un amplio mercado de guías turísticos de renombre especialistas en destinos y productos turísticos gay, entre los más resaltantes se encontró el grande Spartacus, se le

considera como la más documentada del ambiente homosexual de todo el mundo, la más grande y reconocida guía turística con más años en el mercado y ha logrado establecerse firmemente a nivel mundial en la industria turística". Moner, Royo, Ruiz. (2020). Esta guía ofrece todo tipo de información para los viajeros LGBT, en ello muestran bares, restaurantes, hoteles, clubes, todo tipo de servicios de todas las categorías que deseen y también ofrecen información sobre el SIDA/VIH, para los turistas homosexuales.

A continuación, se desarrollará la categoría lugares frecuentados:

Según Arestis (2020) Lima fue una base bastante dulce y confiable para los viajeros homosexuales. Hubo alrededor estadísticamente, casi 1 millón de chicos homosexuales en esta capital. La escena gay de Lima fue ciertamente emocionante en Lima. Los fines de semana, los bares y clubes gays estaban llenos de personas homosexuales locales, que se ponían al día con los últimos ritmos latinos, y buscaban exclusividad en sus noches, diversión y vivir buenas experiencias. Lima se ha convertido en una ciudad gay friendly ya no es indiferente a este tipo de turismo, las personas hoy en día se vuelven un poco más tolerantes y respetan el orgullo gay, aunque no resalta por su seguridad ni modernidad, es una ciudad económicamente conveniente para turistar, es bohemia, clásica y cultural para los turistas LGBT.

Lima fue un gran destino en América Latina. Es una ciudad económica para establecerse y también un importante centro de transporte en América del Sur. La mayoría de los viajeros homosexuales que arriban a Perú ingresaban al país desde Lima como primer destino y pasaban unos días aquí. Lima es una ciudad práctica y segura para viajeros LGBT, los más exclusivos hoteles gay se encontraban acá, los mejores bares gay, clubes, eventos y más para el disfrute de los turistas LGBT.

Adicional a ello, se detallará las subcategorías, bares, clubes, restaurantes:

Lima no tuvo un área gay específica o "barrio gay" según Arestis. (2020). "Los bares y clubes gay friendly están repartidos por toda la ciudad, pero principalmente en los distritos de Miraflores, Barranco y Centro Histórico (Centro de

Lima). Los mejores bares y restaurantes de Lima se pueden encontrar en los ricos distritos junto a la playa de Miraflores y Barranco, que también es donde se encontraban la mayoría de los turistas. Miraflores es el área más turística de la ciudad donde se pudo encontrar lugares de reunión gay como Lolita, La Lupe y Legendaris.

Barranco se encuentra al sur de Miraflores y tiene un ambiente más bohemio. Es donde vivían muchos artistas, músicos, diseñadores y fotógrafos. Aunque Barranco no tenía ningún bar o club gay oficial, nos gustaba más porque encontrábamos que es el lugar más liberal y tolerante en Lima, con muchos lugares mixtos para gays como Picas Bar. Lolita Bar fue uno de nuestros bares gay favoritos en Lima. Es un bar de cócteles, uno de los mejores lugares de reunión lésbica de la ciudad. Picas es un bar mixto gay friendly en Barranco ubicado justo debajo del romántico Puente de los Suspiros, atiende todos los días de la semana a excepción de los días lunes.

Andel bar es un bar gay barato y alegre en el barrio de Lince tienen sus promociones y los fines de semana ofrece shows drag queens espectaculares y de gran nivel. La Jarrita bar es un bar gay local ubicado en el barrio del centro de Lima. Es uno de los mejores bares gay de Lima que solo atiende hasta la medianoche los días jueves y domingos. La Lupe bar es un acogedor salón de cócteles en Miraflores. Es famoso por las fiestas que organiza durante la semana del Orgullo. En el Centro de Lima, aquí es donde encontrarás lugares de reunión gay como La Jarrita, Vale Todo y Sagitario. La mayoría de los mejores museos de la ciudad también se pueden encontrar aquí, incluido el Museo del Pisco.

Sin embargo, aunque el Centro es bonito para explorar durante el día, por la noche es bastante dudoso, por lo que recomendamos tomar un taxi confiable hacia / desde lugares". Con lo ya mencionado anteriormente según la experiencia del mismo autor demuestra que en Lima se pudo encontrar variedad de centros nocturnos turísticos, con diferentes características que pueden hacer sentir a gusto al turista según sus preferencias, entre los centros más destacados se encuentran principalmente en los distritos Barranco, Miraflores y Surco.

"Clubes gay en Lima, la vida nocturna gay de Lima cobra vida principalmente los fines de semana. Lolita es un bar exclusivo para lesbianas muy concurrido en

el distrito de Miraflores, Vale Todo en su interior cuenta con áreas de baile, shows de drag y bailarines GoGo. Las dos áreas de baile están divididas por la música: una para pop latino y techno house. La Cueva fue el lugar favorito para clientes LGBT ya que es un lugar concurrido por las presentaciones de la Sra. Naamin Timoyco. Ella fue reconocida como la Rupaul más famosa de Perú, fue la drag queen más grande del país que con frecuencia se presenta aquí en las noches de Viva Latina. La Cueva bar solo abre los fines de semana desde las 10 p.m. Hasta las 4 a.m. La entrada es gratuita antes de la medianoche. Después de la medianoche son 20 soles, que incluye una bebida gratis. Legendaris, discoteca sagitario por supuesto en Lima por supuesto hay aún, muchos otros clubes gay para visitar en Lima". Arestis. (2020).

Dónde comer en Lima en restaurantes gay friendly.

Lima es conocida por ser la capital gastronómica de América del Sur y por una buena razón, la fusión de lo japonés, lo africano y lo chino con la cocina tradicional peruana hace que cenar aquí sea un verdadero placer. Estos son algunos restaurantes en Lima gay friendly como la Huaca Pucllana a donde puedes acudir, es la famosa pirámide pre inca que queda en Miraflores, famoso sitio arqueológico catalogado por la UNESCO. El restaurante Amaz, es famoso por su comida de fusión peruana amazónica. Es un giro inventivo en los clásicos tradicionales peruanos con ingredientes amazónicos como el ceviche hecho con un pescado de río amazónico (llamado Paiche) y leche de coco es un restaurante inclusivo y brinda un servicio A1.

El mercado de Surquillo es uno de los muchos mercados locales de la ciudad donde no encontrarás el mejor ceviche de la ciudad. Es el tipo de lugar al que acuden los lugareños para obtener un almuerzo rápido o comprar sus alimentos". Arestis (2020). Como se pudo apreciar cada vez se pone más de moda el turismo gay y los establecimiento gay friendly en Lima, todas las personas LGBT buscaban visitar lugares donde simplemente se sintieran a gusto compartiendo con sus parejas, amigos o familiares, pudimos encontrar un sin número de restaurantes de diversas categorías que son gay friendly que por llegada a su público objetivo

algunos restaurantes son ambientados y decorados con todo lo relacionado con el mundo homosexual, es por tanto que muchos empresarios empiezan a verlo como un negocio bastante conveniente, altamente rentable y potencial y ya no ignoran que el turismo gay friendly se ha vuelto bastante beneficioso.

III METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

No obstante, el informe de tesis fue de enfoque cualitativo, el cual fue un método científico de observación y permitió agrupar datos no numéricos, además se recolectó discursos de personas para seguir después con la respectiva interpretación, se analizó también las relaciones de significado que se dan en una ideología o cultura.

Según Bonilla y Rodríguez (2000) citado en Bernal (2010), nos dice que la investigación de enfoque cualitativo nos ha conducido a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su objetivo no fue prioritariamente medir, más bien fue atribuir y especificar el fenómeno social a partir de características precisas, según sean distinguidos por los mismos elementos que se hallan dentro de la situación estudiada. (p.60). El autor nos explicaba la importancia del enfoque cualitativo dentro de la investigación científica, por otra parte, la investigación de enfoque cualitativo estudiaba al sujeto en cuestión de manera natural y como es su desenvolvimiento propio ambiente en que se desarrollaba en diversos aspectos como en lo social, afectivo, etc.

Adicional a ello, este informe de tesis fue de tipo básica ya que contribuye a un amplio conocimiento más completo mediante la comprensión de los aspectos fundamentales de fenómenos y de hechos observables. De esta manera Sánchez y Reyes (2015) citado en Sánchez (2016), nos dice que, es denominada pura o fundamental, ya que el proceso lleva al encuentro de conocimientos nuevos sin necesariamente tener efectos de aplicación o más allá de ésta. El propósito principal fue la generación de información para enriquecer el conocimiento científico. Del autor se hizo referencia a la investigación tipo básica, que ha perseguido entender y explicar los principios fundamentales, esta investigación fue más práctica y buscaba resolver problemas concretos.

Presentaba también un diseño fenomenológico que se ha tratado de entender las experiencias de personas sobre un fenómeno o de perspectivas. También un diseño fenomenológico describe, comprende y explora lo que las personas tienen en común según sus experiencias con algún razonamiento,

percepciones, etc. En este caso lo que se buscaba es comprender las experiencias del colectivo LGBT al momento de realizar turismo en conjunto con el resto de la sociedad. Se analizó también cuáles fueron sus percepciones, inquietudes y necesidades de esta comunidad.

Por otro lado según Mertens (2005) citado por Hernández *et al.*, (2010), sobre los diseños fenomenológicos, que se orienta hacia las experiencias individuales subjetivas de los participantes, las personas responsables del estudio, investigaban acerca de los fenómenos sociales, naturales bajo la perspectiva, las experiencias y recuerdos del sujeto, incluso el investigador se enfoca en los variados puntos de vista de la persona e intenta mirar de hito a hito para poder captar, describir, comprender para concluir de esta manera los enfoques individuales de los participantes en cuestión.

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización

La perspectiva del colectivo LGBT según, Díaz y Capitolina (2015) citado en Soler (2016), mencionó que cuando se habla de la perspectiva de género estaba muy relacionada a la sociedad y a la política con relación a las prácticas y normas y que influyó en ambos sexos sea masculino y femenino.

El turismo gay friendly dentro de la comunidad Heterosexual esperaba nuevos cambios, esperaba que los aún prejuicios anormales que existen en la actualidad, en un futuro no muy lejano la realidad sea que la comunidad LGBT disfrute de la consideración y aceptación que sin embargo sin ser reprimidos y la realidad del colectivo sea mucho más amplio y favorable para quienes integren este colectivo frente a un sociedad libre de prejuicios, discriminación y abusos ya que los servicios adquiridos o solicitados por ello deja muy buenas ganancias económicas de la cual el mercado turístico tiene grandes expectativas y dentro de unos años entorno al turismo obtenga buenos ingresos y ganancias se centren no sólo de parte de esta comunidad.

Según Ramirez y Cobo (2013) el significado de turismo gay friendly fue utilizado para hacer relacionar a lugares, políticas, personas o instituciones que generaban un ambiente tolerante y respetuoso hacia personas que integran la comunidad LGBT.

Tenemos como principal categoría la aceptación en donde queremos mencionar sobre la aceptación que percibían los miembros de la comunidad LGBT dentro del turismo gay friendly, como subcategorías tenemos la homofobia y la discriminación, dentro de la categoría percepción tenemos a la identidad e integridad con relación a la comunidad gay. Seguido frente al turismo gay podremos ver dos categorías muy interesantes como son servicios turísticos y lugares frecuentados, la primera categoría mencionaremos a cerca de los servicios turísticos que son los más frecuentados por estos turistas y por los cuales grandes empresarios del sector turismo innovarán sus servicios para la adaptación de nuevos servicios especiales para los turistas LGBT como los que fueron los hoteles, aerolíneas, city breaks y las playas paradisíacas donde suelen frecuentar para hacer turismo de sol y playa y concluimos con nuestra última categoría que hizo mención a los lugares frecuentados como los bares gays, hoteles, clubes y restaurantes que en su naturaleza existen servicios exclusivos para estos tipos de turistas y servicios que se adaptarán y aceptarán a los turistas LGBT como su distinguida y principal clientela.

3.3 Escenario de estudio

Este informe de tesis se realizó en la ciudad de Lima, Lima es la capital del Perú, cuenta con 9.5 millones de habitantes convirtiéndose en la ciudad más poblada del país. Cuenta la historia que el 18 de enero de 1535, se le puso el de Ciudad de los Reyes por el español Francisco Pizarro. En el año 1821 el General José de San Martín proclamó la Independencia y bajo su mando se formó el primer congreso constituyente del país. Lima siendo la Capital de Perú, desarrolló una importante industria de Turismo, una de ellas es el Centro Histórico, sus museos, centros arqueológicos, galerías de arte, etc.

Además, el centro histórico de Lima fue declarado Patrimonio de la Humanidad por Unesco. Entre sus legados arquitectónicos resaltan el Convento de San Francisco, la Catedral de Lima, la Plaza Mayor y el Convento de Santo Domingo entre otros. En esta Ciudad se pueden realizar diversas actividades, una de ellas es el Circuito Mágico del Agua ubicado en el Parque de la Reserva en donde se puede apreciar un espectáculo de chorros de agua con música y luces.

Otro lugar importante que se puede visitar es la Huaca Pucllana, que es un atractivo natural, acá se puede visualizar ruinas de la cultura Lima con 1500 años de antigüedad, además cuenta con un restaurante con platos muy agradables. Por lado existe también la Costa Verde, que es un circuito de playas, cuenta con paisajes de acantilados, y el Océano Pacífico. Cuenta también con un Museo de Arte, donde se realizan exposiciones permanentes y también se exhiben más de 1200 piezas. Esas son unas de sus principales actividades que se pueden realizar en la ciudad de Lima, claro está que existen muchísimas más.

En la Ciudad de Lima, como hemos podido notar existe diversas actividades por realizar, en lo cual hay distritos que son de preferencias por el colectivo Lgbt, en donde ellos se sienten con más comodidad al momento de socializar, entre los distritos de preferencia de esta comunidad se menciona a Miraflores y Barranco, ya que aquí existe bares y discotecas exclusivos para ellos.

3.4 Participantes

Este informe de tesis se desarrolló en la Ciudad de Lima, en la cual hoy en día está expuesta a muchos cambios, el colectivo al cual se entrevistará es a la comunidad LGBT, ya que como hemos podido notar hoy por hoy es un colectivo muy amplio y que se da a conocer realizando actividades y una de ellas y siendo la más destacada es la Marcha del Orgullo Gay, que se da todos los años, en donde se reúnen Gays, lesbianas, transexuales, bisexuales y uno de los principales objetivos es reclamar la igualdad de derechos. Otro de los motivos de esta marcha es la educación con enfoque de género y el respeto hacia la diversidad sexual en Perú. Se entrevistó a 12 personas pertenecientes al colectivo LGBT, los cuales participaban con frecuencia en todo lo relacionado a los derechos de igualdad de género, diversidad sexual entre otros. En este caso la muestra de la investigación fue no probabilística y por conveniencia.

Según Otzen y Manterola (2017) la técnica empleada es el muestreo, el muestreo es un instrumento de investigación esencial, en este caso hacemos uso del muestreo de tipo no probabilístico, el muestreo como herramienta de investigación nos permite la selección de los sujetos y/o población que debe examinarse, el criterio de estudio dependerá de ciertas características y puntos de

vista que el investigador considere en un momento determinado; por lo que pueden apreciarse como poco válidos y confiables o irreproducibles; debido a que este tipo de muestras no se ajustan a un tipo no probabilístico.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se aplicó en el informe de tesis fue la entrevista teniendo como instrumento la guía de entrevista. Según Troncoso y Amaya (2017) la entrevista, se basa en el intercambio de palabras mediante el diálogo que puede pasar en un grupo conformado a partir de dos personas o más, también se puede aprovechar como un instrumento que se emplea para recoger datos en una investigación, que en este caso se desarrolla una investigación de tipo cualitativa, esta herramienta nos permitió adquirir datos e información del sujeto u objeto de estudio, por medio de la interacción oral del investigador y el entrevistado o los entrevistados. Mediante el uso de la entrevista como instrumento de recolección de datos en la investigación cualitativa, es consciente de la aproximación de los aspectos cognitivos y emocionales que presenta una persona sobre los factores sociales y personales que moldean una determinada realidad del sujeto, así, es más factible que el entrevistador comprenda más a fondo lo vivido y experimentado por el individuo (párr.6). El autor nos explica lo fundamental que es la entrevista en sí, como un instrumento primordial en la investigación de tipo cualitativa.

3.6 Procedimiento

En este informe de tesis, se enfocó en la recolección de datos arriba mencionados, utilizando la guía de entrevista, basados en la opinión, conocimiento y experiencias vividas de los entrevistados, en este caso miembros de la comunidad LGBT, en la cual también se mencionó el punto de nuestras categorías, como es el tema de la aceptación, percepción, lugares frecuentados y servicios turísticos, por otro lado también, se tocó las sub categorías, las cuales son la homofobia, discriminación, integridad, inseguridad, además de los restaurantes, bares, clubes, entre otros, todos estos puntos relacionados en las experiencias y opiniones de la comunidad LGBT.

El objetivo de este informe de tesis, fue entender las necesidades y experiencias vividas del colectivo LGBT, lo cual el instrumento permitió la recolección de datos.

Cabe mencionar que se tuvo un contacto previo con las personas a entrevistar y se hizo visitas programadas para cumplir la investigación dentro de los plazos establecidos. Por otro lado, y como ya se había mencionado anteriormente se empleó la guía de entrevista, a 12 miembros de la comunidad Lgbt, el cual se llevó a cabo la entrevista mediante la plataforma virtual, previa coordinación con anticipación, pudimos hacer la recolección y procesamiento de datos en el programa Atlas ti para luego proceder hacer las redes semánticas.

3.7 Rigor Científico

En este punto los expertos correspondientes que fueron 3 profesores de la Universidad César Vallejo, se encargaron de hacer la respectiva validación del instrumento, se encargaron de revisar y analizando las categorías y subcategorías de la unidad temática de la guía de entrevista, teniendo en cuenta las opiniones y sugerencias de los especialistas que revisaron el instrumento.

N °	Apellidos y Nombre del Experto	Grado Académi co	Institución Universitaria	Valoración de Aplicabilidad
1	Huamaní Paliza, Frank David	Magister	Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle	95 %
2	Reyes Castañeda, Pedro Efigenio	Magister	Universidad Cesar Vallejo	100 %
3	Granados Maguiño, Mauro	Magister	Universidad San Martin de Porres	90 %

PROMEDIO FINAL: 95

Fuente: Elaboración propia

3.8 Método de análisis de datos

Para lograr la credibilidad del informe de tesis, hemos recolectado información científica, entre ellos artículos científicos, tesis y libros que son fuentes de datos confiables.

Para poder realizar la comunicación con los entrevistados se utilizará la plataforma virtual. Lo que se quiere investigar es con respecto a la comunidad LGBT, fue saber su perspectiva de ellos en el Turismo Gay Friendly, saber además sus experiencias vividas, opiniones y necesidades de ellos. Queremos investigar sobre esta comunidad, sus necesidades y experiencias, ya que consideramos que es un colectivo económicamente muy estable y consideramos que Perú cuenta con un gran potencial turístico y sí se implementara más lugares exclusivos para esta comunidad como hoteles, restaurantes, bares entre otros, el turismo en nuestro país aumentaría muchísimo más.

La investigación fue de enfoque cualitativo y de análisis descriptivo. Luego de haber realizado las entrevistas correspondientes se procedió a pasar todas las transcripciones al programa Atlas ti para la codificación, categorización e interpretación de la información recolectada, y luego así se procederá a realizar las redes semánticas.

3.9 Aspectos Éticos

La investigación garantizó que la información demostraba la veracidad de los resultados y protegiendo la identidad, respetando la confidencialidad y protegiendo la identidad de los participantes de estudio. Se les otorgó una carta de consentimiento informado donde ellos, están de acuerdo a la entrevista y donde se recalca también que se respeta su identidad.

IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Del presente trabajo de investigación se logró obtener los siguientes resultados que responden a los objetivos planteados, teniendo como categorías de análisis todas las categorías mencionadas anteriormente, la primera viene a ser la aceptación, seguido de la percepción, servicios turísticos y lugares frecuentados, las cuales tienen sub-categorías y a continuación se explican las respuestas según los entrevistados.

El primer objetivo específico fue analizar el significado de la aceptación de las relaciones sociales de la comunidad LGBT acerca del turismo gay friendly no juzgado, en Lima 2020, el cual está enfocado en la primera categoría de estudio.

Aceptación

Hemos analizado que en la ciudad de Lima existe un porcentaje muy alto con respecto a la homofobia y discriminación, es lamentable que en estos tiempos no se haya logrado erradicar esta situación y esto es debido a que la homofobia por su parte está generalizada y se vulneran identidades, lo cual conlleva también a generar violencia para con este colectivo, entonces el tema de aceptación sobre la comunidad Lgbt, en la sociedad es alarmante ya que hemos podido investigar que trae consecuencias e incluso el rechazo puede ser una causa de quitarse la vida. Además, examinando los elementos que pueden generar la aceptación en espacios públicos, sería, primero que nada, aceptar la elección de identidad de género de cada persona, respetando, sin discriminar ni teniendo algún tipo de reacción violenta, la amabilidad del resto de la comunidad para con ellos, es un elemento también importante y hacer capacitaciones en todas las empresas de atención al cliente para estar preparados ante cualquier situación y no dañar a nadie.

*“...Bueno la homofobia está generalizada no? Yo creo que vivimos en una Sociedad que no nos permite respetar la diversidad, entonces ante esa falta de reconocimiento y de respeto más bien, se vulneran no? Las identidades de gays y lesbianas, transexuales, son parte de esa vulneración no? Sufren, entonces, bueno yo de verdad las personas que puedo conocer el 80% o 90% podrían ser homofobas, incluso (**ehhhh**), apañar no? Apañar comentarios de violencia o de*

estereotipos hacia las identidades de gays, lesbianas, trans, este también es homofobia y todas las fobias, ¿este no solo decir las no?...” E 6

“...un prejuicio de que eso han sido víctimas muchas personas LGBT...” E 2

“... este país está muy marcado con la homofobia, que aún no se ha logrado erradicar...” E3

“...Bueno más que todo la homofobia yo creo que es más que todo en el tema del turismo, hay mucho personal que no está capacitado...” E7

“...En realidad, el tema de la homofobia muchos sabemos que es algo absurdo ¿no?, es algo que no debería existir a estas alturas...” E8

“...(Uhmhhh) pues la homofobia es un tema muy común hoy en día, y es lamentable que en Perú siga existiendo eso no? Simplemente que te juzguen por el tema de su orientación sexual, yo considero que ya estamos en otros tiempos donde ser gay o lesbiana ya es común en la sociedad, existimos muchas personas de esta comunidad...” E9

En relación al primer objetivo, los entrevistados han coincidido con respecto a la aceptación de una comunidad Lgbt muy marcada en estos tiempos en Lima, que es un tema bastante amplio, como los mismos participantes mencionan, ya estamos en otros tiempos donde señalar por el hecho de tener una orientación sexual es bastante absurdo, y no debería ser así, también en lo referente a la homofobia y discriminación se considera que son prejuicios y son situaciones que ya se debe de manejar, se debe de considerar que esta comunidad existe y son personas comunes y corrientes como el resto de la sociedad, lo único diferente por llamarlo de este modo es su orientación, también se debe plantear el punto de la inclusión, respetar y de esta manera lograr que Lima y alrededores sean gay friendly y una mejor sociedad.

Por otro lado, el tema de discriminación, basándose en estereotipos, comentarios impertinentes, que son aspectos que manifiesta un colectivo cerrado

como lo son una gran parte en Perú, que es lo que se ha visibilizado en la Ciudad de Lima, se hace mención que falta capacitar con respecto al enfoque de género y la diversidad, y ello es un tema bastante amplio y difícil de conllevar ya que esta situación debería evaluarse de raíz, de la educación en casa, de los colegios, pero es lamentable que este punto de vista no lo vean las autoridades y no tomen cartas en el asunto.

“... Sufren, entonces, bueno yo de verdad las personas que puedo conocer el 80% o 90% podrían ser homofobas, incluso (ehhhh), apañar no? Apañar comentarios de violencia o de estereotipos hacia las identidades de gays, lesbianas, trans, este también es homofobia y todas las fobias, ¿este no solo decir las no?...” E 6

“... (Ehhhh) en primer lugar yo creo que todos los tours deberían tener una capacitación en enfoque de género y en respeto a la diversidad, como hay que respetar a las personas de color no?...” E 6

“...para que Lima sea un destino gay es que dejen esos prejuicios hacia nosotros de lado, que el respeto se lo merecen todos y que el amor se expresa de diferentes maneras...” E 12

“...Esteeeee (uhmmm) pienso que esto es un tema muy amplio, en Lima para que pueda ser (ehhhh) la educación, desde el colegio quizás se debería de tomar en cuenta estos temas, pero no es fácil ya que la sociedad es muy cerrada...” E

10

“...Más que todo (eee) a ver qué medidas? (mmm) que la municipalidad tome cartas en el asunto que esto es un problema que no se resuelve y que tiene años...” E 8

“...bueno primero (eee) creo que trabajo, bueno sería más trabajar en temas que ordenanzas o algo respectivo a proyección de discriminación, orientación, inclusión de género...” E4

De este modo, los entrevistados exponen que el tema de la discriminación y homofobia es bastante amplio, el cual debe ser analizado por entidades y poner fin a ello, aducen también que estos malestares deberían de ser erradicados desde una educación no solo del colegio, sino también de casa, el tema de la educación influye bastante en ello en las actitudes y comportamientos de esta sociedad.

Percepción

Con el tema de la percepción del turista de la comunidad Lgbt, es analizar la comprensión con respecto a identidad e integridad (que son nuestras sub categorías) desde su condición en esta sociedad tan cerrada como lo es Lima. Lamentablemente sufren lo que es violencia, ya que son discriminados en los lugares públicos, ya que ellos tratan de no hacerse notar para evitar conflictos.

El segundo objetivo fue comprender la percepción del turista de la comunidad LGBT sobre el turismo gay friendly en lugares de esparcimiento turístico, en Lima 2020, analizamos que, en los lugares públicos, este colectivo no suele mostrarse tal cual, y esto es debido al miedo, al rechazo, a que el entorno juzgue y para evitar ello, suelen esconderse o simplemente pasar desapercibidos a veces para evitar agresiones.

“... algunos nos han contado que las fotos se las deben de tomar ya cuando el grupo se está yendo y ellos tiene que tomarse rápido la foto, aunque en el bus tienen que derrepente dejar de tomarse la mano o dormir ya no uno en el hombro del otro sino derrepente de espaldas no? Porque tienen miedo dirán, tiene miedo al cotilleo, a ese tipo de situaciones que claro es independiente para cada tipo de personas, esta derrepente influenciado por cosas que pasan no y derrepente un espacio netamente libre de expresiones en los tours derrepente puedan hacerlos sentir más cómodos entonces yo creo que se han adaptado, la comunidad se ha adaptado a estas situaciones en el turismo no?...” E 1

“...No sé a veces uno por recomendación o de compañeras o compañeros pueden acudir a ciertos espacios que sabes que... son...pueden ser los más...donde seas mejor recibido...sabes que son espacios donde sabes que

puedes ser mejor recibido, pero sabes que luego...pero (ooo) usualmente y digamos que son espacios donde puedes ir así al azar (ummm) nose depende mucho de la situación no?!..." E 4

"...el turista gay que es un turista que disfruta mucha haciendo turismo y que obviamente va a ir a lugares donde se sientan comprendidos..." E 7

"...he podido ver que han estado haciendo propuestas, para generar tours pensando en la comunidad Lgbt, pero no es tan amplio, no se han dado mucho a notar, pienso que quizás si lo hacen más conocido, tuviera más acogida, ya que los de la comunidad somos muchos y obviamente nos gustaría que se implemente algo para nosotros..." E 9

"...el turista LGBT integrarse a un grupo social en Lima, ya que siempre hay que tener cuidado y saber con quienes te juntas o formas un grupo, cuando viajamos a Lima conocimos a bastantes amigos que también eran LGBT como nosotros y la pasamos bacano..." E 11

En relación a los entrevistados, un miembro de la comunidad gay no se hace notar en cuanto a la relación al turismo, por evitar el cotilleo que suelen hacer, por el miedo al qué dirán el resto de la sociedad, simplemente no pueden expresarse libremente en lugares de esparcimiento, consideran que ellos comúnmente se relacionan entre ellos donde pueden expresarse libremente.

Servicios Turísticos

Con respecto a los servicios turísticos y acá abordamos más con el tema de hoteles, agencias, aerolíneas y city breaks, hacemos mención que no todos estos lugares se encuentran capacitados para atender personas de la comunidad gay, no aceptan y no ofrecen servicios exclusivos para ellos, y sí son pocas las empresas que deciden apostar por ello, sin embargo, existen otras que aceptan, pero con ciertas limitaciones, ofreciendo tours básicos.

Como tercer objetivo específico fue analizar qué elementos pueden generar la aceptación en espacios públicos y recreativos para la comunidad LGBT en el turismo gay friendly, en Lima 2020.

Consideramos que si bien es cierto es un tema bastante amplio, todas las empresas que trabajen en el rubro de atención al cliente, deben estar altamente capacitadas para poder servir a cualquier tipo de persona, indistintamente del género que se obtiene.

“...sean hoteles abiertamente donde aseguren la tranquilidad y la seguridad, yo creo que, si me dijeras que quieres ir a un hotel, puedes ir a cualquiera en realidad, pero en donde me hagan sentir cómodos no? No me miren que yo voy a la recepción y me digan ahh para ustedes dos una habitación matrimonial? o me miren así con desconcierto entonces esa cosa no quisiera, no me importa si es un hotel gay o netamente para la comunidad o un hotel para todos no? Sino que me hagan sentir cómodo o que me hagan sentir que no se están sorprendiendo por mi sexualidad o por quien estoy yo viajando, entonces ese tipo de cosas creo yo que eso es importante...” E 1

“... Eso es importante, además creo que debería de haber una capacitación a las empresas de parte del gobierno en diversidad sexual, de esta forma las mismas empresas van a entender sobre la diversidad sexual y van a tener una mejor aceptación a la comunidad...” E 1

“...Mira siempre que haya una agencia de viajes que pida documentación para poder digamos llevar un registro ósea creo que definitivamente las compañeras trans van a sufrir...” E 2

“...pues que se habilite un espacio donde te visibilices estés como que suficientemente preparada para te visibilicen y que puedas sufrir algún tipo de discriminación y a veces es como un poco que hay un poco de temor que pueda pasar algo no?! no sé me generaría algo como que como esa duda no sé...” E 4

“...Yo creo que el solo de echo de ver cómo te miran, como te observan al momento que solicitas un servicio ya es bastante, a mí no me ha pasado, pero si tengo amigos que lo han experimentado...” E 5

“...lo que pasa es que a veces hay lugares que a veces uno quiere regir, y yo entiendo que a veces quieren proteger sus empresas, de acuerdo, ese es el tema de, de la discriminación no? Hoy en día, si es penoso, he visto muchas noticias donde miembros de la comunidad (Lbgt) cogen algún tour y han sufrido algún tipo de discriminación, simplemente porque tenía que estar acompañado con otra persona o simplemente quería compartir la habitación con otra persona y X cosas, porque la persona no estuvo de acuerdo que esa persona estaba aquí, se sintió no se pues sintió incomoda, y siempre pasa es o no, más aún si vas a un lugar donde vas hacer un tour y pasas no se agarrados de la mano y dicen oye que está pasando aquí, es lo que yo siento no, y las agencias de viaje evitan ello, ósea yo creo que por ese tema se va mas, por un tema de discriminación creo yo que afectaría a todos y como veras las redes sociales son como un boom y lanzan la noticia casi siempre y todo el mundo se entera de lo que pasa...” E 7

En relación al tercer objetivo los entrevistados aducen que existen pocos espacios públicos y entre ellos hoteles que ofrecen servicios a esta comunidad, como se mencionó son pocos y ofrecen sus servicios, pero no son exclusivos para ellos, es algo general, no se han preocupado en saber qué es lo que buscan al momento de elegir un hotel o que necesidades les está faltando, ahora por otro lado, el tema de la atención al cliente, desafortunadamente no todas las personas están capacitadas ante cualquier situación, es un punto que se debe considerar bastante para evitar conflictos entre ambas comunidades sobre todo referente a la discriminación y homofobia.

Lugares Frecuentados

Con respecto a lugares frecuentados, hacemos mención a bares clubes y restaurantes, donde la mayoría de entrevistados concuerdan en tomarse unas

vacaciones, viajar en otras palabras dos veces al año, a comienzo del año y a mitad, en donde ellos prefieren viajar en el tiempo de una semana o fines de semana, por otro lado nuestros informantes recalcan que suelen gastar un promedio entre el 10 al 30 % de sus ingresos para hacer turismo, diversión, comer, aventuras y pasarla bien como ellos mismos mencionan. Por otro lado, entre los lugares de su preferencia para hacer turismo, ellos mencionan que prefieren un turismo de sol y playa también se han referido a Cuzco que es una ciudad gay firendly, además mencionan también la selva que es otro lugar de preferencia de ellos. Consideran que todas las empresas deberían abrirse y apostar por esta comunidad tan amplia que también genera ingresos altos.

“...Fuera del contexto de la pandemia en general salgo dos veces al mes a bailar por lo menos (mmm) y estaría gastando entre diez o veinte por ciento (mmm) es en cada salida, es en taxi, es entrada, la comida, el empujoncito, la bajada que te da como a las tres o cuatro de la mañana, los antojitos, para el cine normalmente estoy gastando treinta por ciento y por lo menos yo soy de ir al cine unas dos veces al mes exagerando máximo, como máximo y bueno al salir más o menos un promedio de igual veinte por ciento...” E 2

“...Un porcentaje puede ser... (pucha) a veces es como un (risa) 30%, si dependiendo de la temporada eso si como bastante no?! Puedo gastar a veces hasta un treinta o cuarenta...” E 4

“...Un porcentaje estimado de mis ingresos serian un 20 % sobre todo en diversión y comida...” E 9

“...Yo suelo o bueno solía ir mucho de party, digo solía porque ahora tu sabes con la pandemia esteeeee ya no pues, pero siempre me ha gustado tomarme mis tragos y compartir con familia y amistades, siempre entonces podría decirse que un 30 % de mis ingresos lo destino a ello no, a la diversión a las comidas entre otros po...” E 10

“...Un porcentaje más o menos será 40 ó 50% porque como son viajes largos, pues se gasta más en restaurantes y bares, pero en si valen la pena...” E 12

“...Pues los destinos que tiene Lima, la playa, es rico pasar el verano allá también, y también he conocido Huacho también he ido a sus playas, a Piura, Máncora...” E 12

“...Pues los destinos turísticos de Lima que más me gustaron fueron sus playas, su selva, los lugares donde hay bastante sol...” E 11

“...De hecho, Machu Picchu, son de los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT incluso la selva, porque en la selva existen el tema de que la gente es muy alegre incluso hay mucha gente homosexual, claro en la selva existe mucho el tema de turismo LGBT incluso la gente hace fiestas o hace (eee) festivales si no me equivoco...” E 8

“...He visto bastante el norte, y también he visto mucho el tema de Cuzco, yo creo que por lo mismo que nosotros (esteeee) es el ombligo del mundo, pero si he visto bastante de la toma de foto que se puede realizar, incluso tengo amigos que han venido al Perú justamente de ir a Cuzco y conocer Machu Picchu y también el norte no, en el norte también hay discotecas que por ejemplo una vez fui a Trujillo y encontrado una discoteca no, igualmente acá en Lima también he visto...” E 7

“...(eee) Yo creo que la verdad cada persona es diferente y buscará cosas diferentes del turismo...de cultura puede que se vayan a la ciudad o de naturaleza, pero yo creo que es el de sol y playa, Si porque rompe la rutina... yo tengo veintitantos años y trabajo en la oficina y tengo toda la rutina y rompo eso y me voy de turismo de sol y playa...” E 3

“...Buscaba aventura, más aventura creo, deportes de aventura, la aventura de ir y recorrer por nuestra cuenta y conocer algunos lugares y deportes también alguno que otro que se podría hacer, no había mucho no, pero la caminata podría considerarse, diversión y vida loca no tanto por que como íbamos a grabar entonces, salvo algunas festividades como Semana Santa en Ayacucho, los

Carnavales en Cajamarca, si en esos momentos donde hubo mucha diversión...”

E 1

“...Yo supongo que estar tranquilos y divertirse al mismo tiempo, como encontrar un lugar tranquilo y también encontrar diversión...” E 6

“...Pues, creo que esteeeee diversión, conocer gente, pasarla bien, eso más que todo...” E 9

“...Esteeeee bueno buscamos diversión, conocer gente pasarla bien no? Porque ese es el propósito no? Al ir a un lugar nuevo, (ehhhh) pero sobre todo que sea un lugar donde respetan a todas las personas en general sin discriminar ni ofender...” E 10

“...Claro, esa parte están perdiendo plata..., Deberían invertir mucho más en eso, yo creo que cambiarían el pensar de los peruanos (este) yo creo que abrirían un poco más su mente diciendo como que ya no estamos en esas épocas en la que se veía mal, si no que estamos en la época que la gente se está sintiendo bien al expresarse, al sentirse ellos mismos no!??’ y la gente de la comunidad puede ver que las mismas empresas, las mismas marcas (este) están como que apostando por ello, la gente misma lo va a apoyar y es como que debería notarse ese sentimiento de aceptación...”E 3

“...Si, creo que sí pero también tomando como criterio algo de donde va a venir esa intención en abrirse a la experiencia de la comunidad Lgbt, si va desde el punto de hacer plata o si también hacer activismo empresarial, activismo social, político justamente al abrir las puertas de su empresa a cierta comunidad renegada social e históricamente también demostrarles a esas personas que son homofobas o cometen actos de discriminación, que no tiene por qué ser así no? Yo lo veo más que lo hagan por el simple marketing deberían hacerlo también porque es importante para la ciudadanía el reconocimiento...” E 6

Se realizó la presente investigación por el tema del Turismo Gay Friendly en la ciudad de Lima, se buscó analizar la perspectiva de la comunidad Lgbt al momento de realizar un turismo con el resto de la sociedad, lo que se logró fue identificar que tan tolerable era para la comunidad heterosexual compartir con los miembros de la comunidad Lgbt, además en el presente trabajo de investigación, uno de los propósitos fue saber cuáles son sus necesidades, cuáles son sus preferencias o que tan agradable es para un miembro de la comunidad Lgbt expresarse libremente en una sociedad tan cerrada como lo es Lima.

Basándonos en el tema de la aceptación para con la comunidad Lgbt en Lima, se menciona el primer problema específico que fue ¿Se puede mencionar sobre un turismo gay friendly no juzgado, en Lima 2020? a lo que nuestros entrevistados hicieron hincapié en que Lima es una ciudad homofóbica, donde discriminan y no aceptan, por el contrario, rechazan a la comunidad gay, los entrevistados mencionaron que no es fácil la convivencia entre ellos, que es muy marcada la no aceptación, incluso mencionaron que muchos miembros de la comunidad lgbt toman otras acciones y han llegado a la depresión y lo que es peor aún al suicidio y que es un problema que radica no de ahora sino de muchos años atrás, lo que comúnmente hacen es ocultarse, no mostrarse tal cual o simplemente relacionarse única y exclusivamente entre los miembros de su comunidad, de este modo se evitará agresiones, insultos, entre otros.

En lo referente a los resultados concuerdan con lo mencionado por Tominic *et al.* (2016) el cual afirma que la población Lgbt se ve muy afectada por el rechazo e incluso puede generar problemas mentales que va de la mano a la discriminación, y el estrés otorgado a la no aceptación, adicional a ello, la población gay se expone a un entorno hostil que va de la mano al prejuicio, rechazo y la exclusión en todos los aspectos, eso también ha originado esa terrible enfermedad llamada depresión, también es muy marcado el aislamiento social y en futuro todos estos aspectos generar el suicidio. De acuerdo a lo expuesto, esta citación explica claramente que influye bastante la no aceptación para con el colectivo Lgbt, a su vez, la discriminación y la homofobia para la comunidad lgbt suman el prejuicio de las personas llevándolos a múltiples enfermedades en ella la depresión.

Esto se asemeja a lo que Martínez e Íñiguez (2017) hacen referencia a la discriminación y violencia contra la comunidad Lgbt, que son unos desafíos sociales

que se enfrenta la Lima de hoy, mencionan que existe una investigación psicosocial donde se recalca la salud mental y el bienestar psicológico que pueden padecer el colectivo Lgbt, además el prejuicio que genera el resto de la sociedad junto a la discriminación que también se les puede llamar violencia a la que la comunidad lgbt son sometidas.

Como hace mención los autores, se crea una violencia más generalizada para con la comunidad Lgbt, además trae terribles consecuencias que a la larga o a la corta va a perjudicar una vida común de cualquier miembro de la comunidad Lgbt.

Esto sustenta lo investigado por Prat (2015) en donde manifiesta que, el turismo Lgbt no ha sido ajeno a esta tendencia, los factores por los que la ciudad de Barcelona se ha forjado como un destino eminente en Europa, debido a que para estos turistas lo primordial es la aceptación, la existencia de una apropiada seguridad, el reconocimiento legal de las parejas del mismo sexo y el apoyo de la conformación de familias homoparentales, el permiso de adopción de niños, la tolerancia, respeto y mucha mente abierta de sus residentes para con estos colectivos, la presencia de patrimonio cultural urbano, el turismo de sol y playas como primordial motivación para realizar viajes turísticos, su amplia oferta hotelera, diversidad de comercios entre ellos muchos son novedosos que se acogen a esta nueva tendencia y las diferentes actividades que allí se celebran que han unido una gran importancia en los aspectos más económicos de la ciudad.

El autor nos da a comprender que hay ciudades fuera de Perú que, han logrado adaptarse a nuevas tendencias, que han logrado vencer ideologías que juzgan la opción sexual de las personas, gracias a eso han logrado beneficiarse, gracias al progreso social y económico estas variables han conseguido que los ciudadanos locales juntos a sus visitantes LGBT, convivan en un ambiente de aceptación y tolerancia en la ciudad de Barcelona y gracias a eso la economía se ha visto incrementada logrando que más negocios se animen a ofrecer productos y servicios para turistas LGBT, a comparación de Lima que gracias a nuestros testimonios hemos logrado entender más a fondo que Lima es una ciudad costumbrista que no tolera a las personas LGBT.

Se observa dentro de los resultados en la categoría de aceptación del turismo gay friendly a Lima y se hace énfasis y pone como ejemplo a la ciudad de Barcelona, España, se ha convertido en un claro ejemplo de que, gracias a la

mentalidad abierta de sus ciudadanos locales, se ha logrado una mayor tolerancia y respeto hacia los turistas homosexuales, permitiéndoles disfrutar del turismo sin sufrir complicaciones de discriminación.

Así mismo las palabras de los participantes entrevistados, contrastan a la realidad de Lima, ya que aquí si se han visto en varias ocasiones afectados por comentarios de personas homofobas y faltas de valores.

Para Hosteltur (2013), corrobora que el hecho de discriminar trae consecuencias, según la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) confirmó que, la sanción a cualquier tipo establecimiento por discriminar a personas en lo referente a su orientación sexual, indicó un comunicado de la entidad oficial donde deberán pagar las reparaciones por daños y perjuicios contra la persona afectada por su integridad moral todo el proceso judicial, los hoteles tienen la obligación y el deber de no negar ningún tipo de servicio a sus clientes, ya sea el alquiler de suites matrimoniales, habitaciones matrimoniales o habitaciones dobles para parejas homosexuales. El tribunal subraya que el Código de Protección y Defensa del Consumidor de Perú, prohíbe todo acto de discriminación, incluyendo la motivación por orientación sexual de cada persona, y que las empresas son responsables por el operar de sus ayudantes.

En base a la relación a lo que nos indica esta entidad, respecto a la categoría aceptación los testimonios que dieron los personajes entrevistados, señalan que han sufrido tipos de maltratos como discriminación y la negación de su aceptación por su condición sexual, para rentar una habitación de hotel junto a sus parejas en la ciudad de Lima, entre los casos se presenta maltratos verbales, comentarios homófobos, desconciertos, mal servicio y rechazo, por desconocimientos, los participantes no accedieron a tomar acciones legales, a pesar de que los hoteles serían severamente sancionados por accionar de esta manera indebida, según establecido por leyes peruanas imponen sanciones, reparaciones y retracciones que protegen a la persona de identidad LGBT agraviada.

Basándonos en el tema de la aceptación para con la comunidad Lgbt en Lima se menciona que los establecimientos hoteleros serán severamente sancionados por hacer actos de discriminación de cualquier tipo, ya sea racial,

sexual, político de capacidad especial, a su vez el turista LGBT está en todo su derecho de denunciar dichos atropellos contra su persona.

El primer hallazgo que pudimos visualizar fue que, dentro los parámetros impuestos por la sociedad con relación a la sexualidad se deben enfrentar a 3 estereotipos bastante enraizados sobre ello, número uno, se dice que cuando una persona llega a la tercera edad pierde el apetito sexual; segundo, las relaciones coitales en la tercera edad son una práctica inmoral que se necesita evitar y por tercero y último, el cuerpo humano de un miembro de la tercera edad sólo puede ser causa de repudio y aversión. Las experiencias de personajes LGBT señalan a lo opuesto: varones y damas afirman que a pesar de su edad cuentan con interés por el deseo sexual y mantienen una vida sexual bastante activa y latente en pareja. No obstante, la actividad sexual a lo largo de esta fase de la vida se apropia de algunas características, entonces las relaciones coitales ya no son continuas como antes. Es decir, si bien resulta fundamental objetar los estereotipos sobre la sexualidad en la vejez, que intentan mostrar que el envejecimiento es la principal causa de la pérdida del antojo sexual.

Si admisiblemente los homosexuales son personas más susceptibles a la vanagloria, y cuando llegan a la tercera edad se dan factura que siquiera los maquillajes entre otras cosas van a excusar las rugosidades que dejan el atravesar del plazo. Este sumario de aprobación requiere de plazo, es por ello que se necesita admitir conciencia y enfocar la figura mental que tiene cada persona sobre su cuerpo, y en este riesgo aguantar su notificación identificación como personas longevas Lgbt.

Es por ello que no solo la aceptación debe venir del exterior si no la más importante dentro de nosotros mismos.

Enfocándonos en la segunda categoría percepción en donde también lo relacionaremos con nuestro primer problema específico que fue ¿Se puede mencionar sobre un turismo gay friendly no juzgado, en Lima 2020? Y con relación a las sub categorías identidad e integridad, los entrevistados mencionaron que es muy difícil que en la ciudad de Lima el turismo se adapte a la identidad de género es un poco complicado, y no ha logrado cubrir con todas las expectativas por este colectivo Lgbt, prefieren ir a lugares donde sean aceptados y no juzgados además, es también difícil que un miembro que no es de la comunidad heterosexual se

integre a la sociedad, ya que Lima es una ciudad homófoba, donde hacen mucha discriminación, es una ciudad muy cerrada en donde no aceptan al colectivo gay, los entrevistados concuerdan que integrarse es bastante complicado y genera incluso violencia para con ellos.

Estos resultados concuerdan con Barragan (2017) donde menciona que, la noción del segmento turístico Lgbt presenta una serie de características identificables por el lado de la querrela, la principal característica es la búsqueda de espacios en los que la homosexualidad es popular y legitimada, lo que convierte al habitante Lgbt en un continuo viajante, si llega a disfrutar de unas agradables vacaciones sin pasar por malos ratos como ser discriminados, recibir mal servicio y sobre todo que hayan respetado su orientación sexual en el lugar visitado, al experimentar lo contrario el turista LGBT se llevará una mala imagen del lugar lo cual logrará que el turista LGBT no vuelva, no lo recomiende, y cuente a su círculo social que no es un buen lugar turístico para ellos.

Con respecto a esta categoría de la percepción, el autor indica que la percepción está ligada a la demanda turística y que el viajero no solo buscará ofertas turísticas rentables si no también un lugar en que se sienta aceptado por su orientación sexual, y que se tolere su comportamiento distintivo que lo caracteriza por ser de la comunidad LGBT, en conjunto con los entrevistados, ellos también buscan de que al realizar algún tipo de turismo sean igual de aceptados y no se les niegue algún derecho.

La percepción es la categoría de contrasta con el turismo, lo que perciba y/o experimente un turista dentro de su lugar de visita, va a ser que bien el turismo gay friendly se desarrolle o que el mismo tipo de turismo vaya en pendiente de creciente e impida el desarrollo turístico local, ya que si el turista vive buenas experiencias va a volver de lo contrario el lugar se convertiría en un lugar en donde no quisiera volver y fácilmente no lo recomiende a su entorno.

A su vez la percepción de los individuos que realizaron turismo en Lima, fue un tanto desfavorecedora, pero no tan negativa ya que pudieron rescatar buenos momentos y visitar nuevos lugares donde si fueron aceptados sin importar su condición sexual.

Esto coincide con Martinez (2017) donde manifiesta que, el turismo LGBT es muy singular por varias razones. Las identidades turísticas o de viajero LGBT,

puede ser diferente de su identidad local o de hogar. Podrían ser capaces de retener su orientación sexual cuando viajan o bien sentirse alentados a salir a destinos de ambiente o de aceptación LGBT. La visión, de que las perspectivas de las vacaciones realizadas por la comunidad LGBT, es la de experimentar diferentes culturas gays locales, estilos de vida que no podrían practicar fácilmente o estar disponibles a experimentar en su zona local o de residencia, el turismo en este segmento requiere, no solo de información turística convencional actualizada, sino también de información específica restablecida a la aceptación, tolerancia y respeto para poder vivir unas excelentes vacaciones.

Dentro de la discusión, señalamos que en relación a la categoría percepción el autor nos menciona que dentro de la percepción vacacional turística LGBT es importante indicar que la información sea actualizada, real, precisa y de fácil entendimiento para el turista LGBT, y que la aceptación por parte de los residentes locales sea primordial para que el turista disfrute de unas excelentes vacaciones, ya que por experiencias vividas por los personajes entrevistados mencionan que muchos de ellos han tenido ciertos inconvenientes con la falta de aceptación de pobladores en la ciudad de Lima al realizar turismo y eso los hizo sentir bastante incómodos en sus visitas turísticas.

Por otro lado, podemos comparar los hechos vividos en carne propia por las personas entrevistadas que ellos buscan disfrutar de un turismo sano en la ciudad de Lima como cualquier visitante, esperan respeto, tolerancia, y buenos servicios turísticos para disfrutar con sus parejas y que la ideología de muchas personas hace que eso sea un tanto imposible y que sea de esta manera en la capital peruana.

Así mismo la categoría de percepción nos hace referencia de que todas las personas debemos gozar de nuestros derechos sin ninguna limitación por personas que piensan diferente, también observamos que dentro de los resultados la percepción del turista LGBT es lo principal que para el desarrollo del turismo gay friendly en Lima 2020.

Por otro lado, en lo referente a la categoría servicios turísticos y mencionando nuestro segundo problema específico que fue ¿La comunidad LGBT podría compartir información social, sobre el turismo gay friendly en los lugares de esparcimiento turísticos, en Lima 2020? Y mencionando a las sub categorías,

hoteles, aerolíneas, agencias y city breaks, los entrevistados dieron los siguientes resultados, en relación a los hoteles mencionaron que existen muy pocos hoteles exclusivos a la comunidad Lgbt, y que de crear más les interesa que se implemente servicios como sauna, spa, karaoke, entre otros, hacen mención que deberían de trabajar en estos servicios, personas capacitadas a atender todo tipo de público, lugares donde sean friendly en otras palabras hospitalarios y no juzgar por el tema de su orientación sexual, donde también debe prevalecer la seguridad que es lo que ellos recalcan más.

Por otro lado, hicieron hincapié los entrevistados que no todos estaban enterados que existe aerolíneas donde ofrecen servicios para la comunidad Lgbt, en donde pudimos ver un hallazgo bastante importante y se trata de la Aerolínea American Airlines que ofrece servicios especiales para la sociedad LGBT, esta muestra su apoyo explícitamente en camino al segmento de mercado gay, de tal forma que hasta ha dedicado una página de internet exclusivamente para ellos, donde se observan ofertas de paquetes vacacionales tentativos para el colectivo LGBT, diferenciándose así del mercado aéreo. En esta página se tiene la posibilidad de hallar descuentos exclusivos para miembros de la comunidad LGBT, pueden encontrar este sitio web como: "gay group and meeting travel discount" donde se hallan cupones de descuento en pasajes aéreos y promociones además que al instante de la inscripción se accede a una tarjeta con 100 USD de obsequio para ser usados en American Airlines.

Así mismo, reafirmamos la existencia de aerolíneas que incentivan que más personas de la comunidad LGBT se sientan apoyadas por más industrias en el mercado turístico como lo muestra esta aerolínea, entre otras que ofrecen servicios especiales para sus colaboradores dentro de la compañía, público en general y público general LGBT.

Esto corrobora lo señalado por Cubas (2017) donde menciona que, el colectivo gay se caracteriza por señalar líneas y por deteriorar más dinero que el otro punto de comunidad heterosexual, esto en desiguales ámbitos entre ellos el turismo, por otra parte, disponen del máximo momento para recrearse, porque por lo general no tienen descendencia. Es un mercado atractivo que ha dado frutos en otros pueblos transigentes al colectivo Lgbt, no obstante, en Lima sobre todo esto es un objetivo descuidado y que casi ninguno le presta repercusión inclusive hoy

en día. Para atraer el mercado homosexual se necesita un servicio con una mejor infraestructura, proyectado acorde con sus placeres, ubicado en un sitio seguro, cumpliendo con todas las pautas.

Como concepto del autor frente a la categoría de servicios turísticos, menciona que sí, es un mercado muy atractivo y rentable en lo que económico se refiere, si es que la sociedad al fin aceptara ofrecer productos y servicios especiales dirigidos al público local y visitantes LGBT podría ser muy favorecedor para los comerciantes en Lima, pero hasta ahora es un mercado abandonado y que muy pocos apuestan por esos negocios que están marcando tendencia en otros países como España, acá en Lima muy pocas personas se atreven a crear productos y servicios nuevos para los LGBT, nuestros entrevistados señalan que les gustaría disfrutar de estos servicios turísticos en Lima y apostarían fuertemente por obtener estos servicios turísticos LGBT.

Contrastando con la categoría de servicios turísticos podemos mencionar que los turistas Lgbt prefieren cualquier tipo de servicio turístico siempre que sientan que son aceptados y no discriminados, tomado esto como ejemplo de nuestros resultados y lo señalado por el autor que en la ciudad de Lima los servicios turísticos para personas LGBT son mercados que se encuentran abandonados y pocos comerciantes lo aplican.

Del mismo modo, el autor Utrilla *et al.* (2013) mencionan que, según Memorándum N° 12-2012-PROMPERÚ/DT-SMT-DANE existe la necesidad de promover el Perú como destino gay y dirigir acciones de promoción al mercado LGBT, pues constituye una gran oportunidad para incrementar las divisas y el flujo de turistas al Perú, debido a que este mercado tiene buena disposición para viajar, por lo que causa que generan un mayor gasto promedio que un turista heterosexual, ya que ellos perciben mayores ingresos económicos y tienen la capacidad rápida de incrementar sus ahorros ya que muchos de ellos no se centran en tener familias más que en ver por ellos mismos, los turistas LGBT solo demandan en destinos no familiares; y Lima, actualmente, es un destino que no cuenta con una relevante demanda de familias, por lo que esta debilidad se puede convertir en una oportunidad si nos dirigimos a este mercado ya que ellos prefieren viajar a destinos que no sean demandados por familias, ellos requieren de destinos con una atractiva oferta cultural, por lo tanto el Lima sería un destino sumamente

ventajoso debido a que cuenta con una interesante oferta cultural teniendo el potencial para atraer turistas de este mercado, los turistas LGBT buscan destinos que sean hospitalarios y Lima cuenta con esta variable por lo que se tendría una posición competitiva para atraer turistas LGBT.

Con la finalidad principal de la discusión según autores y opiniones dadas por los personajes entrevistados en referencia a la categoría de servicios turísticos en Lima como experiencia turística vivida por propios miembros de la comunidad LGBT, según Prom Perú, que es uno de los principales organismos impulsores turísticos en el país, nos menciona que, la ciudad de Lima por ser un lugar rico en cultura e historia, debería ser impulsado como uno de los mayores destinos turísticos LGBT, ya que las actividades turísticas propiciadas por personas LGBT, serviría como un alto impulso económico turístico para la capital, ya que la aceptación de turistas LGBT va ligada a los protocolos turísticos y esto permitiría que muchos servicios turísticos se vieran favorecidos económicamente con la creciente ola de demanda turística LGBT en Latinoamérica.

Estos resultados concuerdan que el turista LGBT puede invertir mucho si de diversión y a pasarla bien en su destino turístico se trata, y que ellos puedan sacar ventaja de esto y poner en alza su economía. Al mismo tiempo se observa que en cuestión a los servicios turísticos para ser más solicitados por los turistas LGBT deberían capacitar a su personal con el respeto y tolerancia hacia los turistas LGBT, eso crearía más demanda y preferencia para ellos al solicitar de sus servicios. Esto confirma lo investigado por Delgado y Oxa (2018) donde aducen que, el que exista una amplia oferta de ambiente está más valorado por los miembros de la comunidad LGBT, que la existencia de servicios turísticos LGBT o actividades dirigidos a ellos, el cual se sabe que es el índice de porcentaje más bajo solo por encima de los otros motivos, la falta de oferta y servicios existentes tiene menos importancia comparado con aquellos motivos relacionados con leyes o normas que penalicen la homosexualidad, así como la homofobia por parte de la población.

Según los autores, los servicios turísticos para personas LGBT en Lima, según los testimonios, los autores nos dejan en claro que lo que más les importa a los turistas LGBT no es la cantidad de lugares o servicios turísticos que se les ofrezca, sino más bien ellos se van por la calidad y la aceptación que ellos buscan recibir, Lima tiene escasez de demanda por el público homosexual, ya que muchos

de ellos experimentan la homofobia y discriminación por parte de la sociedad, ya que no existen normas o reglamentos estables que proteja sus derechos. Como muestra nuestros entrevistados mencionan que, prefieren realizar turismo por su cuenta sin la necesidad de contratar algún servicio turístico especial, como agencias de viaje, otros han experimentado en carne propia la discriminación de las personas en restaurantes, hoteles incluso en lugares públicos de la capital.

La categoría de servicios turísticos está relacionada con la calidad de servicios que ellos ofrezcan a sus clientes, por lo tanto, los turistas LGBT son más felices al recibir un servicio de calidad, más que una cantidad de servicios. Así mismo la percepción de cada individuo sobre los servicios turísticos, van enlazados a sus experiencias con ellos al solicitar de sus productos y servicios, los participantes mencionan que, prefieren no contratar servicios turísticos especializados ya que no brindan la calidad de servicios que ellos necesitan, más bien optan por hacer turismo por cuenta propia y bajo su responsabilidad, para evitar tratos de discriminación.

Pasando a otro punto en lo referente a la categoría lugares frecuentados en donde también se mencionará lo que fue nuestro tercer problema específico que fue ¿Qué elementos ayudan a la comunidad LGBT a ser aceptados en espacios públicos y recreativos, en Lima 2020? también hacemos mención a las sub categorías y ellas son bares, clubes y restaurantes, en donde los entrevistados mencionaron que, las experiencias que busca un miembro de la comunidad lgbt al momento de viajar y hacer turismo es pasarla bien, relajarse divertirse, buscan también aventuras, quizás las mismas experiencias y el mismo trato que tienen para la comunidad heterosexual que no debería de existir la distinción entre una comunidad y otra, ellos mencionaron también que las empresas o entidades deberían abrirse a apostar por un público como ellos en donde también dejan ganancias cuantiosas.

Hemos podido visualizar un hallazgo marcado en relación al Pink Marketing, que pese a que el conjunto homosexual ha sido marginado y prohibido por siglos, hoy en las naciones más desarrollados se dejan presenciar ciertos cambios, a grado social y político a favor de ellos, impulsados por los derechos humanos, movimientos sociales y al régimen, las organizaciones permanecen en la averiguación constante de nuevos segmentos y varios apuntan en camino a el

colectivo LGBT por ser personas más visibles, por ende, además son clientes que no pasan de ser percibidas por diferentes mercados. En la actualidad, prestigiosas y poderosas marcas reconocidas en todo el mundo incluyen en su estrategia de marketing, producir Pink marketing y ser gay friendly lo cual les posibilita repercutir positivamente en su imagen como marca y en sus ingresos a Perú, un territorio en pleno desarrollo y sendero a la modernidad, se estima que podría manifestarse la situación que marcas nacionales o internacionales que hagan Pink marketing dentro de la región.

Desde esto, las organizaciones y las marcas tienen la posibilidad de coadyuvar a desestigmatizar a conjuntos marginados como la situación de la sociedad LGTB. Es fundamental ofrecer inicio a un proceso de inclusión de las minorías, como la homosexual, en un territorio que continuamente ha padecido de discriminaciones de toda clase.

En este punto encontramos otro hallazgo y se trata sobre la pirámide de Maslow, se puede detallar a cerca de la pirámide de las motivaciones del turista LGBT que es un modelo inspirado en la pirámide de Maslow. La primera condición es la probabilidad de tiempo y el poder adquisitivo, la segunda condición es la voluntad que poseen los individuos según su perfil psicológico, a esto tenemos la posibilidad de entablar una serie de motivaciones del turista encuadradas en un esquema nombrado la pirámide de las motivaciones del turista LGBT. En el primer grado situamos las necesidades fisiológicas, que son aquellas circunstanciales al ser humano a lo cual vamos en un criterio turístico, tenemos la posibilidad de vincularlo con la necesidad con motivaciones de relax y la diversión, sin embargo, en la situación del turista LGTB la motivación predominante en este grado podría ser el Sexo.

Claramente en la situación del LGTB, el nivel de tolerancia de la sociedad en camino a la homosexualidad es un elemento clave es importantísimo en el momento de elegir un destino donde vacacionar, puesto que es una forma de estar enteramente seguro de que el pertenecer a este colectivo no le causará inconvenientes en el momento de viajar. El grado 3 es donde se hayan las necesidades sociales, las motivaciones primordiales del turista LGTB son las de hallarse con personas que le permiten y el sentido de integración social.

Esto confirma lo investigado por Tirado (2018), donde menciona que, el desarrollo de los espacios de “ambiente” se produce en enclaves territoriales específicos, en los cuales los homosexuales varones y mujeres interactúan mediante dinámicas y códigos pautados, que son factiblemente creados por ellos mismos para interactuar y comunicarse mediante un tipo de lenguaje distinto y entendible por ellos mismos dentro de su círculo social. En la actualidad persiste un “ambiente” en los lugares que frecuentan en este sentido, aunque con algunas transformaciones que han sufrido cambios gracias a la globalización. Un cambio grande e importante es que, los negocios dirigidos al “ambiente” que son los lugares como punto de reunión por los LGBT, han dejado de ser criminalizados y con ello, pierden su carácter clandestino y prohibido lo cual significa un avance para ellos, el ingreso y la expansión a estos establecimientos era visto casi como un tabú. Por consecuencia, la pérdida de su clandestinidad, también se encuentra ligada al incremento de la información de libre y fácil acceso sobre el “ambiente” o lugares frecuentados, debido a la amplia demanda en el uso y fácil alcance del Internet, en el cual ellos acceden para llegar a ellos en sus viajes de turismo.

En relación a la categoría de lugares frecuentados, los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas, en referencia a los ambientes, según logramos comprender, es que acceder a los lugares más concurridos por personas que conforman el colectivo LGBT, a medida que el tiempo avanza y gracias a la globalización y expansión del turismo por medio de la tecnología, hoy en día resulta ser más accesible la búsqueda y el ingreso a estos servicios, lugares donde las personas LGBT son capaces de comunicarse a través de códigos o tipo de lenguaje que para interactúan en su propio entendimiento entre ellos, estos ambientes en los que se encuentran están discotecas, bares y hoteles, así mismo se demuestra que a Lima como centro turístico debería aperturar más de estos lugares y forjar la seguridad donde la aceptación al turista LGBT, se debería formar parte dentro de sus protocolos de servicios al cliente.

Por otro lado, en la categoría de lugares frecuentados, según la historia de ellos, no hace muchos años que estos dejaron de ocultarse bajo la clandestinidad y poca aceptación de la sociedad, más bien ahora buscan acogerse a las nuevas tendencias y ser concurridos por los turistas LGBT, ya que son conocidos como un potencial consumidor dentro el mercado turístico

Así mismo, estos lugares son reconocidos por los LGBT como lugares donde pueden guardar una comunicación apropiada y especial entre ellos y su círculo social, no son discriminados y son tratados como debe ser, Lima es un lugar que tiene mucho potencial para ello, pero debe romperse primero y poco a poco los estereotipos sociales.

Esto concuerda con lo mencionado por El comercio (2017) donde hace mención que, es la red internacional la que está enfocada a estar en contacto con los turistas gay de todas partes al mismo tiempo, donde su objetivo es promover las buenas prácticas a la hora de escoger un destino LGBT, tanto para viajeros como para agencias que son las que comúnmente ofrecen viajes organizados, paquetes turísticos, etc. El turismo gay se enfoca en varios aspectos al momento de viajar, ya sea a nivel nacional o internacional, tales como: hoteles, Balnearios, spas, saunas, Bares, restaurantes, pubs, clubes nocturnos, playas, todas estas ofertas turísticas varían en función de si viajas en pareja o soltero. Existen cuantiosas ofertas tentativas para personas solteras alrededor de las principales ciudades *gay-friendly*, así como hoteles para parejas, que ofrecen jacuzzi, entre otros servicios para agradar su estancia. De igual forma, viajar para asistir al desfile del orgullo gay en las principales capitales mundiales es una opción muy demandada entre este tipo de colectivo.

Con respecto a los testimonios y con lo que nos señala esta entidad, Lima debería fomentar más el turismo gay friendly, un turismo que les permita a las personas homosexuales disfrutar del turismo en sí, sin tener agravios de discriminación o comportamientos homófobos, Lima se vería favorecida enormemente si permitieran más este tipo de turismo ya que Lima es un lugar bastante rico en cultura y gastronomía, si esta ciudad sacara provecho de sus recursos, sería un hecho que la capital se convertirá en uno de los puntos máximos de turismo gay friendly en Latinoamérica, muchos de los entrevistados que viajaron a Lima para hacer turismo mencionan que si Lima fuese un mejor lugar gay friendly ellos vendrían a hacer turismo muchas veces ya que se sienten acogidos y respetados.

Las redes internacionales que controlan en muchas partes del mundo el turismo LGBT, hacen mención que los lugares llamados “singles” son los lugares más frecuentados por los turistas LGBT, ya que ellos no buscan lugares de carácter familiar para gozar de sus vacaciones turísticas, Lima podría tener las posibilidades de convertirse en un lugar gay friendly así para los turistas LGBT.

Del mismo modo el autor Barrios (2015) se refiere, la gente viaja por diferentes razones, entre mujeres y hombres del colectivo gay, los cuales muestran diferentes intereses y motivaciones para el momento de la elección de un destino turístico, por este motivo, se debe considerar las diferentes realidades de cada persona y sus experiencias en cada uno de sus viajes. Es fundamental mencionar que los miembros de la comunidad Lgbt no son un grupo homogéneo de individuos, por esta razón sus características como su edad, condición económica, raza, nacionalidad entre otros, hacen la diferencia a cada persona.

Viajar hacia un lugar determinado impulsado por alguna motivación ya sea su lugar favorito o su lugar frecuentado de viaje o lugar más concurrido de vacaciones, el turista LGBT escoge estos lugares por las mismas razones que la sociedad en general, entre los principales motivos se tiene la relajación, salir de lo cotidiano, conocer nuevos lugares, etc. Sin embargo, existen algunas motivaciones que parecen estar más unidas al turismo gay friendly, que a otras formas de turismo. Entre las motivaciones específicas que surgen a través de los trabajos del turismo homosexual se encuentra la oportunidad de vivir una sexualidad abierta y sin prejuicios, poder relajarse y tener la máxima libertad posible, las personas LGBT suelen orientar sus viajes a lugares donde sean bien acogidos y puedan sentirse cómodos en compañía de otras personas del mismo sexo u orientación sexual diferente.

Dentro de lo señalado por el autor y los testimonios de los personajes entrevistados, podemos entender que los lugares frecuentados por los turistas LGBT, son los lugares donde pueden disfrutar de sus vacaciones turísticas sin sufrir ningún tipo de maltrato donde puedan vivir su sexualidad abiertamente y sin prejuicios, gozar de libertad y ser acogidos y respetados por la sociedad local, si es cierto que buscan un bello lugar donde pasarlo con sus parejas o un lugar nuevo

nunca antes visitado por ellos, pero lo que más les atrae la atención es ir a ese mismo lugar y tener los mismos derechos que cualquier turista heterosexual.

No obstante por creencias sociales y estereotipos de personas conservadoras, para la categoría de lugares frecuentados se puede ver que un turista LGBT busca un lugar donde pueda ser aceptado y no juzgado por sus preferencias sexuales, ni por su apariencia, vestimenta, ni por muestras de cariño en lugares públicos, los entrevistados señalan que hoy en día esos prejuicios deberían dejar de darse ya que ellos son personas con derechos como cualquier otra, y que les encantaría ver que Lima sea tan reconocida como otras ciudades en el exterior como los “the best gay friendly places in the world” o como una de los mejores puntos turísticos para la comunidad LGBT.

En este punto de la discusión queremos afirmar que los resultados que arrojan los entrevistados junto con nuestras bases teóricas y lo antecedentes tienen un grado de similitud bastante amplia, concuerdan mucho en lo referente a la perspectiva de la comunidad Lgbt en relación a un turismo marcado en la ciudad de Lima.

V. CONCLUSIONES

1. Se conoció la percepción de los miembros de la comunidad Lgbt en Lima, sobre el turismo gay friendly, y gracias a los resultados obtenidos de los participantes llegamos a la conclusión que una persona que pertenezca a este colectivo, presenta innumerables contratiempos y dificultades, ya que Lima es homofóbica y discrimina a esta comunidad, lo cual ha ocasionado que extranjeros pertenecientes a este colectivo, decidan no visitar más Perú, ya que como hemos mencionado en nuestro marco teórico, ellos prefieren visitar países donde puedan realizar un turismo sin ser juzgados, por otro lado, los miembros de esta comunidad locales, mencionaron que en Lima hay ciertos distritos que son gay friendly, en donde allí pueden realizar un turismo agradable entre ambas comunidades sin ocasionar dificultades.
2. Se logró analizar la aceptación con relación a las relaciones sociales de la comunidad Lgbt sobre el turismo gay friendly, lo cual se concluye que la mayoría de esta sociedad Limeña no acepta la integración e identidad que tienen los miembros de este colectivo, es bastante difícil que logren integrarse en una población tan cerrada y chapada a la antigua, es por ello, que ellos mismos se relacionan entre sí, para evitar insultos o maltratos para con ellos, por otro lado y con respecto a la identidad que ha adoptado cada persona perteneciente a este colectivo y en relación al turismo gay friendly, se encontró información de los entrevistados que no existe un turismo especializado para ellos.
3. Se comprendió la percepción del turista Lgbt sobre el turismo gay friendly en lugares de esparcimientos turísticos y de acuerdo a las personas entrevistadas, se concluye que, que los empleadores que laboran en empresas con relación a los espacios turísticos, no están capacitados para atender a un público en general, y a esto nos referimos a la igualdad de género sin distinción, ya que según los informantes han sufrido rechazo y discriminación cuando han pretendido hacer turismo o simplemente pasar

una rato agradable en cualquier establecimiento y debido a su condición han sufrido malos tratos.

4. Se logró analizar los elementos que genera la aceptación en espacios públicos y recreativos para la comunidad Lgbt en el turismo gay friendly y se concluyó que, solo un porcentaje pequeño aprueba compartir con este colectivo en espacios públicos, lo cual es una lástima ya que si más lugares invirtieran en ofrecer servicios para este colectivo y la convivencia entre ambas comunidades sea mejor, tendría muy buen respaldo, y esto concuerda con los entrevistados ya que ellos suelen gastar un porcentaje más que el resto de la comunidad heterosexual.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere conocer más a profundidad la percepción del colectivo Lgbt en relación al turismo Gay friendly, se sugiere realizar una investigación más a fondo, con cifras exactas y de este modo ver en qué se puede invertir y sea atractivo ante los ojos de ellos, ya que no existe alguna entidad, ni Prom Perú, ni Canatur ni ninguna otra, que arroje las necesidades de un perfil del turista gay.
2. Así mismo, se recomienda a la sociedad Limeña a dejar los prejuicios de lado, se debe permitir integrar al colectivo Lgbt que al igual que la comunidad heterosexual tiene derecho a poder disfrutar sin sufrir distinción un turismo libre, ya que Perú tiene tanto que ofrecer, tantos atractivos turísticos, que sería una lástima que sólo se juzgue a las personas por su orientación sexual.
3. Se recomienda, realizar capacitaciones con relación a la atención al cliente y comprender la percepción de un turista gay, a todas las empresas en general que brindan este servicio, al ampliar los conocimientos de los empleadores, con respecto al trato cordial que se debe tener ante una persona indistintamente de su preferencia sexual, se logrará que estén preparados ante cualquier situación y se podrá obtener un ambiente más propicio sin juzgar.
4. Por último, se recomienda a la Municipalidad de Lima hacer un estudio de mercado e investigar los elementos que generen aceptación para con este colectivo y así ponerlo en práctica a toda la sociedad en general, para generar un desarrollo turístico en los espacios públicos y recreativos y puedan ser beneficiados la comunidad Lgbt y la comunidad heterosexual.

REFERENCIAS

- Álvarez, J, Jiménez, M, Teira, D y Zamora, J. (2019). Filosofía de las Ciencias Sociales. <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:500632/Manual.pdf>
- Apostolopoulou, E.-N. (2016). Gay and Lesbian Tourism - in Search of Gay Space? *Tourismos*, 11(3),1–20. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=f7d2197d-192a-47b4-96bd-af212f2e5d24%40sessionmgr4006>
- Arestis, Stefan. (2020). Gay Lima: guide to the best gay bars, clubs, hotels & map. Nomadic Boys. <https://nomadicboys.com/gay-guide-lima/>
- Armas, Miyela. (2014). Dinero rosa: el consumidor gay masculino de nivel socioeconómico Medio alto en Lima. Tesis de magister. Facultad de ciencias y artes de la Comunicación. Pontificia Universidad Católica del Perú
- Astelus (2016) Turismo Gay o Lgbt <https://astelus.com/turismo-gay/>
- Ballesteros, Noelia. (2017). *LGTB como segmento turístico*. Grado en Turismo. Facultad de Turismo y Finanzas. Universidad de Sevilla.
- Barbosa, B., De Moraes, T. C., & Rocha, A. (2017). Rio de Janeiro as a gayfriendly destination: The gay tourists' perspective. *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D) / Journal of Tourism & Development*, 27/28, 181–183. <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=b6523b22-5ee6-4a8d-86f3-64d04f67de21%40pdc-v-sessmgr05>
- Barragan, Luciana(2017) *El turismo LGBT como segmento de mercado emergente en Argentina*.
- Barrientos, Jaime, & Cárdenas, Manuel. (2013). *Homofobia y Calidad de Vida de Gay y Lesbianas: Una mirada Psicosocial*. *Psykhe (Santiago)*, 22(1), 3-14. <https://dx.doi.org/10.7764/psykhe.22.1.553>
- Barrios, Mercy (2015). *Turismo, motivaciones y mujeres gay: un estudio exploratorio*
- Bernal, Cesar. (2010) *Metodología de la Investigación*. (3ª ed.) Editorial Pearson.
- Bernuy Castromonte, Breiding Junior, & Noé Grijalva, Hugo Martín. (2017). *Sexismo*

- y Homofobia en los adolescentes de una institución educativa pública. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 245-75. <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.162>
- Burgos, Rocío. (2016). Turismo Gay Lésbico en Argentina entre el mercado y los derechos. Tesis de grado Licenciatura en Turismo. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de la Plata.
- Calcerrada y Rojas. (2017). Identidad en la diferencia: principio constructor de la identidad de género inclusiva. https://gerflint.fr/Base/Chili13/calcerrada_rojas.pdf
- Carcamo Fiorella y Pocco Lily. (2018). *Percepción social de la comunidad lgtb respecto a las ordenanzas municipales y prácticas discriminatorias en los distritos adjudicados a la provincia de Arequipa-2018*. Tesis de Licenciatura. Escuela Profesional de trabajo social. Facultad de ciencias histórico sociales. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Carlos, R. V., Francisco, J. T., Suquillo, L. J., Marie-France Merlyn, & Martos-Méndez, M. J. (2017). Dimensiones de integración social en población colombiana y cubana que vive en quito, ecuador. *Universitas Psychologica*, 16(5) <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-5.disp>
- Comer, J. (2018). "Equality on the sea": interrogating LGBTQ privilege in the tourism discourse of Africa's "gay capital." *Gender & Language*, 12(4), 479–503. <https://doi.org/10.1558/genl.33353>
- Coon, D. (2012). Sun, Sand, and Citizenship: The Marketing of Gay Tourism. *Journal of Homosexuality*, 59(4), 511–534. <https://doi.org/10.1080/00918369.2012.648883>
- Cubas, Jesica. (2017) *Oportunidades de negocio de esparcimiento en el segmento Homosexual en el distrito de Chiclayo en el 2014*.
- Chung, Wong, C. C. L., & Tolkach, D. (2017). Travel preferences of Asian gay men. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(6), 579–591. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1308396>
- Cruz Coria, E., & Velázquez Castro, J. A. (2017). El turismo LGTB: Un acercamiento a las motivaciones turísticas. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 6(11). <https://doi.org/10.29057/icea.v6i11.2686>
- Delgado, Silvana y Oxa, Patricia. (2018). *Servicios de las agencias de viaje y*

- turismo y su influencia en la satisfacción del turista lgtb en la ciudad del cusco periodo 2018*. Tesis de licenciatura en turismo. Escuela profesional de turismo. Facultad de ciencias administrativas, contables, económicas y turismo. Universidad nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Del Río, José María Valcuende, & Fera, R. C. (2014). Bricheros: Sexo, raza y etnicidad en contextos turísticos*/Bricheros: Sex, race and ethnicity in tourist settings. *Revista De Estudios Sociales*, (49), 72-86. <https://search.proquest.com/docview/1541971929?accountid=37408>
- Farji y Mines. (2014). Gubernamentalidad, despatologización Y desmedicalización. Interrogantes sobre la Ley de identidad de género argentina. https://www.researchgate.net/publication/276722740_Gubernamentalidad_despatologizacion_y_desmedicalizacion_Interrogantes_sobre_la_Ley_de_Identidad_de_Genero_argentina_2011-2014
- García Ortega, Martha, & Marín Poot, Héctor Manuel. (2014). Creación y apropiación de Espacios sociales en el turismo gay: Identidad, consumo y mercado en el Caribe Mexicano. *Culturales*, 2(1), 7194. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912014000100003&lng=es&tlng=es.
- García, Ruth. (2014). Análisis de la situación actual de la oferta turística para la comunidad GLBTI en la ciudad de Guayaquil, y las expectativas de crecimiento e inclusión del turismo gay en la sociedad. Tesis de grado Previa la Obtención del Título de: Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Carrera de ingeniería en administración de empresas turísticas y hoteleras. Facultad de especialidades empresariales. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Garncarek, E. (2020). Gender Perspective in Social Research: Chosen Problems, Aspects, and Contexts. *Przeglad Socjologii Jakosciowej*, 16(1), 6–11. <https://doi.org/10.18778/1733-8069.16.1.01>
- Gutiérrez, M. C., & Gómez, M. R. (2017). Identidad en la diferencia: Principio constructor de la identidad de género inclusiva. *Synergies Chili*, (13), 55-67. <https://search.proquest.com/docview/2061870345?accountid=37408>
- Hernández, Roberto, Fernández, Carlos y Baptista, Pilar. (2010). *Metodología de la*

Investigación. (5ª ed.). Editorial: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hosteltur (2013) Un hotel peruano es multado con US\$ 2.600 por discriminar a una pareja homosexual.

https://www.hosteltur.com/lat/116700_hotel-peruano-es-multado-us-2600-discriminar-pareja-homosexual.html

Íñigo, Luna. (2015). *Aproximación a los hábitos de consumo del segmento gay en España*. Tesis de licenciatura. Facultad de ciencias económicas y empresariales. Universidad Pontificia Comillas.

Jaramillo, F, Jayo, L, Martos, M, Merlyn, M y Valenzuela, C. (2017). Dimensiones de integración social en población colombiana y cubana que vive en Quito, Ecuador. [https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/UPSY/16-5%20\(2017\)/64753989019/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/UPSY/16-5%20(2017)/64753989019/)

Jiménez Yesalit, Mamani Denisse y Aliaga Roxana. (2017). *Plan de negocios para la implementación de una Agencia de viajes orientada a clientes LGBT en la ciudad de Arequipa, 2017*. Tesis de Licenciatura para obtener el título de Administración hotelera y de Turismo. Carrera de administración hotelera y de Turismo. Facultad de Administración y Negocios. Universidad Tecnológica del Perú.

Jiménez, Jessica. (2019). *Opinión pública de la población adulta del distrito de Trujillo frente al Turismo gay*. Tesis de Licenciatura. Escuela profesional de Turismo. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Trujillo.

Kusaka Sayuri. (2013). Situación Actual Del Turismo Gay En Lima.

Lemus, Hosmar. (2016). *Estudio del mercado Turístico LGBT para Colombia*. Tesis de magister en Economía y Gestión del Turismo. Facultad de ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires.

Martínez-Guzmán, Antar, & Íñiguez-Rueda, Lupicinio. (2017). Prácticas Discursivas y Violencia Simbólica Hacia la Comunidad LGBT en Espacios Universitarios. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 27(Suppl. 1), 367-375. <https://doi.org/10.1590/1982-432727s1201701>

Martinez, Matias. (2017) El desarrollo de estrategias de marketing y el segmento De turismo LGBT en la ciudad, para el crecimiento de la oferta y demanda de dicho grupo social.

- Moner Caryn, Royo Marcelo y Ruiz María. (2020). Oferta y demanda en el mercado turístico Homosexual; Una propuesta de estrategias de intercambio para la mejora del márketing en el segmento. https://www.researchgate.net/publication/50813971_Oferta_y_demanda_en_el_mercado_turistico_homosexual_Una_propuesta_de_estrategias_de_intercambio_para_la_mejora_del_marketing_en_el_segmento
- Monterrubio, C., & Barrios, M. D. (2016). Lesbians as Tourists: A Qualitative Study of Tourist Motivations in Mexico. *Tourismos*, 11(4), 64–90. <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&sid=ef480f43-1c61-43ad-9c45-612af2ff2b24%40pdc-v-sessmgr05>
- Otero Paradela, Ana Belén, & Alén González, María Elisa, & Domínguez Vila, Trinidad (2014). Turismo Lgtb. Una aproximación al caso de Galicia. *Revista Galega de Economía*, 23(1), 79-98. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=391/39133717004>
- Organización Mundial del Turismo. (2012). La OMT publica su segundo informe mundial sobre turismo LGBT. <https://po.travel2latam.com/nota/6092-reportes-la-omt-publica-su-segundo-informe-mundial-sobre-turismo-lgbt.html>
- OMT. Glosario de términos de Turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Otzen Tamara y Manterola Carlos (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Paiva Marcus (2019). Turistas LGBT gastan más durante su viaje. <https://www.revistaneo.com/index.php/articles/2019/03/04/turistas-lgbt-gastan-mas-durante-sus-viajes>
- Prat Josep (2015). Las motivaciones de los turistas LGBT en la elección de la Ciudad de Barcelona. <https://core.ac.uk/download/pdf/39021535.pdf>
- Porrás, C. (2015). El turismo gay triunfa en España. Los viajeros LGBT aportan más de 6.000 millones de euros cada año a nuestra economía.

Hosteltur. https://www.hosteltur.com/113283_turismo-gay-triunfa-espana.html

Ramírez Alvarado, María del Mar, & Cobo Durán, Sergio. (2013). La ficción gay-friendly en las series de televisión españolas. *Comunicación y sociedad*, (19), 213-235. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2013000100009&lng=es&tlng=es.

Real Academia Española. (2013). Diccionario de lengua española (DRAE). <http://http://www.rae.es>

Rodrigues, C., Moniz, A., & Tiago, F. (2017). Turismo gay: Estão preparados? *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D) / Journal of Tourism & Development*, 27/28, 2255–2264. <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=cda80eeb-249e-4718-abc1-5ef6370874e0%40pdc-v-sessmgr02>

Soler, Inés. (2016). La perspectiva de género en la investigación sobre la educación universitaria. Máster Universitario en Igualdad y Género en el ámbito público y privado. Facultad de ciencias jurídicas y económicas. Universitat Jaume I de Castello.

Tirado, Erika (2018). *Las trayectorias identitarias de personas mayores Homosexuales residentes de la ciudad de Lima, Perú*.

Tomicic, Alemka, Gálvez, Constanza, Quiroz, Constanza, Martínez, Claudio, Fontbona, Jaime, Rodríguez, Juliana, Aguayo, Francisco, Rosenbaum, Catalina, Leyton, Fanny, & Lagazzi, Iside. (2016). Suicidio en poblaciones lesbiana, gay, bisexual y trans: revisión sistemática de una década de investigación (2004-2014). *Revista médica de Chile*, 144(6), 723-733. <https://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872016000600006>

Troncoso-Pantoja, Claudia, & Amaya-Placencia, Antonio. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de la Facultad de Medicina*, 65(2), 329-332. <https://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>

Universidad Ricardo Palma. (2016). Boletín de Investigación. <http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1191/boletin-de-investigacion-agosto-2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Utrilla, Alvaro. Salcedo, Gianni. Vilcarromero. Cesar. (2013) Implementación de un hotel gay friendly en Lima.

Vargas, S. E. (2013). Discriminación estatal de la población LGBT. casos de transgresiones a los derechos humanos en Latinoamérica1/State discrimination against LGBT people. cases of violations of human rights in latin America/Discriminação estatal contra pessoas LGBT. os casos de violações dos direitos humanos na américa latina. *Sociedad y Economía*, (25), 183-204.
<https://search.proquest.com/docview/1640570221?accountid=37408>

Velásquez, Leroy. (2018). *Análisis del segmento turístico LGBTI internacional para propuesta de un certificado de calidad para establecimientos de servicios de hospitalidad*. Disertación previa a la obtención del título de ingeniero en gestión hotelera. Facultad de ciencias humanas escuela de hotelería y turismo. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Vorobjovas, P. O., & Hardy, A. (2016). The Evolution of Gay Travel Research. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 409–416.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2059>

ANEXOS

ANEXO 1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Perspectiva de la Comunidad LGBT: Turismo Gay Friendly, en Lima 2020					
Componente Temático	Definición Conceptual	Definición Operacional	Categorías	Subcategorías	Escala de Medición
Perspectiva	<p>Díaz y Capitolina (2015) citado en Soler (2016), menciona que, cuando se habla de la perspectiva de género está muy relacionada a la sociedad y a la política con relación a las prácticas y normas y que influye en ambos sexos sea masculino y femenino.</p> <p>Según Ramirez y Cobo (2013) el significado de Turismo gay friendly es utilizado para hacer relacionar a lugares, políticas, personas o instituciones que generan un ambiente tolerante y respetuoso hacia personas que integran la comunidad LGBT.</p>	<p>Con respecto a la perspectiva es el punto de vista o modo de ver y considerar las cosas, y con respecto al Turismo Gay Friendly es hacer un turismo amigable, en donde la comunidad LGBT pueda sentirse cómoda compartiendo con la comunidad heterosexual.</p>	Aceptación	<p>Homofobia</p> <p>Discriminación</p>	<p>Técnica: Entrevista</p>
			Percepción	<p>Identidad</p> <p>Integridad</p>	
Turismo Gay Friendly			Servicios Turísticos	<p>Hoteles</p> <p>Aerolíneas</p> <p>Agencias</p> <p>City Breaks</p>	<p>Instrumento: Guía de entrevista</p>
			Lugares Frecuentados	<p>Bares</p> <p>Clubes</p>	
				Restaurantes	

ANEXO 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Matriz de Consistencia					
Perspectiva de la Comunidad LGBT: Turismo Gay Friendly, en Lima 2020					
Problema General	Objetivo General	Unidad Temática	Categorías	Subcategorías	Metodología
¿Cómo la comunidad LGBT percibe el turismo gay friendly, en Lima 2020?	Conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly ,en Lima 2020.	Perspectiva	Aceptación	Homofobia	Enfoque: Cualitativo Tipo: Básica Diseño: Fenomenológico Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista
Problemas Específicos	Objetivos Específicos			Discriminación	
¿Se puede mencionar sobre un turismo gay friendly no juzgado, en Lima 2020?	Analizar el significado de la aceptación de las relaciones sociales de la comunidad LGBT acerca del turismo gay friendly no juzgado, en Lima 2020.		Percepción	Identidad	
				Integridad	
¿La comunidad LGBT podría compartir información social, sobre el turismo gay friendly en los lugares de esparcimiento turísticos, en Lima 2020?	Comprender la percepción del turista de la comunidad LGBT sobre el turismo gay friendly en lugares de esparcimiento turísticos, en Lima 2020.	Turismo Gay Friendly	Servicios Turísticos	Hoteles	
				Aerolíneas	
				Agencias	
				City Breaks	
¿Qué elementos ayudan a la comunidad LGBT a ser aceptados en espacios públicos y recreativos ,en Lima 2020?	Analizar qué elementos pueden generar la aceptación en espacios públicos y recreativos para la comunidad LGBT en el turismo gay friendly, en Lima 2020.		Lugares Frecuentados	Bares	
				Clubes	
		Restaurantes			

ANEXO 3. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Entrevista a estudiantes Universitarios sobre Perspectiva de la Comunidad LGBT: Turismo Gay Friendly, en Lima 2020

Estimado(a)

La presente investigación titulada Perspectiva de la Comunidad LGBT: Turismo Gay Friendly, en Lima 2020, tiene como objetivo conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo Gay Friendly, en Lima 2020, con la finalidad de desarrollar una investigación de tipo académica como estudiante de la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo. Por lo cual le agradecería responda las siguientes preguntas de la presente entrevista, indicando que los datos obtenidos tendrán uso estrictamente académico, se respetará el anonimato y la confidencialidad de la información brindada.

Nombre y Apellidos del entrevistado:
Fecha de Entrevista:
Edad:
Ocupación:
Género:
Lugar:

CATEGORÍA: ACEPTACIÓN

¿Qué opina sobre la homofobia en relación al Turismo Gay Friendly? ¿Ha tenido alguna experiencia?

¿Qué medidas puede proponer para convertir en Lima un destino Gay Friendly?

¿Ha sufrido alguna vez algún tipo de discriminación haciendo Turismo? ¿Qué hizo para afrontar la situación?

CATEGORÍA: PERCEPCIÓN

¿Qué difícil es para el turista LGBT integrarse en base a un grupo social en la ciudad de Lima?

¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?

CATEGORÍA: SERVICIOS TURÍSTICOS

¿Considera usted que en Lima se debería aperturar Hoteles para el colectivo LGBT? Si es así, qué servicios le interesaría se incluyeran.

¿Tenía conocimiento que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Considera usted que todas las aerolíneas deberían considerar un servicio exclusivo para esta comunidad y si es así que le gustaría que se implemente?

¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?

¿Cuántos días destina cada año para tomar sus vacaciones? ¿A qué destinos prefiere viajar?

CATEGORÍA: LUGARES FRECUENTADOS

¿Qué parte de su ingreso suele usar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, salir a bares, comer en restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine y al teatro.

¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

¿Qué tipo de experiencias busca el turista LGBT?

¿Considera que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología Gay Friendly en Lima?

ANEXO 4. TABLA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
 Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 06 de Junio _____ de 2020

Apellido y nombres del experto: REYES CASTAÑEDA PEDRO EFIGENIO

DNI: 16006422 Teléfono: 947297673

Título/grados: Mg. Administración.

Cargo e institución en que labora: Docente UNIVERSIDAD CESAR VALLERIO

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las casillas.

	ITE M	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?											X	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											X	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?											X	
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sustentan en un marco teórico?											X	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sustentan en antecedentes relacionados con el tema?											X	
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											X	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?											X	
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?											X	

Promedio de valoración: 100 /


 FIRMA DEL EXPERTO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 05 de junio de 2020

Apellido y nombres del experto: Huamani Paliza, Frank David

DNI: 41523590 Teléfono: 999418209

Título/grados: Magister

Cargo e institución en que labora: Docente UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES		
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?											x	Agregar lo indicado
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											x	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?											x	
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?											x	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?											x	
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											x	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?											x	
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?											x	

Promedio de valoración: 95%


 FIRMA DEL EXPERTO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
 Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 07 de marzo de 2020

Apellido y nombres del experto: Mauro Grazdon Maguño

DNI: 06441665 Teléfono: 951692134

Título/grados: Lic. En Turismo y hotelería/Magister en Marketing Turístico y Hotelero/Dr. En Educación

Cargo e institución en que labora: Director de la Escuela Profesional de Administrador de Turismo UNMSM

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITE M	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										X		
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 90

 FIRMA DEL EXPERTO

ANEXO 5. CONSENTIMIENTO INFORMADO DE LOS ENTREVISTADOS

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Alex Georginio Poémape Costilla, con DNI N° 71314184 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

Alex Georginio Poémape Costilla



Nombre del Participante
Fecha 12/09/2020

Firma del Participante

Consentimiento informado para participantes de investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Romina Indra Acuña Cuenca, con DNI N° 73067625, acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

Romina Indra Acuña Cuenca
11/09/2020



Nombre del Participante
Fecha

Firma del Participante

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

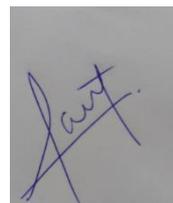
Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Jhoselyn Consuelo Mosquera Tello, con DNI N° 75322385 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

Jhoselyn Mosquera Tello
Nombre del Participante
Fecha 13/09/2020



Firma del Participante

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo NADIA VIRGINIA DORA LAZO RIVERA, con DNI N° 72183610 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

Nadia Lazo Rivera
17/09/2020



Nombre del Participante
Fecha

Firma del Participante

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Daniel Milla Hernandez con DNI N° 74709166 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

Daniel Milla Hernandez



Nombre del Participante
Fecha 17-09-2020

Firma del Participante

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo LUZ MARIA MUÑOZ CAMA, con DNI N° 72126368 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

LUZ MARIA MUÑOZ CAMA



Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha 13-09-2020

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo TOLEDO CORDOVA LIZETHE DEL PILAR, con DNI N°71449686 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

TOLEDO CORDOVA LIZETHE DEL PILAR 71449686

Nombre del Participante
Fecha 11-09-2020

Firma del Participante

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo, Yefit Yampol Alamo Castro con DNI N° 74859710 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

Yefit Alamo Castro



Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha 11-09-2020

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

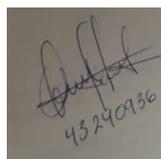
Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Genesis Mayra Arevalo Lopez, con DNI N° 43240936 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

Mayra Arevalo Lopez



Nombre del Participante
Fecha 10/09/2020

Firma del Participante

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

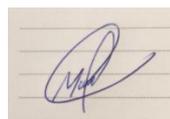
Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Elard Paolo Mori Saldaña, con cedula N° 25783659-2 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

Elard Mori Saldaña



Nombre del Participante
Fecha 10/10/2020

Firma del Participante

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

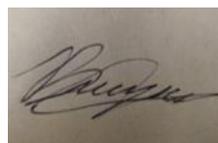
Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Brayan Estiven Ospina Paniagua, con cedula N° 1152221699 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

Brayan Ospina Paniagua



Nombre del Participante
Fecha 10/10/2020

Firma del Participante

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

Los autores: Julisa Cecilia Medina Ramírez y Marycruz Valladares Acantara, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es conocer la percepción de la comunidad LGBT en la ciudad de Lima acerca del turismo gay friendly, en Lima 2020.

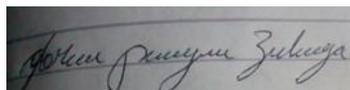
Nos presentamos y le solicitamos por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Gloria Yanet Paniagua Zuluaga, con cedula N° 43205551 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Julisa Cecilia Medina Ramirez y Marycruz Valladares Acantara cuyos teléfonos son 951110328 – 987009394.

Gloria Paniagua Zuluaga



Nombre del Participante
Fecha 10/10/2020

Firma del Participante

ANEXO 6. TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
N° de registro: 01	
Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Medina Ramirez- Marycruz Valladares Alcantara	
Nombre de la población:	Fecha de la entrevista: 12/09/2020
Miembros de la comunidad Lgbt	Fecha de llenado de ficha: 14/09/2020
Tema: Turismo Gay Friendly	
Informante: Braulio Bermudez	
Contextualización:	
Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.	
Transcripción: Julisa: Y coméntame, con qué frecuencia suelen hacer turismo, cada vez un destino diferente?, maso menos para que nos puedas ir comentando. Braulio: Bueno manejo una cuenta de Viajeros Empedernidos, es una cuenta enteramente de viajes (ehhhh) somos una pareja gay que viaja y el año pasado nuestra frecuencia de viajes era aproximadamente era entre 3 veces al mes, es decir viajábamos a 3 destinos al mes y bueno este año por obvias razones. Julisa: Claro por el tema de la coyuntura Pregunta 1.- ¿Qué opinas sobre la homofobia en relación al Turismo Gay Friendly? ¿Has tenido alguna experiencia? Braulio: (Esteeee) ok, en cuanto al turismo he encontrado una digamos (ehhhh) una homofobia más normalizada en el sentido de que el acceso a algunos hoteles, por ejemplo, no faltaba alguna reacción de desconcierto de los hoteleros no? O de la persona que está en la recepción cuando nosotros (mi pareja y yo) solicitábamos un servicio, no ha sido una actitud agresiva digamos de querer ofendernos, pero si ha sido como de cierto desconcierto cuando tú vas y pides un cuarto matrimonial para dos hombres y te das cuenta que su cara es de incertidumbre de desconcierto no? La otra cosa ha sido el acceso a ciertas actividades de digamos de diversión, por ejemplo, el acceso a discotecas, bares	

en la noche que no sean netamente Lgtb, que a nosotros nos hacen sentir en cierta manera inseguros no? Porque yo creo que **(ehhhh)** en un mundo ideal no debería de haber una distinción no? En discotecas Lgtb y discotecas para gente heterosexual, porque creemos que derrepente en un mundo ideal todo habría respeto y seguridad, pero como no es un mundo ideal necesitamos a veces unos espacios bien divididos bien distinguidos entonces en las provincias y destinos no hay mucha oferta para este tipo de diversión con espacios seguros, entonces eso también nosotros este nosotros lo hemos sentido no? lamentablemente el gobierno ni ninguna empresa privada ha implementado lugares seguros para comunidad Lgtb para podernos expresar libremente, donde no nos señalen por tal vez en tour no? Porque a veces si nos ha pasado que subimos al bus de la mano o estamos conversando sobre tema de pareja y todos se quedaron sorprendidos que como ¿son pareja? Y cosas así, y esas miradas a uno le puede molestar porque no es como una pareja heterosexual que se puede expresar libremente y nadie te va a decir nada, nadie te va a mirar, nadie va a voltear a verte, ni te va a poner malas caras, más que todo ese tipo de acciones hemos sufrido nosotros en los viajes.

Marycruz: Pregunta 2.- ¿Qué medidas puedes proponer para convertir en Lima un destino Gay Friendly?

Braulio: Yo creo que lo que no se nombra no existe, entonces creo que la visibilidad es importante, las campañas de visibilidad en la Comunidad Lgtb yo entiendo que apuntan a esto no a normalizar la presencia, la existencia de personas con diversidad de orientaciones sexuales con diversas formas de amar, la normalización de dos hombres que se aman, dos mujeres que se aman, existencia también de personas trans, etcétera, entonces la visibilidad y si una agencia o un hotel trata de hacer este tipo de campañas de visibilidad creo que ayudaría mucho a atraer personas de la comunidad a esos espacios. Si tú te das cuenta todas fotos que publica el Ministerio o las agencias hay personas solas con el paisaje o una pareja heterosexual tomada de la mano con el paisaje, pero no te das cuenta no hay fotos de parejas homosexuales o trans tomadas de la mano o disfrutando de un turismo en el Perú, no hay, no existe esta visibilidad, por tanto, no hay esa normalización, como no hay normalización la gente no se educa y no comprende la existencia de esto y comienza a tener estas actitudes

de sorpresa de desconcierto de ohhhh y esto pasa?, rumores, ese cotilleo cuando uno sube a un tour, etcétera entonces creo que eso es importante, que las agencias visibilicen eso no? Eso es importante, además creo que debería de haber una capacitación a las empresas de parte del gobierno en diversidad sexual, de esta forma las mismas empresas van a entender sobre la diversidad sexual y van a tener una mejor aceptación a la comunidad porque muchas veces incluso, **(ehhhh)** por ejemplo a nosotros nos ha pasado que empresas que nos escriben nos dicen chicos(a mi pareja y a mi) queremos trabajar con ustedes, pero por favor, ahí siempre existe el pero, que no haya besos ni fotos besándose cuando estén con nuestra agencia, entonces ahí nos damos cuenta de la discriminación interiorizada que hay en todas las personas que trabajan en empresas, y viene desde la empresa que no están con esa educación diversa, entonces el Ministerio de Turismo se ocupara por la comunidad Lgbt que también viaja, que también vive, que también respira, que también **(ehhhh)** hace turismo en el Perú, pues sería mucho mejor no? Las empresas estarían mucho más capacitadas en diversidad e incluso las mismas empresas serían las que fomentarían el respeto durante un viaje entre todas las personas, eso me parecería fundamental por parte del gobierno.

Julisa: Ahora, nos has mencionado que derrepente has sentido con empresas que han querido trabajar con ustedes lo que es discriminación hacia ustedes, y derrepente hubo alguna anécdota que nos quisieras contar
Pregunta 3.- ¿Qué hicieron para afrontar esta situación?

Braulio: (Ehhhh) cuando me escribió una empresa, cuando me mandó un correo Indicándome que querían trabajar conmigo y mi pareja, les respondimos que claro si queríamos trabajar con ellos por lo que hicimos una video llamada y en la video llamada nos dicen que, pues no querían que nosotros seamos visibles, que seamos una pareja visible porque no querían tener problemas ellos como empresa a lo que nosotros les respondimos de que no íbamos a trabajar con ellos, porque la finalidad del blog es ser visibles, lo que nosotros buscamos es promover los destinos turísticos del Perú y lo otro es buscar el respeto para todos a través de la visibilidad e indudablemente quedo ahí no? No cerramos trato y no trabajamos con ellos, no concretamos nada.

Marycruz: Pregunta 4.- ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?

Braulio: Yo creo que este, actualmente las personas Lgbt acceden al turismo, pero creo que el turismo no está adaptado a ciertas especificaciones no? Por ejemplo, yo una vez conocí a un amigo que fue a Brasil y había un turismo gay bien marcado donde había un tour por lugares netamente gays no? Bares, discotecas o actividades gay friendly, aquí no lo hay, entonces aquí solo hay recorridos estándar a una fortaleza o algunas actividades que está bien no? Porque es parte de las actividades que se pueden en Lima no? Pero hay mucha oportunidad, hay muchos recorridos o actividades netamente para la comunidad o amigables para la comunidad que se podría atraer a mucha gente en realidad, para poder incentivar a mayor movimiento económico en el sector no? Yo creo eso.

Marycruz: Pregunta 5.- ¿Qué difícil es para el turista LGBT integrarse en base a un grupo social en la ciudad de Lima?

Braulio: Yo creo que hasta el momento todos de la comunidad se han integrado de alguna manera adaptándose en lo que hay en la sociedad no? Muchos de nuestros seguidores nos han comunicado que han viajado en pareja no y derrepente no son tan atrevidos como nosotros, atrevidos entre comillas, porque no pueden expresar libremente su amor no? Tratan de fingir que están cada uno por separado, algunos nos han contado que las fotos se las deben de tomar ya cuando el grupo se está yendo y ellos tiene que tomarse rápido la foto, aunque en el bus tienen que derrepente dejar de tomarse la mano o dormir ya no uno en el hombro del otro sino derrepente de espaldas no? Porque tienen miedo dirán, tiene miedo al cotilleo, a ese tipo de situaciones que claro es independiente para cada tipo de personas, esta derrepente influenciado por cosas que pasan no y derrepente un espacio netamente libre de expresiones en los tours derrepente puedan hacerlos sentir más cómodos entonces yo creo que se han adaptado, la comunidad se ha adaptado a estas situaciones en el turismo no?

Julisa: Pregunta 6.- ¿Consideras que en Lima se debería aperturar Hoteles para el colectivo LGBT? Si es así, qué servicios le interesaría se incluyeran.

Braulio: Ya existen hoteles para la comunidad en Lima y en Cuzco por ejemplo no? No están difundidos como las otras cadenas, pero yo creo que más que

hoteles exclusivos, sino que sean hoteles abiertamente donde aseguren la tranquilidad y la seguridad, yo creo que, si me dijeras que quieres ir a un hotel, puedes ir a cualquiera en realidad, pero en donde me hagan sentir cómodos no? No me miren que yo voy a la recepción y me digan ahh para ustedes dos una habitación matrimonial? o me miren así con desconcierto entonces esa cosa no quisiera, no me importa si es un hotel gay o netamente para la comunidad o un hotel para todos no? Sino que me hagan sentir cómodo o que me hagan sentir que no se están sorprendiendo por mi sexualidad o por quien estoy yo viajando, entonces ese tipo de cosas creo yo que eso es importante.

Marycruz: Pregunta 7.- Quería comentarte que en el paso que nosotras hemos ido desarrollando nuestro tema de tesis nos dimos cuenta que existe aerolíneas exclusivas para la comunidad Lgbt, entonces ¿Tenía conocimiento que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Consideras que todas las aerolíneas deberían considerar un servicio exclusivo para esta comunidad y si es así que le gustaría que se implemente?

Braulio: Mira yo creo que sería una muy buena idea porque digamos estaríamos también tomando esas prácticas de otros países no de donde hay cruceros exclusivamente para la comunidad (Lgbt) son llenos de fiestas, digamos de gente que quiere divertirse y que derrepente uno se divierte más cómodos no porque están con gente de la comunidad (Lgbt) y que derrepente no se sienta cerrado a expresarse o derrepente a entablar alguna relación etcétera y creo que estos espacios si es que pueden hacerse acá las aerolíneas o viajes o paquetes a gente de la comunidad (Lgbt) podría ser muy bueno, ya hay acá en Lima una agencia que hace turismo gay pero no hace turismo gay interno ósea no lo vende internamente para gente no, sino trae personas del extranjero y hacen un grupo acá en Lima y se van a varios lugares no? Principalmente en Cuzco y les enseñan todos los lugares gays que puedan a ver no? Bares entonces hay más opciones para eso en Cuzco no? En Lima también entonces les hacen un recorrido para gente del extranjero, pero no hay para gente de aquí de Perú que quiera ir a esos espacios donde puedan encontrarse con gente también gays no libres por ahora es lo que derrepente podemos apuntar y si alguna agencia, alguna aerolínea etcétera, lanza este tipo de promociones o este tipo de servicios específicos para

la comunidad (Lgbt) serían también una opción de visibilizarlas la existencia de la comunidad del viajero Lgtb, del turista Lgtb, que existe que tiene necesidades y requiere ciertas cosas para este servicio turístico.

Julisa: Si, como le estaba comentando a Marycruz nosotras cuando hemos investigado justo pudimos leer un poco que Cuzco efectivamente si tiene promociones más que todo para comunidad, ahora que tu sueles hacer turismo, Pregunta 8.- ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?

Braulio: Nosotros (mi pareja y yo) hemos solicitado servicios turísticos para diferentes tours, *(ehhhh)* no hemos tenido algún problema hasta el momento, no hemos tenido problemas, por ahí uno que otros nos decían para el tema de los asientos en el bus, obviamente nosotros queríamos ir juntos no? Porque somos pareja, entonces el señor nos decía ya tengo este asiento el de adelante y este otro atrás, pero ok nosotros somos pareja y queremos ir juntos, no hay otro bus o queremos que nos asegures porque nosotros queremos ir juntos no? Ah ya y se queda desconcertado y se queda con ese gesto de desconcierto de decir ah o son pareja si eso incomoda un poco, pero hasta el momento y en ese sentido nosotros hemos encontrado en las agencias *(uhmmm)* derrepente este bueno porque quieren vender el tour aceptan no? No nos niegan netamente el servicio, pero si hay ese desconcierto que te digo.

Marycruz: Pregunta 9.- Y ahora el inicio de la entrevista recuerdo que nos mencionaste que sueles viajar 3 veces al mes ¿A qué destinos prefieren viajar?

Braulio: Este nosotros(mi pareja y yo) viajábamos los fines de semana, salíamos el viernes y llegábamos aquí en Lima domingo en la noche, los lunes en la mañana porque nosotros tenemos un trabajo de oficina entonces *(ehhhh)* nuestros destinos eran generalmente cerca cuando eran esa frecuencia no a Huaraz, toda la sierra central que esta colindante a Lima o que tenga acceso al aeropuerto, pero cuando ya nos daban nuestras vacaciones las juntábamos cercanos ah días feriados ya nos íbamos por mucho más tiempo no? Pero esto era como 4 veces al año teníamos viajes de 15 días de 20 días porque las vacaciones las juntábamos días feriados y días que teníamos que compensar y así ya nos íbamos a destinos un poco más largos que necesitaban tours que

demoran todo un día que puedes conocer más cosas no eso tratábamos de hacer nosotros.

Julisa: Pregunta 10.- ¿Qué parte de tu ingreso sueles usar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, salir a bares, comer en restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine y al teatro

Braulio: De mi ingreso, a bares un 10 %, a bares iba por la música y cuando viajábamos (mi pareja y yo) en realidad y que en nuestro caso no somos un turista turista no? Porque para crear contenido, la cámara no, teníamos como que el otro equipo pendiente y al otro día teníamos que seguir grabando, entonces en los tragos que consumíamos, eran pocos, si, consumimos bastante alcohol cuando viajamos a Cajamarca jajajaja porque 3 litros estaba como que a 5 soles entonces tampoco nos podíamos quejar, si para fiestas en realidad tratamos de que sea lo mínimo porque más, si, si para comidas si destinamos como el 15 % para comer varias cosas típicas o cosas que se nos antoja que podamos consumir solamente cuando viajamos entonces maso menos así en ese porcentaje.

Marycruz: Pregunta 11.- ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

Braulio: La sierra peruana, los paisajes que tenían que ver más con naturaleza, lugares que tengan que ver con naturaleza, caminatas, digamos lagunas avistamiento de aves, montañas, ese nos gusta más, en segundo lugar, elegíamos sitios arqueológicos dependiendo del lugar no, hay provincias o regiones que tienen más atractivos arqueológicos que otros entonces eso también lo elegíamos en segundo lugar.

Marycruz: Pregunta 12.- ¿Qué tipo de experiencias busca el turista LGBT?

Braulio: Buscaba aventura, más aventura creo, deportes de aventura, la aventura de ir y recorrer por nuestra cuenta y conocer algunos lugares y deportes también alguno que otro que se podría hacer, no había mucho no, pero la caminata podría considerarse, diversión y vida loca no tanto por que como íbamos a grabar entonces, salvo algunas festividades como Semana Santa en Ayacucho, los Carnavales en Cajamarca, si en esos momentos donde hubo mucha diversión.

Julisa: Ok ya para culminar voy hacer la última pregunta **Pregunta 13.- ¿Considera que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología Gay Friendly en Lima?**

Braulio: Yo creo que las marcas digamos deben de incursionar en este aspecto de manera, las agencias deben incursionar de una manera más abierta y más visible porque sentimos que atrae, cuando nosotros hemos viajado y hemos recomendado algunas agencias, la gente que nos sigue que también son un porcentaje de la comunidad (Lgtb) como que se sienten más inclinados a consumir los productos que nosotros hemos consumido porque se dan cuenta que digamos que pueden expresarme más libremente y ahí hemos llegado a tener unas experiencias cercanas con los seguidores que nos dicen que han visitado tal hotel, que han ido con tal persona, que les ha gustado porque se han sentido acogidos por se han sentido atendidos de una forma muy amable, las instalaciones también han brindado alguna estadía agradable no? Y recuerdo mucho a los hoteles que fuimos, los seguidores han ido no? Y nos dicen oye si me ha gustado porque fuimos en pareja y me sentí bien, no hubo gente de mirada rara, o pasamos nuestras noches románticas ahí entonces entonces ese tipo de cosas creo que ayudaría a ciertas agencias a también ganarse cierto público no? Fidelizar con cierto público que podría ayudarlo no? Ayudar a crecer ahí en el negocio y también para tener una carta hacia el exterior no porque aquí en Latinoamérica el destino que yo sé que ahorita este el destino turístico netamente gay friendly es Brazil no? Y mueve millones de dólares entonces tiene una oferta increíble de actividades Lgtb en conciertos, cruceros, fiestas, etcétera no y tours y encuentro de chicos gays y van porque quieren conocer viajar con otros gays y conocer, la gente quiere eso a veces entonces derrepente eso también podría ser aquí y eso ayudaría a normalizar que existimos queremos eso.

Julisa: Buenos en realidad muchas gracias por tu tiempo, por toda la información que nos has brindado, no sé si quieras añadir algo a la entrevista.

Braulio: No gracias a ustedes cualquier cosa me avisas.

Marycruz: Si chicos muchas gracias

Duración de entrevista: 30 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 02

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Cecilia Medina Ramirez - Marycruz Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Miembros de la comunidad
Lgbt

Fecha de la entrevista: 11/09/2020

Fecha de llenado de ficha: 13/09/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Rosa Chu

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Transcripción:

Julisa: ¿Cuéntanos Rosa haces turismo, sueles viajar un poquito?

Rosa: Si, un poquito al menos viajo dos veces al año en verano y a mitad de...

Julisa: Año...

Rosa: *(aja)*

Julisa: **Pregunta 1. Ya, (este) Dime Rosa, ¿Qué opinas sobre la homofobia en relación al turismo gay y si has tenido una experiencia sobre ello?**

Rosa: *(mmm)* la homofobia en el turismo...en cuanto al turismo gay

Julisa: si

Rosa: ¿En qué sentido? *(mmm)* podrías explicarme un poco más esa parte, por favor

Marycruz: ¿Si, *(osea)* qué opinas sobre la homofobia en relación al turismo, sabemos que no solamente en otras *(eee)* sentidos de la sociedad u otras actividades, miembros de la comunidad LGBT, sufren algún tipo de discriminación, como la homofobia o *(este)* comentarios ofensivos o cosas así, ¿nosotras quisiéramos saber si tú has tenido alguna experiencia de este tipo?

Rosa: *(mmm)* no, de hecho, no afortunadamente *(mmm)* en verdad reconozco que si es digamos un *(mmm)* *(eee)* un prejuicio de que eso han sido víctimas

muchas personas LGBT, **(mmm)** sin embargo Yo he tenido la suerte de no pasar por este tipo de situación nunca, ¿no?!

Julisa: Claro es importante **(eee)**

Julisa: Pregunta 2. (eee) ¿Rosa qué medidas puedes proponer o te gustaría que se implemente para convertir a Lima como un destino gay friendly?

Rosa: (waooo) (waooo) (mmm) (ammmm) culturalmente hablando creo que es lo (osea) es como que la estrategia ideal, ¿no?

Julisa: Claro

Rosa: (eee) convertir a Lima **(eee)** por lo menos a Lima, porque de hecho el Perú es un país bastante homofóbico...

Julisa: si

Rosa: (mmm) convertir a Lima digamos en una ciudad con...digamos apertura, digamos ese tipo de **(eee) (mmm)** de diferentes formas de amar no?! **(Mmm)** y claro de hecho es una tarea de largo aliento en todo caso lo que sugeriría ser trabajar conjuntamente digamos con los **(mmm)** los gobiernos locales no?!...

Julisa: ya...

Rosa: Para que estos pudieran asegurar que todos los espacios de todos los distritos sean **(mmm)** digamos sean intolerantes, pero con la discriminación, ¿no?

Julisa: La discriminación

Rosa: Y obviamente en ese sentido si es que al Perú **(pues)** viene toda una comitiva pues de personas que se identifican dentro de la, dentro de estas etiquetas **(mmm)** no se sientan o no pasen por situaciones **(mmm)** que finalmente van a ser mirar a Lima pues como un lugar donde no es agradable pasar el rato

Julisa: Claro

Rosa: (mmm) claro no!? Eso a nivel como estatal y obviamente sería ideal que cada establecimiento que sabe que recibe visitas turísticas también tenga políticas en ese sentido, ¿no?

Marycruz: Pregunta 3. *(Mmm)* Rosa cuéntanos *(mmm)* tus nos has dicho, nos ha comentado no ha sufrido ningún tipo de discriminación o algún trato *(mmm)* inadecuado por parte de la sociedad o de repente haciendo turismo, en caso sufrieras algún tipo de discriminación, ¿C ómo afrontarías ese tipo de situación?

Rosa: *(mmm)* bueno, como me estoy divirtiendo probablemente lo dejaría pasar no!? *(Mmm)* es un disgusto fuerte entonces *(eee)* creo que, en este tipo de situaciones, en ese preciso momento preferiría como que defenderme con mis propias armas, osea obviamente lo ideal sería como hablar con el supervisor del establecimiento *(oh)* o elevar esta queja...

Julisa: Claro

Rosa: A las autoridades correspondientes obviamente la homofobia está por todos lados...

Julisa: Si

Rosa: Está institucionalizada, está normalizada, ¿no? *(eee)* las mismas autoridades tienen todo este estigma y todo este prejuicio ¿no? Y en contra de las personas LGBT, entonces creo que como les mencionaba ¿no? En verdad Yo preferiría simplemente defenderme *(mmm)*...

Julisa: si

Rosa: Muy respetuosamente y continuar con mi viaje ¿no? Sin proceder de manera oficial, por así decir ¿no?

Julisa: *(mmm)* claro

Julisa: Pregunta 4. ¿Dime Rosa de qué manera consideras tú que el turismo se adapta a la identidad de género?

Rosa: *(mmm)* perdona se entrecortó

Julisa: ¿Allí me escuchas?

Rosa: si, allí si...

Julisa: ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?, de qué manera crees que se acopla o cuál crees que sea la necesidad de *(eee)* *(mmm)* que este... Mary... dame una idea que se me fue la palabra...

Marycruz: Si, no te preocupes mmm bueno básicamente en esta pregunta de qué manera el turismo se adapta a la identidad de género *(mmm)* nosotras

queremos saber de qué manera Tú percibes que el turismo se ha sabido adaptar o a sabido crear **(mmm)** nuevas alternativas...

Rosa: **(aja)** Yo creo que hay como micro espacios, y por microespacios me refiero quizá a distritos donde hay discotecas gay friendly no?! Lima en general como ya lo había dicho antes al inicio como al inicio de la entrevista **(mmm)** este es asquerosa en el sentido de la homofobia entonces claro piensa como en lugares como en Miraflores, Larco Mar, ¿Este San Isidro quizá son mucho más **(mmm)** como progres **(ujumm)** entonces si por allí se da como que **(osea)** hay o existe **(pues) (este)** o están por allí como pululando las bebidas no!? este...

Julisa: Ya...

Marycruz: pregunta 5. ¿O nuevas normativas para que **(mmm)** un miembro o los miembros de la comunidad LGBT no sufran o se adapten o también se diviertan no? ¿Como todas las personas **(mmm)** o sea crees que es difícil para el turista LGBT integrarse a la sociedad o algún grupo social?

Rosa: Claro en general de hecho si, en general si ¿no? Es bastante difícil que las personas LGBT puedan digamos tener una calidad de vida como la tendría una persona heterosexual ¿no? Debido a que tiene que estar batallando constantemente o endureciéndose, ¿no? a las faltas de respeto no!? o en el peor de los casos los delitos en contra de ellos ¿no? **(mmm)**

Marycruz: Pero basado en el turismo, para el turista LGBT

Rosa: Claro...

Marycruz: También es difícil ¿no? Integrarse...

Rosa: De todas maneras **(o sea)** claro si socialmente es difícil digamos hablando con respecto al turismo también ¿no?, si lo considero que es difícil y si de todo viajar como ahora a una ciudad que no conoces **(mmm)** siendo quién eres...

Marycruz: ¿Pero nos basamos a la sociedad acá en Lima consideras que es difícil también?

Rosa: Si también, claro también, **(mmm)** si, de todas maneras

Marycruz: ¿Pero dime en que escala, puede que en provincia sea menor la dificultad o digamos acá en la capital sea más difícil?

Rosa: Entonces obviamente la cosa que se pone un poco más sensible, en general es allí donde vamos **(eee)** y obviamente en provincia mucho más ¿no? Quizá también en provincia hay lugares en los que también como decía ¿no? Hay microespacios donde estas personas se pueden integrar y disfrutar a lo lindo ¿no? sí que nadie le interrumpa no?! Con malos tratos o malos ratos **(eee)** pero eso es lo que pienso ¿no? me parece no es tanto lima en sí, sino más bien algunos distritos o algunos espacios ¿no? que tenemos en Lima.

Julisa: Claro

Marycruz: **Pregunta 6. ¿Ahora quisiera que pienses en los servicios turísticos, consideras que en Lima se deberían aperturar hoteles especiales o exclusivos para la comunidad LGBT, qué te gustaría como miembro de la comunidad LGBT que se incluyan, qué tipos de servicios dentro del hotel te gustaría que te brindaran?**

Rosa: **(Umm)** de verdad es buenaza la idea porque **(eee)** pasa que a veces las compañeras trans de la T de LGBT **(eee)** no las dejan siquiera alquilar un departamento, entonces imagínate como es **(eee)** hospedarse en un hotel no!? Donde te piden tus documentos de identidad **(eee)** y obviamente ven que quizá la imagen o la foto que se muestra en el documento no **(eee)** no es precisamente la que el recepcionista va a observar al momento de registrar a la persona y entiendo que o sea en un hotel gay friendly es no sucedería ¿no?

Julisa: Claro...

Rosa: Claro ¿no? Sería buenazo si es que podría pensar como en servicios **(eee)** dentro del hotel sería **(eee)** seguridad adicional ¿no? porque probablemente la gente o sea entendería que eso es un point donde hay cabras, lecas, entonces probablemente sería lo principal

Marycruz: Entonces la seguridad sería el servicio principal dentro de un hotel LGBT

Rosa: si, si

Rosa: La seguridad ya sea video cámaras, ya sea personal de seguridad **(mmm)** ya sea digamos que el mismo establecimiento o la misma institución, misma estructura del espacio estaría construida de forma que todas las personas que estén dentro estén seguras ¿no?, que por el mismo hecho de que el lugar va a estar como etiquetado como un lugar donde están **(o sea)**

reunidas ese tipo de personas que probablemente la sociedad podría disgustarle...

Marycruz: **Pregunta 7. ¿Ok vayamos ahora a las aerolíneas ok, se sabe que algunas aerolíneas ofrecen servicios especiales solamente para el colectivo LGBT y le ofrecen promociones, descuentos, cosas así favorables para las personas LGBT, crees que las aerolíneas en general deberían considerar un servicio exclusivo para la comunidad LGBT? igual ¿Qué tipos de servicios te gustaría que se ofreciesen dentro de estas aerolíneas?**

Rosa: *(mmm)* allí si discrepo, en todo caso las aerolíneas *(mmm)* porque un servicio brindado básicamente por las aerolíneas es trasladarte de un lugar a otro y *(mmm)* a diferencia de un hotel donde básicamente vas a dormir vas a dejar tus cosas, vas a descansar luego de haber *(mmm)*...

Julisa: Luego del tour

Rosa: Claro luego del tour a una provincia, lo que hace una aerolínea lo que hace es transportarte en todo caso a mi parecer cualquier intento de ofrecer promociones u ofertas por el hecho de ser LGBT me suena a capitalismo rosa ¿no? Que es *(mmm)* cuando poder vender más este y.

Marycruz: ¿Consideras que es favorable?

Rosa: No, no es favorable para nada, porque solo tiene un solo objetivo y es el lucro ¿no? No hay un compromiso de parte de este negocio en este caso las aerolíneas de *(eee)* digamos de facilitar la vida de estas personas por esta cuestión, es más que todo una cuestión de lucro quiere vender más.

Marycruz: Entonces consideras las aerolíneas deberían brindar un servicio igualitario para todo tipo de público en general .

Romina: Claro en todo caso *(mmm)* incrementar no sé quizá sus políticas de tolerancia, de respeto ¿no? *(este)* pero de allí a vender con ofertas y promociones, no para nada no estaría de acuerdo por lo menos no tomaría el servicio.

Julisa: **Pregunta 8. Ya ahora, cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta un miembro de la comunidad LGBT, ¿en este caso al solicitar un servicio turístico en una agencia de viajes?**

Rosa: (mmm)...

Julisa: ¿O de repente no consideras que haya algún problema?

Romina: Mira siempre que haya una agencia de viajes que pida documentación para poder digamos llevar un registro ósea creo que definitivamente las compañeras trans van a sufrir ¿no?...**(este)**...porque obviamente el documento no va a ser compatible con la imagen externa de la persona y el nombre y todo eso, entonces eso es un primer problema y en el caso en el resto de las compañeras LGBT, lecas gays bisexuales **(este)** **(mmm)** se me ocurre que quizá el guía turístico se dé cuenta de algo diferente como de expresión, porque ellos reconocen que hay algunas **(mmm)** hay algunos hombres gay que son **(mmm)** una expresión de género, claro **(mmm)** relacionado a lo femenino, entonces el guía turístico quizá **(mmm)** podría hacer bromas de mal gusto no?! que podría tomarlo de punto **(mmm)** y esto a la persona podría no gustarle porque hay algunas que quizá si se suman a la broma pero hay otro que probablemente no los gusta como que ese tipo den comentarios, o ponte una pareja de lesbianas o una pareja de hombres gay que viajan no?! Obviamente van a estar en pareja o quizá tomados de las manos entonces **(mmm)** osea cualquier miradita lasciva o cualquier comentario cochino osea ya de hecho me parece algo que si sucede ¿no?

Julisa: Pregunta 9. Ahora (este) tu nos comentabas que tu sueles viajar dos veces al año en verano y a mitad de año más o menos ¿Cuántos días tu destinas o te tomas para realiza (este) para tomar unas vacaciones, un aproximado?

Rosa: Cuatro días, tres noches **(ujum)**

Julisa: ¿Cuatro días tres noches y a que destinos prefieres viajar?

Rosa: ¡Uy! En el verano me encanta viajar al norte por ejemplo **(mmm)**

Julisa: La playa, turismo de sol y playa

Rosa: Si me encanta y a mitad de año a la sierra

Marycruz: Pregunta 10. Rosa tu nos comentaste de los lugares que frecuentabas, qué parte de tus ingresos utilizabas para pasar o vivir momento amenos y divertidos, por ejemplo, salir a bares, comer restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine, teatro?

Rosa: ¿En general o cuando viajo?

Marycruz: *(mmm)* en general

Rosa: Fuera del contexto de la pandemia en general salgo dos veces al mes a bailar por lo menos *(mmm)* y estaría gastando entre diez o veinte por ciento *(mmm)* es en cada salida, es en taxi, es entrada, la comida, el empujoncito, la bajada que te da como a las tres o cuatro de la mañana, los antojitos, para el cine normalmente estoy gastando treinta por ciento y por lo menos yo soy de ir al cine unas dos veces al mes exagerando máximo, como máximo y bueno al salir más o menos un promedio de igual veinte por ciento.

Marycruz: Entonces más o menos tus gastos circulan dentro de esa cantidad

Rosa: si

Marycruz: Pregunta 11. Coméntanos sobre los atractivos turísticos para la comunidad LGBT cuáles son los atractivos turísticos que prefieren ir o visitar?

Rosa: *(Mmm)* en realidad *(ammm)* creo que los mismos destinos turísticos que cualquier otra persona en verdad no se me ocurre ninguna diferencia, pero tipo si estas viajando con todo tu grupo de amigos, digamos diversos que se yo lesbianas, gays bisexuales, trans quizá por allí preguntaríamos definitivamente por la discoteca gay de la capital o de la... claro del lugar *(aja)* claro en este caso está la que todos conocemos no?! vale todo, downtown, bueno yo no soy muy partidaria no voy, mis preferencias están por otros bares como matadero, al otro día, *(este) (eee)* por lo general vale todo no es de mi agrado, pero si van como propios y extraños, osea LGBT y no LGBT van a vale todo.

Marycruz: Pregunta 12. Y de acuerdo a las experiencias cuales son los tipos de experiencias que los miembros de la comunidad LGBT buscan más?

Rosa: Bueno creo que buscan cualquier tipo de experiencia que busca cualquier tipo de personas ¿no? La pasarla bien, las tres B bueno, bonito y barato *(mmm)* sobre todo en la parte de barato porque en la parte de barato cuando en tu lugar de trabajo se conocen de que eres LGBT el personal podría incurrir en cualquier tipo de rebaja del sueldo no!?por allí que hay algunas, por eso que el sueldo del LGBT podría ser menor, entonces un viajecito barato

siempre viene bien al bolsillo (**mmm**) y obviamente que te respeten ¿no? o sea si es que tu expresión de género es como muy evidente como así decirlo no?! En el caso como ustedes lo llamaron "gays llamativos" en el caso de las compañeras trans...

Marycruz: Yo creo no que cada persona ¿no? Tiene derecho a expresarse libremente mostrase como quieren y expresar lo que desean, por esos prejuicios muy que degradan a la persona.

Rosa: Claro

Marycruz: Pregunta 13. Para finalizar ¿Piensa que las empresas o marcas reconocidas deberían animarse a abrirse dentro de la ideología LGBT?

Rosa: ¿Cómo así la ideología LGBT?

Marycruz: O sea que brinden servicios o brinden productos especiales para la comunidad LGBT, hay marcas digamos o salones de belleza que no aceptan personas gay o de repente también es algo que se ve en los restaurantes que sean inclusivos, bueno como los de cinco tenedores por ejemplo no?! Pero consideras que otras marcas (**osea**) sin importar el reconocimiento o estatus que esta pueda tener se animen a ser inclusivos y que puedan unirse un poco más a la comunidad LGBT?

Rosa: A si claro, a ver yo estudio gestión (**eee**) (**iii**) y nosotros estudiamos una parte que se llama gestión de la diversidad, obviamente la inclusión de estos grupos LGBT y siempre revisamos lo que es no solo la política interna si no también lo que es la imagen externa y obviamente hay lo que es llamado marca empleadora en por ejemplo si una empresa te quiere vender a ti que eres LGBT por ejemplo en la posición no sé si alguna de ustedes será LGBT? pero en el caso ponte eres lesbiana y te quieren venir a vender como algo obviamente justamente como les decía hace un rato si es con la finalidad de lucrar creo que es mejor que las empresas se abstengan no?! y por allí tienen una política interna que se refleja en el exterior finalmente tratan al cliente como...(**mmm**) independientemente del cliente no importa quién sea si es hombre o mujer, si es negro o es blanco, cholo, chino, si es LGBT en general (**eee**) (**osea**) bienvenido sea no?! Adelante siempre es (**o sea**) que te traten bien sin importar quién eres no?! Y no porque muchas veces se piensa que las personas LGBT tienen un trato especial o algo por el estilo pero no tiene nada

que ver con eso en verdad (*mmm*) si no en el hecho de que simplemente (*eee*) queremos respeto nada más.

Julisa: Bueno Rosa para culminar ya hemos terminado con la entrevista en verdad muchas gracias, estamos muy agradecidas Marycruz y Yo, gracias por tu tiempo no sé si haya algo que quisieras añadir... un ¿comentario?

Rosa: Nada chicas simplemente espero que les vaya bien en esta tesis en verdad (este) hasta antes de esto no sabía o no había escuchado tanto de lo que es el turismo gay friendly y este me parece buenazo de que lo estén estudiando y nada muchas gracias, mucha suerte y éxitos con la tesis y por allí si es que se me ocurre que algún amigo que quisiera ser parte de la entrevista yo les paso la voz.

Julisa: Ya muchas gracias Rosa

Marycruz: Si muchas gracias por tu tiempo

Duración: 27:19 min

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 03

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Medina Ramírez-Marycruz
Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 11/09/2020

Miembros de la comunidad Lgbt

Fecha de llenado de ficha: 13/09/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Jhesy Chang

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Julisa: Si, (ha) Jhesy, cuéntanos (heee) sueles hacer turismo (ooo), te (eee) gusta, ¿Con qué (eee) frecuencia lo haces más o menos?

Jhesy: Antes de (eee)... antes de la pandemia, sí llegaba a viajar regular, ahora no mucho, pero antes...

Julisa: Ya, claro.

Jhesy: (eee) mi tiempo cuando estaba trabajando si llegaba a viajar mucho.

Julisa: Pregunta 1. Dime (eee) ¿Qué opinión tienes sobre la homofobia en relación al turismo gay?, ¿has tenido alguna experiencia?

Jhesy: ¡Claro!, bueno... no una sino varias, ¿no?!...

Julisa: Ya (aaa)...

Jhesy: Este país está muy marcado con la homofobia, que aún no le ha logrado erradicar...

Julisa: Si...

Jhesy: Ni hablar sobre el tema, pero (ooo) Yo creo que es la (aaa)...(este)la reacción de las personas a lo desconocido, (¡pues no!?) igual siempre que he pasado un mal momento o alguien me ha llegado a atacar de la calle...

Julisa: (jhaaaa!)

Jhesy: Un insulto o algo así, siempre (heee) he tratado de llevarlo de la mejor manera...

Julisa: ¡Claro!...

Jhesy: ¿Pero si, te cuento la experiencia? ¿O no?...

Julisa: ¡sí!

Jhesy: Fue fuera de Plaza Norte...

Julisa: ¡¿Fuera de plaza norte **(eee)**?!!!

Jhesy: ¡Ay sí! Estaba saliendo de Plaza Norte con mi ex

Julisa: Ya...

Jhesy: Iba un taxi, entonces nos gritó...las machonas quieren taxi

Julisa: **(jhaaa!)**

Jhesy: Yo volteeé, y solo le dije: disculpe yo no lo conozco...así que **(eee)** yo no entiendo, por qué Usted se refiere así, ¡¡ ¿hacia mí?!!!

Julisa: Si **(pues)**

Jhesy: Porque yo lo escuché muy claro, quién lo dijo, y si no me cree que me lo diga en mi cara, **(pues)** no, pero no, el señor reaccionó mal, llamó a los de seguridad y dijo que Yo estaba loca, Yo por evitar problemas, solo me retiré y dije buenas noches.

Julisa: ¡Claro!...

Marycruz: **Pregunta 2. (ujum)** En base a esa experiencia, imaginemos que tu tuvieses el poder de tomar ciertas medidas, que medidas propondrías **(ahh)** para convertir a Lima **(eee)** como un destino turístico gay friendly?

Jhesy: En Lima **(esteee)** **(pues)** creo que **(eee)** conozco casi todo Lima...

Julisa: ¡Ya!

Jhesy: Creo Yo que a partir del Centro Cívico y Plaza San Martín

Julisa: Si

Jhesy: Es un punto céntrico para toda la comunidad y también el Parque Kennedy.

Julisa: ¡Claro!...

Jhesy: **(ujumm)** también es un punto céntrico ya que por allí se encuentran las discotecas y la playa... ¡pues no! los lugares más recurrentes a los que he ido. **(ujumm)**

Julisa: **(Ya)**... **(Este)** ya bueno ya nos ha comentado que ha sufrido en varias ocasiones discriminación, ¿no?

Jhesy: **(Ok, no, no es que)** muchas si no que...creo que las que me han pasado me han marcado

Julisa: Te han marcado...

Jhesy: (Ujumm)

Julisa: Pregunta 3. ¿Ha sufrido alguna vez algún tipo de discriminación haciendo Turismo? ¿Qué hizo para afrontar la situación?

Jhesy: Algún par de veces como les había dicho, simplemente trato de no ser grosera, como las personas son conmigo no, y a veces respondo, pero de manera educada.

Marycruz: Pregunta 4.- ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?

Jhesy: El turismo

Julisa: Si, el turismo

Jhesy: (pera) a qué te refieres?

Julisa: (osea) que necesitaría el turismo para que se pueda relacionar a la comunidad LGBT? ¿Qué le faltaría? ¿Y qué necesidades crees Tú que ocurriese en el turismo?

Jhesy: Creo que en la publicidad del turismo se adapta y llama poco la atención por los ojos y una publicidad que mencioné o te diga que **(este)** te **(eee)** como etiquetarlo para la comunidad LGBT, creo que ya **(este)**... empezarías (aaa) como que a romper ese tabú que falta aquí.

Julisa: ¡Claro!...

Marycruz: ¡Claro...!

Marycruz: Pregunta 5. ¿Y consideras que es difícil para el turista de la comunidad LGBT integrarse a un grupo social en la ciudad?, ¿en esta ciudad? ¿Puesto que ya sabemos que existe la discriminación y que algunos grupos excluyen y hacen esas cosas?

Jhesy: Aquí en Lima Yo creo que si, en otros países no lo he notado, en otros países es como, que la gente respeta.

Julisa: La gente respeta mucho...

Jhesy: Si la gente respeta mucho, será quizá por la misma cultura que saben respetar, pero aquí en Lima o en Perú...

Julisa: Si...

Jhesy: Pero acá en Lima falta que nos enseñen más ese lado sobre respeto, inclusión, ya que todos somos iguales salvo que el mismo.

Marycruz: La misma sociedad...

Jhesy: (*ajá*) la misma cultura te enseña a temerle a lo desconocido

Julisa: Si, exacto a temerle a lo desconocido.

Julisa: **Pregunta 6. ¿Dime, consideras que en Lima se deberían aperturar hoteles que sean de uso exclusivo para la comunidad LGBT? y si fuese así ¿qué servicios te gustaría que se incluyeran?**

Jhesy: Yo creo que, si falta, porque (*eee*), por lo mismo que hay aquí en Lima todo el mundo (*o sea*), el tamaño de comunidad gay que hay aquí, Yo creo que sí, si es que no lo hay, no conozco.

Marycruz: (*Ujum*)

Julisa: jajaja

Jhesy: Bueno si lo hay, no conozco, no sé... que haya una sauna, aparte que lo que te pueden ofrecer es un paquete en una habitación...

Julisa: ¡Claro!...

Jhesy: Un buen momento que la pases en una habitación, un sauna o (*ooo*) un bufet como para que te relaciones más con las personas, ¿no?

Julisa: ¡Sí! Mira te comentamos que aquí en Lima (*eee*) (*uuu*) un hotel que si es reconocido y que si acepta esta comunidad es el hotel Marriot, que no discrimina, que son muy respetuosos y que la atención para esta comunidad es muy buena y eso es lo que hemos estado averiguando, investigando

Marycruz: En base a experiencia, digamos de Blogger, (*yaaa*) Ellos nos comentan que han recibido una excelente atención, una excelente estadía en el Marriott o en otros hoteles de las mismas categorías en Miraflores básicamente.

Jhesy: A lo que Yo voy es que el Marriott es un hotel donde reciben gran cantidad de dinero

Julisa: A ya tú te refieres...

Jhesy: (*osea*) yo me refiero a hoteles más accesibles

Julisa: A claro, claro si deberían de ver, si

Marycruz: La igualdad debería de ser para (*este*)...

Jhesy: ¡Claro!

Marycruz: para cualquier condición económica, solo para las personas...

Jhesy: Claro, por ejemplo, tú vas con tu pareja a un **(esteee)** a un hotel digamos de tres estrellas y otro distrito, obviamente no te van a cobrar como el Marriot, obviamente el Marriot te va a cobrar más, pero al llegar, ya sientes eso de las miradas, cosas que he pasado mucho Yo.

Julisa: **(yaaa)**

Marycruz: Preguntas 7. **(Ujum)** y te queríamos comentar nosotras si tenías algún conocimiento de que en Europa se apertura una aerolínea **(queeee)** **(esteeee)** **(ummm)** se juntó con una revista prestigiosa...

Jhesy: ya **(aaa)**...

Marycruz: ¿Creó una especie de promoción, para que **(esteee)** las personas de la comunidad LGBT tengan paquetes exclusivos o descuentos en sus vuelos **(yaaa)** nos pareció **(ooo)****(este)** muy interesantes, por eso queríamos saber si tenías algún conocimiento si algo de lo que te estoy contando...o de repente consideras que las aerolíneas deberían considerar servicios o especiales para la comunidad LGBT?

Jhesy: ¡Claro! Ya, estas mencionando es depende del país, Yo sé que American Airlines es una aerolínea inclusiva y además algunos de sus tripulantes se casan de la comunidad LGBT, lo publican en la misma aerolínea de la página como dándoles su apoyo es algo que no se ve.

Julisa: Si, no se ve.

Jhesy: La misma aerolínea diciendo "Love is Love" es algo raro, yo creo que empezando allí uno se siente aceptado, ¿no?!

Julisa: Si

Marycruz: Si

Jhesy: Como diciendo que, como mis sueños de ser tripulante, yo sé que en esta aerolínea a no me van a juzgar, o al menos en esa aerolínea, también sé que hay cruceros que son solamente para gays creo, ¡pero ya estamos empezando que es un crucero inclusivo que la gente allí se siente aceptada y libre (pues) no! de expresar su sexualidad no?!!

Julisa: ¡Claro!...

Jhesy: Ósea si tenía conocimientos, pero sí de aquí de Lima si no conozco, sé de otros países y de la aerolínea que te estoy mencionando.

Julisa: Acá en Perú tenemos entendido que todavía no se ha dado eso, aunque sería en realidad, sería bastante bueno, igual hay una cantidad numerosa de la comunidad LGBT que aportaría por aerolíneas...

Jhesy: ¡Claro!

Julisa: De esa clase...

Julisa: **Pregunta 8. Coméntanos ¿Cuáles crees tú que serían los principales problemas con los que enfrenta una persona gay al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?**

Jhesy: (eee)

Julisa: O consideras de repente que no haya ningún problema...cuando... **(Cuando)**...

Jhesy: No Yo creo que más conocimiento del paquete que le quieran vender, por ejemplo si el chico no está buscando algo cultural, solo quiere conocer gente allí es donde habrá ese problema no??, yo estoy buscando como un paquete donde me vendas donde vaya a conocer gente y fácil las personas no tengan ese conocimiento de decirte: "mira si vas a este lugar vas a conocer tal y tal comunidad" y te vas a sentir bien y te vas a sentir aceptado, pero como que los paquetes que llegan a comprar la persona que busca turistar y toda esa cosa...

Julisa: Si...

Jhesy: Es como de fiesta y todas esas cosas

Julisa: De fiesta claro

Jhesy: En realidad para la comunidad LGBT siempre tienen esos prejuicios que siempre se van por la mala vida.

Julisa: ¡Claro!...

Jhesy: Y todo lo demás, creo Yo es mi punto de vista

Julisa: Y está bien, Mary

Marycruz: **(audio fallido) (pausa)**... Ya te comentaba...

Julisa: Pregunta 9. no se te escucha... bueno le voy a preguntar Yo *(pausa)* ¿cuántos días destinas cada año para tomar tus vacaciones y a que destinos tu prefieres viajar?

Jhesy: Yo prefiero *(eee)* *(pausa)*...ir a

Julisa: ¿De repente turismo de sol y playa, a la selva?

Jhesy: Claro, una semana digamos.

Julisa: ¡Claro! sol y playa

Jhesy: ¡Claro! Yo prefiero el turismo de sol y playa creo que es mucho mejor ha... visitar cuartos de hotel de lujo *(ooo)*...

Julisa: Y sueles...

Jhesy: Y bueno depende lo que me ofrezca en la ciudad...o bueno en el paquete.

Julisa: Y dime, sueles hospedarte en hostales, hostel, así porque la mayoría...

Jhesy: No Yo soy más de hostels

Julisa: ¿De hostels? *(aaa)* ya

Jhesy: Porque creo que son más económicos

Julisa: si

Jhesy: Porque en un hotel Yo puedo gastar cuarenta dólares en un cuarto en que puedo estar yo sola...

Julisa: Claro

Jhesy: ¿Cuándo puedo gastar quince dólares en un cuarto que puedo compartir con gente y así conocer más...me entiendes?

Julisa: Claro puedes interactuar más

Jhesy: Por eso es que prefiero los hostels

Julisa: ¿Creo que ya te podemos escuchar bien Mary? ¿A ver?

Marycruz: Pregunta 10.- Y coméntenos (heee) al momento de hacer tus vacaciones, que parte de tus ingresos sueles usar en momentos amenos y divertidos, por ejemplo, ¿¡no!? Cuando sales a bares, cuando comes en restaurantes, de repente reuniones en casa o ir al cine, al teatro, ¿Más o menos cuanto es lo que Tú inviertes en ello?

Jhesy: (mmm)(pausa) bueno eso si no solía gastar mucho, prefiero como que visitar esos atractivos turísticos que dicen de cierta ciudad, fácil un museo...algunos no tienen costo...quizás un 10 %.

Julisa: Si algunos no tienen costo

Jhesy: Pero...lo que llego a invertir lo que me salga una entrada, lo que me salga un combo un par de bebidas en un bar...

Julisa: Jajaja

Jhesy: Puede ser...

Julisa: Ya...

Jhesy: Por noche o algo así...

Marycruz: Pregunta 11.- ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

Jhesy: (eee) Yo creo que la verdad cada persona es diferente y buscará cosas diferentes del turismo...de cultura puede que se vayan a la ciudad o de naturaleza, pero yo creo que es el den sol y playa.

Julisa: De sol y playa cierto

Jhesy: Si porque rompe la rutina... yo tengo veintitantos años y trabajo en la oficina y tengo toda la rutina y rompo eso y me voy de turismo de sol y playa a descansar, creo que todo el mundo busca.

Julisa: Claro...

Marycruz: Pregunta 12. ¿Y qué tipo de experiencia busca un miembro de la comunidad LGBT?

Jhesy: ¿Qué busca? Disculpa no entendí la pregunta

Marycruz: Qué tipo de experiencias son las que más disfrutan, por ejemplo, ¿cómo dicen de sol y playa o estar en una discoteca o estar en un lugar tranquila?

Jhesy: Un intercambio intercultural, por lo mismo sales de tu país, sales de tu zona de confort para conocer más gente y dentro de esa gente obviamente

tiene diferentes crianzas, formativas, a uno lo han criado de forma cristiana y conoces a otra persona que es super liberal y yo creo que eso, lo intercultural conocer más gente.

Julisa: Pregunta 13. Claro si te entiendo (mmm) bueno, ya para finalizar la última pregunta seria, ¿Consideras Tú que las empresas, marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología gay friendly en Lima?

Jhesy: Claro, esa parte están perdiendo plata...

Julisa: La verdad que si...

Jhesy: Deberían invertir mucho más en eso, yo creo que cambiarían el pensar de los peruanos (**este**) yo creo que abrirían un poco más su mente diciendo como que ya no estamos en esas épocas en la que se veía mal, si no que estamos en la época que la gente se está sintiendo bien al expresarse, al sentirse ellos mismos no!??' y la gente de la comunidad puede ver que las mismas empresas, las mismas marcas (**este**) están como que apostando por ello, la gente misma lo va a apoyar y es como que debería notarse ese sentimiento de aceptación.

Julisa: Bueno algo que quisieras agregar, algún comentario, no sé

Jhesy: Bueno no sé, ¿qué podría decirles chicas? no sé, gracias no la entrevista no pensé que Yo podría, bueno me gusta que estén escuchando la opinión de alguien de la comunidad

Julisa: Sí... No... De eso en realidad se trata

Jhesy: Puede que, de mi opinión, puede que otras personas de la comunidad piense diferente al problema, pero que bueno que estén haciendo su trabajo de este tema.

Julisa: Gracias en verdad gracias por tu tiempo y (...) ya cualquier cosita estamos comunicándonos contigo

Marycruz: Si gracias

Jhesy: Si muchas gracias chicas.

Julisa: Bien gracias, chau, cuídate.

Duración de entrevista: 18: 54 min

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 04

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Cecilia Medina Ramírez - Marycruz Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Miembros de la comunidad lgbt

Fecha de la entrevista: 11/09/2020

Fecha de llenado de ficha: 13/09/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Narda Lee

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Evidencia fotográfica:

Julisa: Si Narda comentamos sueles hacer turismo, con que frecuencia más o menos?

Narda: (eee) si suelo viajara talvez con frecuencia un, dos veces al año, una o dos veces al año en realidad

Julisa: Ya

Narda: No lo hago tan seguido

Julisa: Pregunta 1. Ya, ahora yendo un poco más al tema académico, a nuestro trabajo de investigación, ¿Qué nos podrías decir acerca de la homofobia en relación al turismo y si alguna vez has tenido alguna experiencia con la homofobia?

Narda: (mmm) Bueno Yo soy bisexual así que podría hablar sobre la bifobia de ese lado...

Julisa: Ya, claro

Narda: Bueno creo que **(eee)** bueno hasta el momento con la gente no he tenido la fortuna de poder experimentar algo **(aaa)** situación como ello **(eee)**...

Julisa: Ya...

Narda: Si siempre hay el temor de que pueda pasar no!?? **(eee)** sobre todo cuando el caso si tu compañera es del género femenino no???

Julisa: Ya...si

Narda: Allí si es como en mi caso no?! Allí si hay como que un poco más de temor, felizmente no he tenido **(eee)** no he experimentado experiencia alguna, pero siempre hay el reparo de que algún día pueda suceder no?!

Julisa: Claro **(eee)**

Marycruz: **Pregunta 2. ¿Qué medidas propones Nadia para convertir a Lima como un destino gay friendly?**

Narda: **(mmm)** no te entendí bien la pregunta?!

Marycruz: ¿Que medidas puedes proponernos para que Lima **(eee)** se convierta como un destino gay friendly?

Narda: ¿Medidas? **(aaa)**... bueno primero **(eee)** creo que trabajo, bueno sería más trabajar en temas que ordenanzas o algo respectivo a proyección de discriminación, orientación inclusión de género, Yo creo que es algo principal **(eee)**... eso no? Yo creo que más que todo como enfatizar que no tiene que haber esta discriminación de por medio...osea Yo soy más partidaria, claro podría como tener espacios exclusivos para **(eee)** para generar **(eee)** para personas de LGBT es como **(ooo)** un lado es como que siento eso si como que más seguros sería una forma para no atacar más el trasfondo de discriminación con esta falta de orientación y expresion de género, Yo creo que es que tendrían que hacer algo más articulado como generar más **(este)** trabajar en la cultura de respeto de igualdad y no discriminación, ¡¿no?!

Julisa: **Pregunta 3. Ahora (eee) al momento de Tú hacer o haber hecho o haber realizado turismo (eee) has sufrido discriminación? Así tal cual?**

Narda: **(silencio)** bueno como les mencioné en un inicio **(eee)** **(mmm)** no pero... a bueno en alguna oportunidad si, cuando tenía que nosé, que hacer reservas en un lugar, una habitación para **(aaa)** digamos para **(aaa)**

Julisa: Parati y tu pareja

Narda: Cómo se dice? Para dos...**(aja)** para mi pareja y para mí necesitábamos un espacio y una habitación era como que una habitación dos mujeres compartiendo una única cama si era como... si ...como que **(eee)** te decían no! hay dos camas...como que **(eee)**

Julisa: Claro

Narda: Como que te decía, dormir por separado, no reconocian, no considerar que era, osea que se puede manifestar una pareja de dos mujeres no?! Entonces creo que si... si me ha pasado en algun momento cuando viajé el año pasado.

Julisa: A el año pasado?!!! Y a que destino fue? Disculpa

Narda: Ah! a Arequipa

Julisa: Arequipa... **(a ya)** claro

Julisa: **Pregunta 4.- ¿Dime de qué manera consideras tú que el turismo se adapta a la identidad de género?**

Narda: **(mmm)** perdona se entrecortó

Julisa: ¿Allí me escuchas?

Narda: Si, allí si...

Julisa: ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?, de qué manera crees que se acopla o cuál crees que sea la necesidad de **(eee)** **(mmm)** que este...Mary...dame una idea que se me fue la palabra...

Marycruz: Si, no te preocupes mmm bueno básicamente en esta pregunta ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género **(mmm)** nosotras queremos saber de qué manera Tú percibes que el turismo se ha sabido adaptar o a sabido crear **(mmm)** nuevas alternativas...

Narda: Pienso que pretende adaptarse el turismo si en la identidad de género, pero aun no es en su totalidad, ósea ven sus necesidades sí, y quizás algunas empresas apuestan por ello, pero es algo oculto, no expresivo.

Marycruz: **Pregunta 5. Y (este) Narda comentanos ¿Consideras que para el turista LGBT es difícil integrarse a un grupo social en la ciudad de Lima?**

Narda: **(osea)** creo que... **(osea)** creo que en ambos puestos es como se manifiesta la discriminación...

Marycruz: **(ujum)**

Narda: **(mmm)** creo que es difícil siendo Lima una sociedad bien homofobica **(silencio)** ... creo que la ... **nosé**... creo que la...depende de que espacios cada uno frecuenta la gente no?!. No sé a veces uno por recomendación o de compañeras o compañeros pueden acudir a ciertos espacios que sabes que... son...pueden ser los más...donde seas mejor recibido...sabes que son espacios donde sabes que puedes ser mejor recibido, pero sabes que luego...pero **(ooo)**

usualmente y digamos que son espacios donde puedes ir así al azar (*ummm*) nose depende mucho de la situación no?!

Julisa: Pregunta 6. Ya, ahora Narda, hablando un poco más sobre los servicios turísticos acá en Lima, ¿Consideras que se debería aperturar hoteles de uso exclusivo para la comunidad LGBT? ¿Y si fuese así que servicios te interesaría que se incluyeran?

Narda: (*mmm*) creo que (*mmm*) si (*osea*) (*mmm*) por un lado creo que si seria (*eee*) si seria como una buena idea, en tanto uno ya identifique no tiene que pasar por experiencias posibles de discriminación.

Julisa: (*ujum*) claro...

Narda: (*mmm*) y que otros servicios adicionales debería incluir? Bueno seria...(*mmm*) en realidad creo que (*mmm*) no sé como una (*mmmm*) no sé como cualquier otro hotel creo no!?, creo que todas las comunidades deberían tener (*osea*) no no se me ocurrió ahorita nada a la mente que diferenciación podría haber...

Julisa: Claro...

Narda: (*ujum*)

Julisa: Claro, derrepente con el tema de seguridad no!???la seguridad que es principal.

Narda: Claro podría ser eso, (*o sea*) creo que es una importancia muy importante causal, aunque a veces creo que... (*o sea*) está más (*eee*) más visibilizado (*osea*) es como que es visiblemente solo para (*o sea*) solo para estos grupos donde haya un riesgo de que vayan personas e intente hacer algo como (*o sea*) también está visibilizado, también lo pueden poner en riesgo no?

Julisa: claro

Narda: (*osea*) pueden haber como estos dos efectos no?! O se pueden manifestar esos dos efectos.

Marycruz: Pregunta 7. (*Ujummm*) (*este*) (*mmm*) Nadia, ¿Consideras que las aerolíneas deberían considerar en brindar servicios exclusivos para la comunidad LGBT? Y si fuese así el caso que se incluyan o que existan aerolíneas especiales para la comunidad, ¿Qué tipos de servicios te gustarían que se implementen?

Narda: Aerolíneas específicas? (*Mmm*)

Julisa: Si, lo que sucede es que nosotras cuando estuvimos haciendo este trabajo de investigación **(eee)** pudimos averiguar de que existen aerolíneas en otros países obviamente que dan un servicio exclusivo para la comunidad LGBT, entonces por allí va la pregunta no?! que si tu consideras que acá en Perú en Lima había la posibilidad de que **(eee)** de abrir, aperturar aerolíneas exclusivas para esta comunidad y que te gustaría de que implemente no?

Narda: **(silencio)** bueno yo siento no?! Que ahorita tal cual! Nosé que tanta acogida podría tener **(mmm)**

Julisa: Claro no! Por la coyuntura te refieres

Narda: Más que por la coyuntura, creo que el tema **(aaa)** **(mmm)** no sé **(eee)** o sea el tema no sé **(osea)** pues que se habilite un espacio donde te visibilices estes como que suficientemente preparada para te visibilicen y que puedas sufrir algún tipo de discriminación y a veces es como un poco que hay un poco de temor que pueda pasar algo no?! no sé me generaría algo como que como esa duda no sé.

Julisa: Claro esa duda

Narda: **(ujum)**

Marycruz: **Pregunta 8. ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar un servicio turístico (mmm) una agencia de viajes?**

Narda: Problemas que se enfrenta al solicitar un servicio turístico en una agencia de viajes?

Marycruz: Si en una agencia de viajes

Julisa: Si, en tu condición vayamos así seamos un poco más claras.

Narda: **(mmm)** bueno **(mmm)** la verdad que no podría decirte porque yo nunca he contratado en una agencia, he ido más como de manera grupal o de lo que encontré, nunca he contratado a una agencia de turismo, no se me ocurre ahorita como una situación que se pueda generar.

Julisa: Claro

Narda: **(ujum)**

Julisa: **Pregunta 9. Y como nos contabas al inicio de la entrevista que tu sueles ir de vacaciones de una a dos veces al año, cierto?**

Narda: Si, correcto.

Julisa: Y más o menos qué (eee) destinos prefieres viajar?

Narda: (aaaa) me gusta más si ir a zona sierra, ya que son de climas frios (eee) (mmm) (yy)...que tengan espacios (osea) así como museos que tengan donde hacer turismo en la naturaleza, trekking, cosas así no!?

Julisa: Ah, claro

Marycruz: Esos son tus lugares preferidos?! Para viajar

Narda: (ujum) si

Marycruz: **Pregunta 10. Y continuando con las preguntas (este) ya estamos a punto de culminar, qué partes de tus ingresos sueles usar en disfrutar de momentos amenos y divertidos, por ejemplo salir a comer, bares, restaurantes, tener reuniones en casa (mmm) ir a...al cine o teatro?**

Narda: Ah ya

Marycruz: Qué porcentaje? Mas o menos

Narda: Un porcentaje puede ser...(pucha) a veces es como un (risa) 30%, si dependiendo de la temporada esos si como bastante no?! Puedo gastar a veces hasta un treinta o cuarenta por ciento de mi sueldo.

Julisa: Ah ya

Narda: Al cine o al teatro, como puede ser de repente un poquito más, pero si me gusta ir mucho al teatro, me gusta mucho ir al teatro entonces allí invierto un poco mas del porcentaje en esa parte.

Julisa:**Pregunta 11. Ahora, cuáles son los atractivos turisticos que consideras que son más visitados por la comunidad LGBT?**

Narda: (mmm) creo que (eee) (mmm) no sé (mmm) creo que más como galeria de arte, museos...

Julisa: Galerias de arte.

Narda: Creo que (ujumm) o tambien puede ser (eee) si creo más son eso dos lugares, galerias o museos, galerias de arte.

Julisa: Ya

Marycruz: **Pregunta 12. y De acuerdo ya nos has comentado acerca de los momentos amenos y divertidos (mmm) el turista LGBT ¿Qué tipos de experiencias son las que más busca?**

Narda: Bueno creo que (mmm)

Marycruz: Por ejemplo diversión, relajación, algo tranquilo.

Narda: Bueno no puedo hablar por todos, toda la comunidad creo que es, no hay una como una característica creo que es más de la comunidad que creo que es más individual, pero creo que en mi caso podría decir que es más relajarme, al ir a fiestas es lo que más.

Julisa: **Pregunta 13. Si se escuchaba un poco entre cortado...no te decía ya para culminar (heee) tenemos una última pregunta que sería (eee) ¿Consideras que las empresas y marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología gay friendly en Lima?**

Narda: (eee) si yo creo que si, si sería interesante

Marycruz: Y por qué crees que sería interesante?

Narda: Si, sería interesante al fin de promover, mas la cultura nosé ...de respeto, discriminación (ooo) o ver que servicios quieran ofrecer, interesante ver que servicios proponen

Julisa: bueno eso sería toda la entrevista, muchas gracias, quisieras dejar algun comentario, o algo?

Narda: (eeee) Creo por el momento no, tal vez (eee) (mmm) unas preguntas me confundieron un poquito porque (osea) no sabia si estaban hablando sobre orientacion o identidad, pero...

Julisa: Ya

Narda: Pero no, basicamente eso no!!? No tendría más que comentar

Julisa: Bueno eso sería todo, estamos muy agradecidas con tu participación y por tu tiempo y por la entrevista y cualquier cosa estamos en contacto

Narda: Listo muchas gracias, suerte chau

Julisa: Chau cuidate

Marycruz: Chau.

Duración de entrevista: 17:11min

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 05

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Medina Ramirez-Marycruz
Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Miembros de la comunidad Lgbt

Fecha de la entrevista: 15/09/2020

Fecha de llenado de ficha: 17/09/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Luis Mendiola

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Transcripción:

Julisa: Cuéntanos, ¿Sueles hacer turismo?, ¿Con qué frecuencia?

Luis: Hola, turismo este año no, quería empezar hacer acá en Lima el Callao que no conozco y bueno he viajado a la parte del norte que he viajado con mi mamá, he querido viajar este año, pero no se pudo por la pandemia.

Julisa: Pregunta 1.- ¿Qué opina sobre la homofobia en relación al Turismo Gay Friendly? ¿Ha tenido alguna experiencia?

Luis: Ya yo creo que cada uno es libre de hacer lo que le parezca, siempre y cuando respetes y es algo que no compete a los demás, yo en mi caso no he sufrido discriminación, gracias a Dios ni en el colegio ni en la universidad, pero siempre hay personas que te molestan no, que te silban o que te dicen auuuuuu, esas cosas no, pero yo no les tomo importancia.

Marycruz: Pregunta 2.- ¿Qué medidas puede proponer para convertir en Lima un destino Gay Friendly?

Luis: Lima está muy difícil, Lima esta por decir muy chapada a la antigua, no quiero generalizar a todas las personas porque sé que hay algunas personas que respetan, pero hay otras personas que piensan que por ser gay no van a encontrar la felicidad.

Julisa: Pregunta 3.- ¿Ha sufrido alguna vez algún tipo de discriminación haciendo Turismo? ¿Qué hizo para afrontar la situación?

Luis: Bueno como les había mencionado, yo no he sufrido discriminación, de ningún tipo.

Marycruz: Pregunta 4.- ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?

Luis: Pues yo creo que aquí no se adaptan, pero si tengo conocimiento que existen países, por ejemplo, Brazil que, si se adapta el turismo en la identidad de género, incluso hacen tours exclusivos para personas gay.

Julisa: Pregunta 5.- ¿Qué difícil es para el turista LGBT integrarse en base a un grupo social en la ciudad de Lima?

Luis: Es muy difícil no, por lo que te discrimina, por lo que la gente es ignorante, al discriminarte por ejemplo por el hecho de tu ser así, no te aceptan no, pero eso es tema de cada uno elegir su opción no. En mi caso no fue difícil, pero creo que para otras personas si, cuestión de que, uno también trata de socializar no.

Julisa: Pregunta 6.- ¿Considera usted que en Lima se debería aperturar Hoteles para el colectivo LGBT? Si es así, qué servicios le interesaría se incluyeran.

Luis: Bueno no me llama mucho la atención, pero si me gustaría no, pero que vendan simplemente cuartos que no (**esteeeee**) me gustaría que se incluyeran un sauna, piscina, juegos, cosas así no, pero sobre todo la seguridad también es muy importante.

Marycruz: Pregunta 7.- ¿Tenía conocimiento que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Considera usted que todas las aerolíneas deberían considerar un servicio exclusivo para esta comunidad y si es así que le gustaría que se implemente?

Luis: No sabía que había actualmente eso, pero estaría bacán no, seria chévere para la comunidad gay, me gustaría quizás que se implemente promociones para la comunidad.

Julisa: Pregunta 8.- ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?

Luis: Yo creo que el solo de echo de ver cómo te miran, como te observan al momento que solicitas un servicio ya es bastante, a mí no me ha pasado, pero si tengo amigos que lo han experimentado.

Marycruz: Pregunta 9.- ¿Cuántos días destina cada año para tomar sus vacaciones? ¿A qué destinos prefiere viajar?

Luis: Bueno yo suelo viajar, dos veces al año en vacaciones, maso menos una semana. Me gustaría viajar más es al norte sí.

Julisa: Pregunta 10.- ¿Qué parte de su ingreso suele usar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, salir a bares, comer en restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine y al teatro.

Luis: No soy de salir mucho a bares y discotecas, soy más de hacer reuniones en casa, y de mi sueldo aproximadamente será un 10 % que invierto en ello no.

Marycruz: Pregunta 11 ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

Luis: Pienso que el norte, los destinos de sol y playa.

Julisa: Pregunta 12.- ¿Qué tipo de experiencias busca el turista LGBT?

Luis: Diversión, conocer gente y pasarla bien.

Marycruz: Pregunta 13.- ¿Considera que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología Gay Friendly en Lima?

Luis: Definitivamente si, somos una comunidad bastante amplia que genera también ingresos y que puede ser un público muy lucrativo.

Julisa: Muchas gracias por tu tiempo.

Marycruz: Gracias por la entrevista.

Duración de entrevista: 17 min

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 06

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Medina Ramirez-Marycruz
Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 11/09/2020

Miembros de la comunidad Lgbt

Fecha de llenado de ficha: 13/09/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Ana Maria Torres

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Transcripción:

Julisa: Ana Maria coméntanos, sueles hacer turismo, que te llama la atención momento que haces turismo, cuéntanos un poquito sobre ti

Ana Maria: (ehhhh), yo viajo una vez al año quizás, ¿no? Usualmente al interior del país, si he viajado al exterior ha sido por cuestiones académicas, y casi no compro paquetes turísticos, suelo hacer turismo por mi propia cuenta (ehhhhhh), bueno porque es caro no? Comprar paquetes a veces y porque no conoces no la calidad de los guías, este y bueno si viajo sola (ehhh) es diferente si viajo con mi compañera que es mi pareja, este porque evidentemente cuando uno viaja en pareja, hay muestras de afecto no como abrazos, agarrarse la mano, entonces este eso de alguna manera uno no sabe cómo la población toma esas muestras de afecto, entonces muchas veces por temor, no hay una muestra física de afecto, un pico por ejemplo, no, pero si hay un abrazo de pronto no, porque un par de amigas también se abrazan, bueno entonces en general no en líneas generales para responder las preguntas (ehhhh) he hecho turismo poco, no soy mucho de viajar como pueden observar, viajo una vez al año y he y salido al exterior fue por cuestiones académicas, cuando he viajado al exterior he hecho un breve tour ya sea por la Ciudad, ya sea por una amistad que reside en ese lugar o ya sea contratando un paquete turístico pero el más barato no?

Julisa: Un City Tour por decir así para conocer la ciudad

Ana Maria: Sí, una cosa para conocer de 3 horas, pero sola no, como esa oportunidad que viajé a México, fue un tour de 3 horas y fui sola el guía y yo nada más.

Julisa: Pregunta 1.- ¿Qué opinas sobre la homofobia en relación al Turismo Gay Friendly? ¿Has tenido alguna experiencia?

Ana Maria: (*Ehhhhh*), la homofobia?

Julisa: Sí, si la homofobia

Ana Maria: Bueno la homofobia está generalizada no? Yo creo que vivimos en una Sociedad que no nos permite respetar la diversidad, entonces ante esa falta de reconocimiento y de respeto más bien, se vulneran no? Las identidades de gays y lesbianas, transexuales, son parte de esa vulneración no? Sufren, entonces, bueno yo de verdad las personas que puedo conocer el 80% o 90% podrían ser homofobas, incluso (*ehhhh*), apañar no? Apañar comentarios de violencia o de estereotipos hacia las identidades de gays, lesbianas, trans, este también es homofobia y todas las fobias, este no solo decirlo no? No solo pensarlas abiertamente, sino reírse, aplaudir, ¿celebrar no decir incluso no?, callarse, pero eso está bien generalizado, ósea casi nadie se da cuenta, ¿porque bueno a mi parecer como vivimos en esta estructura de violencia y de falta de posicionamiento de críticas y de diversidad este se produce eso no? Afortunadamente no he tenido ninguna experiencia sobre ella.

Marycruz: Con respecto a tus experiencias anteriores (*uhmmmm*) Pregunta 2.- ¿Qué medidas puedes proponer para convertir en Lima un destino Gay Friendly?

Ana Maria: (*Ehhhh*) en primer lugar yo creo que todos los tours deberían tener una capacitación en enfoque de género y en respeto a la diversidad, como hay que respetar a las personas de color no? A las personas mayores, a los niños, ¿a las mujeres no? A veces el guía se pasa de ofensivo y lanza un comentario como hay mira qué bonita la señorita no? Su cuerpo, entonces nadie le está pidiendo una opinión ni de su cuerpo ni qué bonita no? Ósea hay que guardar los respetos siempre entonces, para todo eso una capacitación en enfoque de género, el respeto a la diversidad, básico no? Para todos, pero aparte de la opción, ósea yo le encuentro un doble filo a la propuesta del turismo gay friendly o Lgtb friendly, comenzamos con lo malo no? Jajajaja le veo de una manera

excluyente, en su afán de ser excluyente es incluyente porque estamos segregando no? Es como decir vamos a ser un turismo para los negros, como la gente blanca no le gusta ver muchos negros no? Les causa algo, entonces hagamos un turismo negro, entonces en ese turismo negro van a ir todas las personas que quieran (**esteeee**) que son negras no, pero también aquellas personas que bueno si quieren no opcionalmente si son blancas, cholas, mestizas si quieren vincularse con personas negras, entonces yo siento que de alguna manera que es una propuesta segregacional, que deberían de confluir por su diversidad porque en la sociedad todo el mundo confluente, convive los unos con los otros entonces de alguna manera en el micro del turismo que es un ejercicio de convivencia para el macro que es la sociedad en general, entonces desde ese lado lo veo como un mecanismo de segregación, pero por el otro lo veo también ósea si me pongo a pensar las cosas buenas que puedan salir de una propuesta exclusiva no? Porque es una cuestión exclusiva y exclusivo hablando en términos a excepción de segregar, pero también de algo top, algo sinigual, algo muy cotizado de pronto no? Lo veo también como una oportunidad para que la comunidad de Lima se junte y se conozca para que genere lazos, vínculos, para que se encuentre con otras personas aliadas, interesadas en vincular con la comunidad.

Marycruz: Disculpa entonces lo que tú propondrías es eliminar esas ideas de las personas que tienen equivocadamente sobre el turismo sobre la comunidad Lgbt.

Ana Maria: ¿Les decía no? A qué propuesta se refieren, a que turismo se refieren cuando me hiciste la pregunta por la comunidad Lgbt.

Marycruz: Claro como lo acabas de decir, tú tomarías sería eliminar esos estereotipos que tiene la sociedad frente a la comunidad Lgbt.

Ana Maria: Si, pero no es tan fácil, es un proceso. Ósea lo ideal sería que todos puedan disfrutar de un turismo libre sin necesidad de segregar, pero la coyuntura la situación no lo permite, si bien es cierto se pueden tomar ciertas medidas, estas son medidas que van a mitigar la violencia, la discriminación, la homofobia en un 10% no? Pero no lo van hacer en un 100% no? Entonces es un trabajo en conjunto no? Desde la educación ósea todo desde el gobierno tiene que salir una propuesta general ¿Cómo se llama el órgano el Ministerio del Turismo? Ya desde ahí quizás una propuesta general que todo el mundo pueda capacitarse en

enfoque de género, en no violencia hacia cualquier persona no? Sobre todo, a personas vulnerables o comunidades vulnerables ahí habría que generar una estrategia y que todos los guías se capaciten, pero también revisar el discurso, porque si mi discurso de hacer mi guía turística decirles a las personas que van a tomar el tour decirle ahhhh a esta la llamamos la lluvia gay, una forma diferente de decirlo, no decirlo así, decirlo bueno los pobladores de acá lo llaman así pero bueno no? Ya sabemos que no debemos burlarnos de las personas hay que aceptar la diversidad.

Marycruz: Pregunta 3.- ¿Has sufrido algún tipo de discriminación? ¿Qué hizo para afrontar la situación?

Ana Maria: Cuando hemos hecho con Malu quien es mi compañera, me parece nos hemos ido a la selva, hicimos muchos tours en un grupo de amigos en parejas, este y ahí fue un poco más complicado, a veces las personas con las que están y a eso me refería un poco con la calidad de los guías, si las personas que están ahí haciendo la visita tienen actitudes un poco no sé si llamarlo machistas o homofobas, no sé muy bien cómo llamarles, pero tiene comentarios impertinentes no? que se basan en estereotipos, entonces esteeee este guía que nos tocó en la selva (*ehhhhh*) empezó a contarnos, la lluvia macho, la lluvia hembra, la lluvia gay y le preguntaron ¿Por qué la lluvia gay? Y este dijo a porque sale un ratito y se esconde, ¿entonces claro la mayoría de personas se ríen no?, pero no sé yo particularmente pensé en críticas no? Ahhhh se está refiriendo no? ¿De esa manera no? Bueno antes este mal rato, yo solamente mire a mi compañera, ¿nos miramos no? (*Ehhhhhh*) con la mirada nos dijimos asu que mal, que pésimo y bueno yo dije no? ¡Ni más! ¡Ni más!, nunca más venimos a este tour, tampoco hay que recomendarlo, porque mal que no haya respeto, no saben si dentro hay una pareja gay, ósea pone a reír a pocos o a muchos de pronto dañando la opción de uno no?

Marycruz: Fue un comentario inoportuno.

Ana Maria: Claro, claro que no debería darse no? Porque las personas no saben Si hay personas de la Comunidad Lgtb dentro de un grupo no? Y de pronto están haciéndoles sentir mal, bueno a mí me dio cólera, jajajaja

Julisa: Claro por uno no sabe con qué personas están compartiendo y pueden dañar susceptibilidades más que todo.

Ana Maria: Si pues porque no es que vayas por el mundo diciendo yo soy lesbiana, yo soy gay, yo soy trans a eso me refiero.

Julisa: Pregunta 4.- ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?

Ana Maria: Claro, si se adapta, lo que sucede es que la identidad de género es ver con que te vinculas no, por ejemplo, yo me identifico con la identidad de mujer y yo asumo mi identidad de mujer, pero de pronto hay una persona trans no? Que al nacer se le dio la identidad de hombre, pero ella decide hacer su transición a ser una mujer trans.

Marycruz: Pregunta 5.- ¿Qué difícil es para el turista LGBT integrarse en base a un grupo social en la ciudad de Lima?

Ana Maria: Yo creo que parcialmente si, ya que genera la duda de sufrir algún tipo de violencia en esta experiencia de hacer turismo o si no de si quieres la tienes en cuenta y la sufres te quedas con esa desazón no me atrevería a decir que completamente sí, pero creo que sí, parcialmente si no.

Marycruz: Pregunta 6.- ¿Considera usted que en Lima se debería aperturar Hoteles para el colectivo LGBT? Si es así, qué servicios le interesaría se incluyeran.

Ana Maria: Yo creo que el servicio principal es la amabilidad y reconocimiento jajajja, no sé qué mas no? Ósea tampoco sé qué tipo de hotel, hotel para pasar la noche o un hotel para ir a tener una relación sexual o un hotel para hacer turismo no? No sé qué tipo de hotel. Yo creo que se incluiría todos los servicios que tiene un hotel no? No tiene que, a ver mayor diferencia, entre un hotel de 3 o 4 estrellas, ósea lo que tiene las características de un hotel de 3 o 4 estrellas, pero solamente enfocado en la comunidad Lgbt, ósea no tiene por qué a ver mayor diferencia, ahora personalmente a mí que me gustaría cosas que necesito no? En mi vida, porque llevo una vida un poco estresada un servicio de spa, un servicio de masajes quizás un espacio de karaoke porque me gusta cantar no? Para intercambiar, para tomarnos un par de traguitos y luego ir a descansar, una piscina, esas cosas me gustarían.

Marycruz: Pregunta 7.- ¿Tenía conocimiento que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Considera usted que todas las

aerolíneas deberían considerar un servicio exclusivo para esta comunidad y si es así que le gustaría que se implemente?

Ana Maria: Yo creo que es una medida para fomentar el comercio, jalar clientes obviamente no pero no le veo de malo no, ósea también históricamente la comunidad Lgbt ha sufrido la violación de sus derechos humanos, porque se les ha considerado ciudadanos de segunda categoría, en base a esos hechos históricos no? También reconocer en la actualidad y fomentar un discurso inclusivo. Si considero que las aerolíneas deberían considerar un servicio exclusivo para la comunidad Lgbt, ósea es una gran estrategia de verdad.

Julisa: Pregunta 8.- ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?

Ana Maria: Uhmhhh no sé si al momento de solicitar haya un problema, ósea yo nunca he tenido un problema solicitando salvo venga el paquete completo con alojamiento también entonces **(esteeeee)**, a veces hay mucha vergüenza en decir no somos dos y queremos una habitación matrimonial, pero te dicen hay habitaciones simples entonces como le dices de pronto que somos pareja o que le importa si somos o no somos, no se hay muchas al alrededor jajaja, creo que es lo único que se me ocurre así previo no? pero en caso que el paquete sea así como completo no con alojamiento, hotel incluido, si es solo turismo o una guía turística no sabría qué problemas podría presentarse, siento que más problemas quizás al final algún disgusto con la persona que brinda el servicio.

Marycruz: Pregunta 9.- ¿Cuántos días destina cada año para tomar sus vacaciones? ¿A qué destinos prefiere viajar?

Ana Maria: Yo creo que un par de semanas es suficiente, usualmente viajo a lugares donde no he ido antes, depende mucho también de que es lo que yo necesite no? Si necesito sol o si necesito frio, usualmente siempre necesito sol y agua jajaj, pero tampoco me gusta el calor abrumador, sino el calorcito húmedo entonces creo que prefiero más los destinos tropicales como la selva no? Pero también podría ir a la sierra en verano que de alguna manera hay solcito también rico y hay aguas termales, creo que me animo más por la selva y la sierra más que la costa, no sé si es porque ya vivo en la costa y no le encuentro como gracia.

Julisa: Pregunta 10.- ¿Qué parte de su ingreso suele usar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, salir a bares, comer en restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine y al teatro.

Ana Maria: De mis ingresos al mes, bueno ahora las cosas han cambiado pero antes cuando se podía salir gastaba 100 soles a la semana no? No era mucho, sobre todo se iba en transporte para ir a esos lugares, pero *(ehhhh)* dentro de mis ingresos es el 20 % probablemente.

Marycruz: Pregunta 11.- ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

Ana Maria: (Uhhmm) no sabría decirte acá en Lima porque no he hecho mucho turismo en Lima, no sé porque quizás ya lo he dado por aceptado, como que ya vivo acá. Yo supongo que la comunidad gay va a bares o discotecas en Miraflores o Barranco, esos creo que son los distritos y los lugares no y uno que otro hotel, claro para ir a desayunar de pronto.

Marycruz: Pregunta 12.- ¿Qué tipo de experiencias busca el turista LGBT?

Ana Maria: Yo supongo que estar tranquilos y divertirse al mismo tiempo, como encontrar un lugar tranquilo y también encontrar diversión.

Julisa: Ana Maria, ya para finalizar esta entrevista tenemos una última pregunta Preguntas 13.- ¿Considera que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología Gay Friendly en Lima?

Ana Maria: Si, creo que sí pero también tomando como criterio algo de donde va a venir esa intención en abrirse a la experiencia de la comunidad Lgbt, si va desde el punto de hacer plata o si también hacer activismo empresarial, activismo social, político justamente al abrir las puertas de su empresa a cierta comunidad renegada social e históricamente también demostrarles a esas personas que son homofobas o cometen actos de discriminación, que no tiene por qué ser así no? Yo lo veo más que lo hagan por el simple marketing deberían hacerlo también porque es importante para la ciudadanía el reconocimiento.

Marycruz: Si, nosotras hemos investigado mucho sobre el tema con Julisa no? Y hemos podido ver que en España es un país muy abierto a la comunidad Lgbt, y en ese país apuestan más las marcas por ofrecer productos exclusivos para ellos ya que es un colectivo muy amplio y no escatiman en gastos.

Julisa: Bueno Ana Maria esta seria por ahora la entrevista, agradecemos mucho tu tiempo en verdad y no se algo que quisieras agregar.

Ana Maria: (Uhhmm) creo que esa experiencia que relataba un poco Marycruz favorable, debería ser un trato general, no solo en hoteles de 3,4 y 5 estrellas, en donde la gente paga una buena cantidad de dinero también para que los atiendan bien, incluso en el hotel donde el servicio turístico cuesta 20 soles que sea incluso para gente que sea clase baja, porque la dignidad bueno desde donde yo vengo y yo estudio Filosofía, como que toda mi experiencia me enfoco en que todas las personas tenemos dignidad y por lo tanto debemos estar siempre informados para justamente respetar y valorar esas diferencias por que es importante ese reconocimiento, no solamente quienes tienen plata y poder sino para todos.

Julisa: Bueno Ana Maria gracias por tu tiempo y cualquier cosa estamos en contacto.

Marycruz: Si, muchas gracias por todo.

Duración de entrevista: 50 min

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 07

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Medina Ramirez- Marycruz Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 13/09/2020

Miembros de la comunidad Lgbt

Fecha de llenado de ficha: 15/09/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Giuliana Cortez

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Transcripción:

Julisa: ¿Con que frecuencia sueles hacer turismo? Cuéntanos un poco

Giuliana: (Ehhhhh) bueno acerca de mi vida personal creo que soy la que jajaja me encanta viajar un montón, soy la que creo que manejo imágenes, porque aprecio demasiado la naturaleza lo que esta acá en Perú no, lamentablemente hay lugares que no son tan conocidos que te enamoras al momento de ir no? Y creo que hay que compartirlo y se me ha dado la oportunidad y aprecio cada momento no?

Julisa: Giuliana y ahora yendo ya un poco más al tema de la comunidad gay
Pregunta 1.- ¿Qué opina sobre la homofobia en relación al Turismo Gay Friendly? ¿Ha tenido alguna experiencia?

Giuliana: Bueno más que todo la homofobia yo creo que es más que todo en el tema del turismo, hay mucho personal que no está capacitado y lo puede manejar, si bien es cierto una persona que está basada al área de turismo va siempre a lo servicial, más aún si estas en un centro de un restaurante o un hotel o algún lugar de entretenimiento lo primero que por ahí puedes escuchar un comentario que quizás no se sea yo diferente a esa persona, haga un comentario X no, donde quizás ese tipo de comentarios deberían reservarse por ultimo si no tienen ninguna alguna tolerancia, quizás necesitan capacitaciones para poder realizarlo, y así sean cualquier tipo de género o respeto a algún comentario no?

hacia no es que sea algo confidencial, si algo no les agrada o por ultimo evitar comentar ya que puede dañar a otra persona.

Marycruz: Pregunta 2.- ¿Qué medidas puedes proponer para convertir en Lima un destino Gay Friendly?

Giuliana: Ah ya si me hablas de destinos Lgtb ya hay lugares de un entretenimiento Lgtb, he visto en realidad grupos en redes sociales más que todo en este 2020 y más aun con coyuntura antes de pasar esto, hacen viajes se reúnen para poder realizar algún viaje en el Perú no? Es lo que mayormente he visto, se van en grupos y es lo que se puede actualmente ir no, yo creo que hoy en día lo que uno bueno a la edad que yo tengo posiblemente tenga que ir a viaje para salir de la rutina no? Más que todo eso porque todos trabajamos, estudiamos y nuestro tiempo está ahí, pero acerca de entretenimientos, por ejemplo, podemos encontrar discotecas, también hay hoteles sí creo que no soy muy conocidos, pero si los hay, que también es de la comunidad Lgtb, que casi no siempre no e incluso lo puedes encontrar en las redes sociales de la comunidad, se reúnen hacen reuniones para poder hacer un viaje o X no? Y que quizás con algún tipo de comunidad que impulse no? Por ejemplo, también está el teatro, que incluso que el año pasado también participe, que tuve la oportunidad de entrar al teatro de Lima no? No perdón Ricardo Palma, pero si, no es así como que guauuu pero si, que todos los meses lo hagan pero si como pueden ver, se ha visto que ya se están abriendo, no es como uno quisiera pero también por esa parte es como que se, hay un buen inicio se está empezando.

Julisa: Ahora Giuliana, tu nos comentabas que antes de la coyuntura tu solías viajar te gusta y todo eso, Pregunta 3.- ¿Has sufrido alguna vez algún tipo de discriminación haciendo Turismo? ¿Qué hizo para afrontar la situación?

Giuliana: Bueno en realidad tuve un viaje, (...) fue en la universidad que un profesor hizo un comentario, pero creo, ósea me pudo incomodar, me pudo fastidiar, me pudo doler quizás un comentario que hizo como que (...)

Julisa: Si me acuerdo

Giuliana: Jajaja, si y creo que tú estabas presente ahí cuando hizo el comentario, no me gusto porque fue muy desatinado y yo soy la típica persona que jamás he sido confianzuda con alguien no? Pero bueno, hizo ese comentario, me pude

haber sentido incomoda, pero bueno también creo que **(ehhhh)** no lo esperaba tampoco de ese profesor en verdad (...) creo que ósea con el tiempo va a comprender que ósea creo que todos, ósea hay una parte que no puedan entender quizás mi orientación sexual pero que existe personas que aún no lo entienden y si lo entienden todavía no se adaptan a eso entonces yo quiero dejar en claro que al estar en una comunidad o al identificarte con otra de orientación sexual no quiere decir que dejo de ser una persona humana me refiero que yo tengo los mismos valores que puedo tener las mismas habilidades, no a todos pueden meternos en el mismo saco, ósea quiero que se quiten este tipo de concepto porque creo que ese es el concepto que tenía el profesor no, a que me refiero por ejemplo, yo creo que muchos en verdad tenemos ese tipo de mentalidad que por ser lesbiana tengo que vestirme o tener el cabello corto como un hombre cosa que no es así, yo tengo muchas amistades que hoy por hoy son lesbianas y vas a verlas femeninas y en verdad son muy femeninas igualmente con respecto del hombre no, mayormente son más tachadas a un hombre, a que me refiero a un hombre porque si tú vas a decirle a tu papá, papá soy gay lo que va a pensar el papá es que a mi hijo se va a empezar a vestir de mujer cosa que no es así, está mal, está mal determinado aquí ver las palabras y por eso siempre creo que cuando he tenido una conversación con amistades del tema no siempre les he explicado, una cosa es ser transgenero, otra cosa es ser lesbiana, otra cosa es ser gay y muchas cosas no? O sea yo si te digo de frente tengo muchos amigos de todo tipo de orientación sexual y les digo lo que es y lo que no es y eso es lo que yo pude comprender con este profesor que hizo ese comentario no? Que fue desatinado sí, pero también pude comprender que de repente estábamos con esa idea aun de que es un término no? Oye si entonces tiene que pensar de esa forma, yo creo que no tenía nada que ver, pero bueno espero que más adelante en verdad jajajajaja, evito tener contacto con este profesor, pero este bueno pues alguna vez se adaptara a este cambio, es lo que puedo decir, **(esteeee)** creo que hoy en día lo que me preocupa o quizás lo que a mí me pueda importar y es quienes me rodean no y creo que mis amistades que son las que me han conocido saben que fuera de mi orientación sexual que puedo tener yo sigo siendo la misma Giuliana Cortez que me conocen y eso es lo más a mí me importa no? Y lo digo por ese comentario que, fue incomodo fue triste si, de

un profesor no, este, lo dejo a su criterio no, quizás más adelante o pueda comprender no, siempre, a ver, yo creo que ahorita con esta coyuntura que estamos viviendo yo creo que no estamos, bueno yo al menos trabajo en casa no.

Julisa: Claro te entiendo.

Giuliana: No salgo, bueno por este tema no, pero creo que a veces es bueno abrir un libro no? Y leer un poco no? ¿Ver una noticia no? Si bien es cierto el internet no es un tema de guauuuu, hay partes que son interesantes no, yo veo, leo, un tema que quizás no estoy muy informada, porque a mí también, si bien es cierto yo puedo pertenecer a una orientación, pero también anteriormente no sabía algunos términos y con el tiempo los fui, los fui quizás leyendo de un internet, de alguna entrevista, y ahí pude comprender no, porque también tenía esa contrariedad no, pero bueno es así, eso fue lo que paso, y eso fue lo que me paso de la experiencia que tuve en ese viaje.

Marycruz: Pregunta 4.- ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?

Giuliana: Yo creo que en estos tiempos el Turismo se adapta para todos, para la necesidad que tiene cada persona, si bien es cierto no acá en Lima, pero sí sé que en otros países si se adaptan sobre todo con el turista gay que es un turista que disfruta mucha haciendo turismo y que obviamente va a ir a lugares donde se sientan comprendidos.

Marycruz: Pregunta 5.- ¿Qué difícil es para el turista LGBT integrarse en base a un grupo social en la ciudad de Lima?

Giuliana: Hoy en día pueden ver una marcha y vas a ver a más jóvenes que de mi edad, por ejemplo, yo tengo 28 años de acuerdo y esa palabra se aterrorizaban para cualquiera incluso creo que los que tiene o pertenecen del año 1990 en adelante, había ese chip de temor del que dirán, incluso frente a tus padres no? Hasta ese momento, pero si tú vas a una marcha Lgtb, vas a ver a madres de familia junto a sus hijos, junto a su familia ósea vas a verlo ahí, yo creo que actualmente ese ambiente se ha vuelto más liberal no, ósea que chévere que tu mamá o tu papá te apoye o lleven algún tipo de polo que exprese el amor que tiene a su hijo no? Ósea si hay acá en Lima, porque si siento que ahora, la

juventud de ahora, ósea hablo de los chicos de ahora que tienen 14 o 15 años están llevando no.

Julisa: Ahora Giuliana tu nos habías mencionado que, si tienes conocimiento de que existen algunos hoteles para la comunidad Lgbt, pero que no son muy conocido cierto?

Giuliana: Si, claro.

Julisa: Pregunta 6.- ¿Considera usted que en Lima se debería aperturar Hoteles para el colectivo LGBT? Si es así, qué servicios le interesaría se incluyeran.

Giuliana: Claro con respecto a este tipo de hoteles, más que todo por el personal, como lo vuelvo a mencionar, por ejemplo, yo he llegado a conocer a dos, uno por Miraflores y el otro en Lince y el personal actúa normal, no te quedan mirando o, por ejemplo, de oye que está pasando acá, o sea por el hecho de que vas a utilizar sus servicios, ahí dentro cosas que pueda tener, por ejemplo algún restaurante, algún ambiente de algún karaoke, que sí me ha gustado por el tema de que son personas que están justamente capacitadas, al servicio no, a la atención porque aunque no lo creas no solo ser amables si no es que también importa mucho el tema corporal, cuando alguien esta incomodo, o cuando alguien no le cuadra ver, se les nota el tema corporal o X, entonces en esa parte **(esteeee)** creo que en cualquier parte o cualquier establecimiento parte del servicio de ver el tema servicial no, exacto que sea A1 como que cualquiera que uno pueda ir, porque está pagando por un servicio y pueda recibir la mejor atención, que sea un tema totalmente abierto a los de más porque hay algunos que no no?, por ejemplo, hay muchas familias hoy en día que Lgtb que tienen familias, tienen hijos, tienen todo y esos hijos están actualmente **(esteeeeeee)** a ver cómo te lo puedo comentar , por ejemplo dicen (los niños) tengo dos mamás o tengo dos papás y lo ven normal no? Y eso es debido a que por ejemplo esas amistades que yo tengo que tienen familias, son profesionales son psicólogas **(esteeee)** pero bueno yo lo veo más por el tema servicial no? El tema de atención.

Marycruz: Seguimos con la entrevista, Pregunta 7.- ¿Tenías conocimiento que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Considera usted que todas las aerolíneas deberían considerar un servicio

exclusivo para esta comunidad y si es así que le gustaría que se implemente?

Giuliana: Me estás hablando de aerolíneas no, **(esteee)** yo creo que las aerolíneas toman solamente el tiempo de regirte al lugar que vas en realidad, porque yo por ejemplo he tenido la verdad de viajar y la verdad que no he encontrado algún tema desagradable, todo lo contrario, no, ahí vas a que su atención es sumamente chévere, ósea es A1no? No me ha pasado alguna mala experiencia felizmente pero no yo creo que no tomaría mucho tiempo por el transcurso del viaje, porque son dos horas, claro si es acá en Perú no, pero en otros países es lo mismo porque creo que solo es el tema de traslado no cuando vas a otro país, duermes entonces creo que no entraría, es como que yo creo es como tomar otro bus, considero que no por ir en un avión y vas a ir de un lugar a otro, yo creo que sería un tema promocional si para captar a más personas, ahí si yo consideraría que pucha no así como actualmente hay el tema para poder escoger algún descuento así hay, yo creo que por ejemplo el día Del Orgullo, pueda generar el tipo de descuento de alguna promoción, de mira te llevamos a tal lugar y que eso también incentiva al turismo en el Perú, porque si bien es cierto los sitios más recurrentes son Arequipa y Cuzco y la parte del norte no entonces sería promocionar a otros lugares no, actualmente en la comunidad Lgtb invierten el dinero no? Más que todo.

Julisa: Pregunta 8.- ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?

Giuliana: ¿En una agencia de viajes? Yo creo que sigo hablando sobre el tema de servicios, lo que pasa es que a veces hay lugares que a veces uno quiere regir, y yo entiendo que a veces quieren proteger sus empresas, de acuerdo, ese es el tema de, de la discriminación no? Hoy en día, si es penoso, he visto muchas noticias donde miembros de la comunidad (Lbgt) cogen algún tour y han sufrido algún tipo de discriminación, simplemente porque tenía que estar acompañado con otra persona o simplemente quería compartir la habitación con otra persona y X cosas, porque la persona no estuvo de acuerdo que esa persona estaba aquí, se sintió no se pues sintió incomoda, y siempre pasa eso no, más aún si vas a un lugar donde vas hacer un tour y pasas nose agarrados de la mano y dicen oye que está pasando aquí, es lo que yo siento no, y las agencias de viaje evitan ello,

ósea yo creo que por ese tema se va mas, por un tema de discriminación creo yo que afectaría a todos y como veras las redes sociales son como un boom y lanzan la noticia casi siempre y todo el mundo se entera de lo que pasa.

Marycruz: Pregunta 9.- ¿Cuántos días destina cada año para tomar sus vacaciones? ¿A qué destinos prefiere viajar?

Giuliana: Hoy en día, bueno este año ya lo doy por perdido no, pero a mí me falta conocer la selva, yo conozco de echo la parte costa y sierra, pero la selva es algo que aún no conozco y sé que hay muchas cosas bellas no y siempre los tiempos que yo me tomo acerca de hacer un viaje **(ehhhh)** es de 4 a 7 días máximo.

Julisa: Pregunta 10.- ¿Qué parte de su ingreso suele usar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, salir a bares, comer en restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine y al teatro.

Giuliana: (Uhhmm) bueno las veces que he tenido la oportunidad si me iba a bares de la misma comunidad y un fin de semana o cuando tenía fin de ciclo de la Universidad que es lo que yo hacía, no todas las veces, pero es como cada 5 meses o alguna actividad, si, realizo algún tipo de, bueno este año no, hablo del 2015, si lo he hecho en realidad, como zona de relajar, como lo vuelvo a repetir, creo que la mayoría de todos nosotros que trabajamos y estudiamos no se las 24 horas del día, que bueno si, a mí me dicen turista en mi casa porque no paro, aunque este año si porque trabajo desde casa, pero destino un 20 % de mi ingreso a salir con amistades no sea a tomar algo o comer algo.

Marycruz: Pregunta 11.- ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

Giuliana: He visto bastante el norte, y también he visto mucho el tema de Cuzco, yo creo que por lo mismo que nosotros **(esteeee)** es el ombligo del mundo, pero si he visto bastante de la toma de foto que se puede realizar, incluso tengo amigos que han venido al Perú justamente de ir a Cuzco y conocer Machu Picchu y también el norte no, en el norte también hay discotecas que por ejemplo una vez fui a Trujillo y encontrado una discoteca no, igualmente acá en Lima también he visto.

Marycruz: Pregunta 12.- ¿Qué tipo de experiencias busca el turista LGBT?

Giuliana: Yo creo que buscan exigencia, por lo mismo que ellos, nosotros invertimos nuestro dinero, la comunidad más que todo, la atención, el lugar, yo creo que todo va más por la comunidad, y la seguridad también que es algo que por lo mismo te digo no siempre van un grupo de personas que pueden ser de 5, porque he visto no y quizás también he participado no.

Julisa: Ahora, ya para culminar, nuestra última pregunta sería **Pregunta 13.- ¿Considera que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología Gay Friendly en Lima?**

Giuliana: Si, la verdad que sí, es muy bonito ver algún tipo de detalle que puedan abrir en este mercado no, por ejemplo, y que en verdad se pueda dar con el transcurso del año, por ejemplo, he visto marcas, que han ido a las marchas por ejemplo Luder que son unos carteles hermosos y que lo sigan pasando claro que lo tiene que capacitar al empleador no, a la empresa en sí, he visto también que hoy en día, influencers que creo que eso también van a la comunidad a la comunidad Lgbt que van a las marchas, pero al siguiente día se burla, ósea que no sean hipócritas, por ejemplo que viene empresas y se dan cuenta que la comunidad Lgbt es grande entonces si quieren promocionarse en verdad que lo hagan y que no digan voy a perder un grupo de personas por a ver apoyado a la comunidad Lgbt.

Julisa: Bueno Giuliana, hemos terminado la entrevista no sé si quisieras dejarnos algún comentario

Giuliana: Muchas gracias por la entrevista y que les vaya súper en su tesis, gracias

Marycruz: Gracias a ti

Julisa: Gracias

Duración de entrevista: 28 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 08

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Cecilia Medina Ramirez - Marycruz Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Miembros de la comunidad Lgbt

Fecha de la entrevista: 11/09/2020

Fecha de llenado de ficha: 13/09/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Yimi Xeng

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Transcripción:

Julisa: ¿Si ahora coméntanos sueles realizar turismo, más o menos con qué frecuencia?

Yimi: Bueno normalmente antes de la pandemia si viajaba a algunos lugares, incluso he viajado (**eeee**) con los chicos de la carrera también...

Julisa: ¿De la universidad?

Yimi: Si, de la universidad

Marycruz: ¿Y cómo ha sido tu experiencia? ¿Frente al turismo, bueno, malo, regular?

Yimi: Muy buena gracias a Dios, todo bien me he divertido y si la verdad es muy bonito el turismo.

Julisa: **Pregunta1. (Hee), ¿Cuéntanos qué nos puedes decir acerca de la homofobia en el turismo y si alguna vez has tenido alguna mala experiencia, referente a la homofobia?**

Yimi: En realidad el tema de la homofobia muchos sabemos que es algo absurdo ¿no?, es algo que no debería existir a estas alturas, pues ¿no? Muchas cosas malas existen aún, y con el tema de experiencia haciendo turismo, si uno que otro comentario homofóbico pero (**mmmm**) yo no lo tomo en cuenta en sí y bueno hay gente que a veces te queda mirando porque a veces vas a un lugar donde

no solamente encuentras a un chico como Yo talvez, ustedes saben que incluso hasta entre los homosexuales existe la homofobia ya que sea de sexo femenino existe también la masculinidad toxica, incluso entre nosotros nos solemos discriminar y por allí te quedan mirando, gente que no suelen ver a un chico como yo, ustedes saben que como es mi estilo, entonces te quedan mirando **(eee)** se expresan en el oído que y se burlan de mí, me ha pasado y gracias a Dios que tengo una actitud que en la cual puedo asumir este tipo de actos no?! Que la gente me suele hacer, bueno que también como ustedes saben no hago nada malo y cuando va a hacer turismo trata de visitar el lugar cien por ciento.

Julisa: Si es verdad

Marycruz: Pregunta2. (Ujumm) y ¿Qué medidas puedes proponer para convertir el turismo gayfriendly en Lima?

Yimi: ¿Más que todo **(eee)** a ver qué medidas? **(mmm)** que la municipalidad tome cartas en el asunto que esto es un problema que no se resuelve y que tiene años, supongo que tiene muchos años en donde solo se excusan con verte nada más entonces, hay personas que no lo toman en cuenta y que no quisieran hacer nada por el turismo gayfriendly talvez, como hay personas que aparentemente se ven gays y son personas gays no?!, me gustaría que las municipalidades pues no?! Pongan cartas en el asunto con el tema de la homofobia por las personas que a la vista nos vemos gays, pues no?! que nos faltan al respeto, pues creo que todos somos seres humanos y creo que si realizamos cualquier actividad, bien sea turismo, ya sea una visita a un museo, porque a homofobia sigue, en realidad la homofobia está presente en cada momento, incluso puede ser algo o cualquier cosa que de repente te empiezan a insultar o realizar insultos no?! A mí no me afecta no?! Pero hay personas que sí.

Julisa: Claro...

Julisa: Pregunta 3. ¿Y cuéntanos de repente has sufrido algún tipo de discriminación haciendo turismo? ¿Bueno de repente en lo general y qué hiciste para afrontar esta situación?

Yimi: **(mmm)** bueno lo único que sí, si por allí como les comente previamente , algún comentario homofóbico, pero solo lo escucho y ustedes al comienzo yo no sabía de algunos comentarios, como yo viví en Japón, pero yo soy bien peruano, pero ustedes saben que yo viví en Japón y como que ya iba entendiendo algunos

términos , entonces como que así, que ahora ya entiendo pues ya me da igual , pero de que he hecho algunas veces si me he tenido que defender solito (**eee**) lo que es llamarle la atención a la persona que me ha maltratado, entonces cuando me mude acá si he recibido algunos insultos pero si les he llamado la atención, porque no nos vamos dejar pisotear por nadie.

Julisa: Claro...

Marycruz: Pregunta 4. ¿De qué manera el turismo de puede adaptar a la identidad de género?

Yimi: El turismo se adapta para todos, ya la comunidad gay creo yo es reconocida, y las personas que haven turismo buscan llegar a todos a pesar de su orientación creo yo.

Julisa: Pregunta 5 ¿Qué difícil puede ser para un turista LGBT a la base de un grupo social en la ciudad de Lima?

Yimi: En la ciudad de Lima, de hecho, en la ciudad de Lima hay un poco más de tolerancia, ser porque (**eee**) el ciudadano en Lima es un poco más liberal como se puede decir pues ¿no? Como que también entiende que si existe que hay el tema de la discriminación porque incluso yo he salido así con amigos, también en la misma universidad ha habido discriminación y no solamente haciendo turismo, pues como les digo, así como ustedes me han estado preguntando acerca del turismo si, existe aun la discriminación en lima porque yo no me explico porque sigue habiendo este tipo de actos de discriminación, osea a las personas como nosotros....

Julisa: Claro...

Julisa: Pregunta 6. ¿Consideras que en Lima deberían de haber o se deberían apertura hoteles exclusivos para el colectivo LGBT, y si fuese así que servicios te gustaría que se implementaran?

Yimi: Si me parece bien que se implementaran seria perfecto que existan hoteles temáticos con exclusivos como dices tu con la temática de LGBT ya que hay personas que talvez no suelen abrirse con sus padres, con su familia talvez entonces necesitan un turismo de diversión de acuerdo a lo que ellos prácticamente están escondiendo, y sería muy bonito el tema de que seamos

respetados pues ¿no? pediría...(mmmm) me podrías repetir la pregunta por favor? para refrescar mis ideas

Julisa: ¿si consideras que en Lima se debería apertura se hoteles exclusivos para el colectivo LGBT y que te gustaría que se incluyera si en todo caso de implementar?

Yimi: Yo pienso que implementaría tal cual, como las personas heterosexuales, me refiero en el tema de que igualdad, creo que la mayoría LGBT no se hace diferente por el hecho de que te guste (eee) una persona de tu mismo sexo, ¿no? Disfrutamos creo lo mismo (osea) no cambia nada, solo cambia el gusto, o la atracción por una persona del mismo sexo, ¿no? que creo que todos disfrutamos de las mismas necesidades, incluso tenemos más necesidades ¿no? Pero sobre todo más que se implementen cosas va por el tema de la seguridad.

Marycruz: sí, claro...

Marycruz: Pregunta 7. Y continuando con los servicios turísticos, dime ¿tenías algún tipo de conocimiento de que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Consideras que todas las aerolíneas en general deberían crear servicios exclusivos para esta comunidad? y si del caso se implementen estos tipos de servicios de aperturar las aerolíneas que tipo de servicios te gustaría que se implementen para poder disfrutar de este nuevo servicio turístico?

Yimi: Seria de que también existan aerolíneas así, sería muy divertido también (eee) me gustaría que implementen un turismo LGBT (eee) más que todo me encanta el tema de los ambientes ¿no? (eee) que implementaría, en este caso como les digo estamos hablando el tema de la homofobia ¿no?! (eee) disculpa se me fue la idea (eee) implantaría...pues yo creo que todos tenemos la misma necesidad esas, así seamos heterosexuales (mmm) bisexuales, gays, pero se podría implementar el tema del respeto no?! el respeto social?!Que la gente no... Que la gente empiece a incluso a debatir por qué? debería haber un servicio exclusivo solo para gays porque hay gente en contra verdad? que dicen que la municipalidad ya sea el estado ponga cartas en el asunto , que pongan el tema de respeto sé que si alguna aerolínea que desea abrir sus servicios solo para LGBT, que no sea algo en contra de la sociedad porque, no es nada malo, en realidad no es nada malo, y no que no sea juzgado mejor dicho.

Julisa: claro es básicamente ¿no?

Julisa: Pregunta 8. ¿Cuáles crees Tú que serían los principales problemas con los que se enfrenta un miembro de la comunidad LGBT al solicitar algún servicio turístico en una agencia de viajes?

Yimi: Existe el tema de que hay personas transexuales que andan en problemas con sus documentos de identidad tal vez, ya digamos que sea transexual, que tiene allí problemas de origen, ya que figura allí que es un hombre, creo Yo y talvez he escuchado que a veces no le permiten viajar ya sea un hombre transexual que se viste de mujer, y por allí que tiene el DNI con el tema del tema de esto de identificarse, el tema del DNI, aun todavía no está aceptado para personas transexuales que tienen un sexo distinto en su carnet de identidad y talvez por ese motivo no lo dejen viajar, o realizar este tipo de turismo a cualquier comunidad o cualquier tipo de turismo...

Julisa: (mmm) si sigue... coméntenos...

Yimi: ¿si solo que me olvidé la pregunta que me faltaba responder algo más...puedes repetirla otra vez?

Julisa: ¿Ah ya...la pregunta fue... cuales son lo principales problemas que enfrenta un miembro de la comunidad LGBT al solicitar un servicio turístico en una agencia de viajes?

Yimi: Si de acuerdo, otro problema será que, hay agencias que no permiten que viajen dos personas del mismo sexo ¿no? Y a parte a veces la discriminación que a veces existe ¿no? Hay gente que va de la mano y eso serían los dos problemas más destacado en esto.

Marycruz: Pregunta 9. Al momento de hacer viajes de vacaciones, por ejemplo, cuantos días destinas o destinarias para tus viajes de relajación, vacaciones, y a qué destinos prefieres viajar?

Yimi: Me encantaría que sea un mes o tres meses me gustaría irme a Hawái...tiene que ser solamente de Perú?

Marycruz: nacional o internacional, no hay problema

Yimi : De acuerdo me gustaría Hawái, me gustaría viajar a todo mi país Perú, me gustaría irme a Punta Cana, me gustaría irme a Brasil, **(eee)** Brasil es un país más abierto a la homosexualidad creo o si no me parece, me gustaría viajar a

todo el mundo así como toda persona, pero **(ooo)** lo más importante que sería, sería lo que es América Latina, Estados Unidos, **(eee)** también lo que es Inglaterra, Hawái que me encanta me gustaría ir por allá.

Marycruz: Pregunta 10. Ahora que mencionamos los lugares frecuentados, ¿Qué parte de tus ingresos (ooo) sueles gastar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, vas a bares, restaurantes, tener reuniones en casa, cine, teatro, ¿qué parte de tus ingresos utilizas para pasar esos momentos?

Julisa: Si, un porcentaje más o menos, un porcentaje al que tus destines en lo que te acaba de mencionar mi compañera

Yimi: De acuerdo a eso **(mmm)** teatro cero por ciento porque no voy, restaurante un cincuenta por ciento en restaurantes, que más me dijiste disculpa es que me olvidé...

Julisa: cines, reuniones ne casa...

Yimi: al cine tampoco voy, discúlpame, pero no soy amante del cine

Marycruz: ¿Bares? ¿Salir?

Yimi: bares si, más o menos un veinte por ciento, salir si también...

Marycruz: pero puede ser algo de momentos amenos, tranquilos, relajantes...

Yimi: claro un bar ya sea **(mmm)** también no soy amante del cine, pero no voy porque a los cines suelen ir con pareja y lo mejor es ir a lugares donde no te discriminen

Marycruz: claro

Julisa: claro...

Julisa: Pregunta 11. ¿Ahora, consideras tú que cuáles serían o son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

Yimi: **(mmm)** te refieres a los lugares que yo considero que son más frecuentados por la comunidad gay

Julisa: si, atractivos turísticos más visitados

Yimi: De hecho, Machu Picchu, son de los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT incluso la selva, porque en la selva existen el tema de que la gente es muy alegre incluso hay mucha gente homosexual, claro en la selva

existe mucho el tema de turismo LGBT incluso la gente hace fiestas o hace (eee) festivales si no me equivoco.

Marycruz: Pregunta 12. Siendo tu un miembro de la comunidad LGBT, ¿Qué tipos de experiencia busca un turista LGBT?

Yimi: ¡ah! ¿Te refieres a que tipos de experiencias son las que buscamos los LGBT?

Julisa: exacto

Marycruz: si

Yimi: Más que toda la experiencia que nosotros buscamos es la de cualquiera más que todo que no nos miren ¿no? que nos traten como cualquier persona, porque cuando sientes que te quedan mirando y te juzgan y luego te gritan cosas ¿no? Te faltan al respeto, que no nos falten al respeto más que todo ¿no?, otra experiencia es que, si quieres estar con alguien, que seas libre de viajar con la otra persona, y otra experiencia disfrutar netamente de todas las manifestaciones culturales sin ser juzgados ¿no?

Marycruz: claro

Julisa: Pregunta 13. Ahora ya para terminar con nuestra entrevista la última pregunta sería...¿Consideras que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse a una ideología gay friendly en Lima?

Yimi: Si correcto, si sería genial muchos chicos que vemos hacer este tipo de actividades tenemos (eee) es como un sueño ¿no? Que existan este tipo de empresas que se unan y nos vean que somos personas como cualquiera que consumimos del turismo.

Marycruz: exacto

Julisa: claro en eso si tienes razón, más bien agradecerte por esta entrevista y no sé si nos quisieras dejar algún comentario a nosotras o ¿algo?

Yimi: Si claro, gracias a ustedes por buscarme ha sido un gusto, algún comentario que ha sido muy bonita la entrevista en realidad, ha sido para mí algo nuevo, que me pregunten a mi sobre este tema y cuando no sé talvez esto ayuda a que más chicos se unan como ustedes y talvez existan empresas ya que ustedes ya están a punto de culminar la carrera y que visiten este tipo de atractivos este tipo de industria personas como yo disfrutemos del turismo y así podamos disfrutarlo todos juntos ya que somos una comunidad mundial en este

caso que exijo respeto y que nosotros somos unas personas como cualquiera y muchas felicitaciones a ustedes.

Marycruz: Gracias, muchísimas gracias por todo por tu tiempo

Julisa: Gracias y contigo sería hasta una próxima oportunidad cuídate

Yimi: Chau cuídense un beso para todas

Duración de entrevista: 23:32 min

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 09

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Medina Ramirez-Marycruz
Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 10/10/2020

Miembros de la comunidad Lgbt

Fecha de llenado de ficha: 11/10/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Gia Parodi

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Transcripción:

Julisa: Cuéntanos, ¿Sueles hacer turismo?, ¿Con qué frecuencia?

Gia: Me agrada mucho hacer turismo, sobre todo a ciudades que no he conocido, hace un año tuve la posibilidad de viajar a Lima sola a conocerla, hice mucho turismo, conocí el centro de Lima y alrededores, yo suelo viajar dos veces al año, que es a mitad de año por vacaciones y en verano

Julisa: Pregunta 1.- ¿Qué opina sobre la homofobia en relación al Turismo Gay Friendly? ¿Ha tenido alguna experiencia?

Gia: (Uhhmmm) pues la homofobia es un tema muy común hoy en día, y es lamentable que en Perú siga existiendo eso no? Simplemente que te juzgen por el tema de su orientación sexual, yo considero que ya estamos en otros tiempos donde ser gay o lesbiana ya es común en la sociedad, existimos muchas personas de esta comunidad, y somos respetuosos con las personas que lo son con nosotros también, gracias a Dios, yo no he tenido ningún tipo de experiencia en esto.

Marycruz: Pregunta 2.- ¿Qué medidas puede proponer para convertir en Lima un destino Gay Friendly?

Gia: Para que haya un cambio en Lima y convertirlo en friendly está complicado, el tema es que la sociedad es muy cerrada, no digo que todos, porque si bien es cierto existe una parte que apoya a este colectivo, sin embargo, por otro lado, también existe este otro grupo que son muy cerrados por decirlo así, **(ehhhh)** no

sé, pienso que se puede proponer tener tipo charlas, pienso que todo esto viene desde la educación, entonces quizás desde el colegio inculcar, pero como les digo es complicado, porque para ello esteeeee todos deberían estar de acuerdo, pero no es así.

Julisa: Pregunta 3.- ¿Ha sufrido alguna vez algún tipo de discriminación haciendo Turismo? ¿Qué hizo para afrontar la situación?

Gia: Bueno les cuento que acá en Arequipa, todo es diferente, me refiero a que esta ciudad es muy conservadora, entonces yo soy lesbiana no, tengo mi pareja acá, pero nosotras no nos damos a notar, en la calle somos y nos tratamos como mejores amigas, para aparentar, porque acá es así, acá no puedes expresarte libremente, entonces cuando viaje a Lima, que de hecho fue con mi pareja, pensamos que allá sería distinto no?, pero cuando estábamos haciendo en famoso city tour y estábamos agarradas de la mano, la gente nos quedó mirando asombrados y nosotras pues nos avergonzamos, y el guía se nos acercó y nos pidió que por favor no hagamos muestras de cariño frente a los demás, te juro no supimos que hacer pero ya era incomodo no?, entonces lo que hicimos simplemente fue retirarnos.

Marycruz: Pregunta 4.- ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?

Gia: Pues creo que, si se adaptan, de manera tal que he podido ver que han estado haciendo propuestas, para generar tours pensando en la comunidad Lgbt, pero no es tan amplio, no se han dado mucho a notar, pienso que quizás si lo hacen más conocido, tuviera más acogida, ya que los de la comunidad somos muchos y obviamente nos gustaría que se implemente algo para nosotros.

Julisa: Pregunta 5.- ¿Qué difícil es para el turista LGBT integrarse en base a un grupo social en la ciudad de Lima?

Gia: Demasiado difícil, jajaja esteeeeeeee si, y lo digo porque viajé a Lima, ahora si me costó integrarme, quizás por esa mala experiencia que tuve no, pero yendo más allá de ello, Lima es una Ciudad muy cerrada, entonces es bastante difícil, al menos que aparentes ser algo que no eres solo por agradar al resto, pero no es así, yo creo que cada uno debe de mostrarse tal y cual es.

Julisa: Pregunta 6.- ¿Considera usted que en Lima se debería aperturar Hoteles para el colectivo LGBT? Si es así, qué servicios le interesaría se incluyeran.

Gia: Absolutamente sí, tengo amigos que *(ehhhhhh)* de Lima claro que me han dicho que, si hay, son pocos y no muy conocidos, pero si hay, ahora y de echo si me gustaría que haya más hoteles exclusivos para la comunidad, pero no solo en Lima aca en Arequipa también seria genial, y bueno con respecto a los servicios *(ehhhh)* quizás un sauna yo pienso que estaría bien como para uno relajarse y también considero que el tema de la seguridad es importante.

Marycruz: Pregunta 7.- ¿Tenía conocimiento que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Considera usted que todas las aerolíneas deberían considerar un servicio exclusivo para esta comunidad y si es así que le gustaría que se implemente?

Gia: No estaba enterada que existía aerolíneas exclusivas para el colectivo, pienso que esteeeee si sería una buena idea que todas las aerolíneas ofrezcan servicios para comunidad, quizás que haya promociones, ofertas o descuentos, de echo eso llamaría mucho la atención, y habría mucha acogida.

Julisa: Pregunta 8.- ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?

Gia: Mira, cuando yo he viajado no he tenido problemas al solicitar algún servicio no? Pero si he tenido amistades que me han contado que no tanto al momento de solicitar algo, porque creo que más lo hacen por vender un servicio, creo que el problema vendría después cuando no se por ejemplo *(ehhhhhhhh)* no se una persona trans por ejemplo que físicamente es mujer, pero en el dni tiene la apariencia de hombre, entonces eso puede ser quizás un problema al momento de registrarse en un hotel.

Marycruz: Pregunta 9.- ¿Cuántos días destina cada año para tomar sus vacaciones? ¿A qué destinos prefiere viajar?

Gia: Solo dos veces al año, a la selva ya que es tropical.

Julisa: Pregunta 10.- ¿Qué parte de su ingreso suele usar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, salir a bares, comer en restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine y al teatro.

Gia: Un porcentaje estimado de mis ingresos serian un 20 % sobre todo en diversión y comida.

Marycruz: Pregunta 11 ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

Gia: Quizas los destinos de sol y playa aja y bueno también la selva creo yo.

Julisa: Pregunta 12.- ¿Qué tipo de experiencias busca el turista LGBT?

Gia: Pues, creo que esteeeee diversión, conocer gente, pasarla bien, eso más que todo.

Marycruz: Pregunta 13.- ¿Considera que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología Gay Friendly en Lima?

Gia: Si, deberían apostar por esta comunidad, pero también si lo van hacer que sean sinceros, que lo hagan porque de verdad les nazca no? Somos una comunidad muy amplia y también podemos generar ingresos económicos altos, entonces yo creo que si.

Julisa: Muchas gracias por tu tiempo.

Marycruz: Gracias por la entrevista.

Duración de entrevista: 20 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 10

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Medina Ramirez-Marycruz
Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Miembros de la comunidad Lgbt

Fecha de la entrevista: 10/10/2020

Fecha de llenado de ficha: 11/10/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Elard Gutierrez

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Transcripción:

Julisa: Cuéntanos, ¿Sueles hacer turismo?, ¿Con qué frecuencia?

Elard: Hola que tal *(ehhhhh)*, si me gusta mucho hacer turismo de echo acá en Chile lo hago mucho y también cuando viajo a Perú *(ehhhhh)* siempre trato de ir allá, aunque sea *(ehhh)* una vez al año cada dos años.

Julisa: Pregunta 1.- ¿Qué opina sobre la homofobia en relación al Turismo Gay Friendly? ¿Ha tenido alguna experiencia?

Elard: (Uhmhhh) en relación a la homofobia que te puedo decir po, es algo que se ha seguido dando, no se ha logrado superar, *(ehhhhh)* pienso que esteee lamentablemente es algo tonto, es algo que existe aún en la actualidad, son prejuicios de la gente, gente criada a la antigua po, acá en Chile es más liberal en comparación a Perú, pero también hay comunas homofóbicas, pero allá en Perú la homofobia si está bien marcado y bueno gracias a Dios no he tenido alguna experiencia ni aquí ni allá.

Marycruz: Pregunta 2.- ¿Qué medidas puede proponer para convertir en Lima un destino Gay Friendly?

Elard: Esteeee *(uhmmmm)* pienso que esto es un tema muy amplio, en Lima para que pueda ser *(ehhhh)* la educación, desde el colegio quizás se debería de tomar en cuenta estos temas, pero no es fácil ya que la sociedad es muy cerrada, esteeee quizás proponer charlas, capacitaciones a la gente, en los trabajos, sobre todo a las personas que tienen trato directo al cliente no? *(ehhhhh)* es

importante porque tú no sabes con quien vas a tratar, entonces capacitar al personal en ideología de género para que esté listo ante cualquier situación es importante creo yo po.

Julisa: Pregunta 3.- ¿Ha sufrido alguna vez algún tipo de discriminación haciendo Turismo? ¿Qué hizo para afrontar la situación?

Elard: Yo soy muy cuidadoso al momento de hacer turismo debido a mi orientación, soy de esas personas que físicamente no aparento nada, quizás por el tema del rechazo, de la homofobia, de la discriminación entonces siempre he preferido mantenerme en anonimato, es por ello que **(ehhhh)** nunca he sufrido discriminación, el tema de mi orientación sexual lo manejo en 4 paredes con mi pareja no soy para nada exhibicionista.

Marycruz: Pregunta 4.- ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?

Elard: En Lima, uhmmmmm quizás al tratar de hacer tours exclusivos para la comunidad gay.

Julisa: Pregunta 5.- ¿Qué difícil es para el turista LGBT integrarse en base a un grupo social en la ciudad de Lima?

Elard: En Lima dices no, **(ehhhh)** el tema con Lima es que como ya te había mencionado son muy cerrados, ojo no digo todos, pero esteeeee la gran mayoría si, entonces que una persona como yo por ejemplo bisexual se integre en la comunidad heterosexual lo veo difícil, es por ello que la mayoría de esta comunidad solo se relacionan con miembros de nuestra propia comunidad.

Julisa: Pregunta 6.- ¿Considera usted que en Lima se debería aperturar Hoteles para el colectivo LGBT? Si es así, qué servicios le interesaría se incluyeran.

Elard: Definitivamente sí, es importante y más seguro creo para la comunidad Lgbt que exista hoteles exclusivos para nosotros, donde haya gente al servicio tuyo que no te van a mirar mal **(ehhhh)** que entiendan tus gustos, porque tú sabes para que haya un servicio es porque estas personas han sido capacitadas y son de mente abierta po, entonces sería bueno que, si exista este tipo de hoteles, claro, y me gustaría que haya servicios tipo de sauna que es para relajarse, quizás piscina, karaoke creo que son básicos no.

Marycruz: Pregunta 7.- ¿Tenía conocimiento que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Considera usted que todas las aerolíneas deberían considerar un servicio exclusivo para esta comunidad y si es así que le gustaría que se implemente?

Elard: Había escuchado algo de eso por amigos que se encuentran en Europa, no en otros países que, si había esos servicios en aerolíneas, **(ehhhhh)**, yo creo opino no esteeee que, si sería un boom que todas las aerolíneas apostaran por crear algo nuevo, algo interesante para la comunidad gay, ya que como les había dicho antes, somos una comunidad muy amplia no? Esteee y bueno sería este servicio muy acogido por nosotros, **(ehhhh)** ahora también sería interesante que se implementara ofertas exclusivas para nosotros quizás unos descuentos por ahí, sería bueno po.

Julisa: Pregunta 8.- ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?

Elard: Por mi parte y hasta el día de hoy, esteeee no he tenido ningún tipo de problemas, pero si hablamos de manera general esteeeeee creo yo que dentro de nuestra comunidad los que tendrían más problemas quizás sean las personas trans no que físicamente no vas a parecer lo que dice en tu cedula o DNI, entonces quizás por ese lado haya problemas, ahora también lo veo por el lado de vender por parte de las agencias, esteeeeee quizás simplemente se hagan los locos no, y no pase nada po.

Marycruz: Pregunta 9.- ¿Cuántos días destina cada año para tomar sus vacaciones? ¿A qué destinos prefiere viajar?

Elard: Mira yo suelo tomar mis vacaciones dos veces al año, al comienzo del año y a mitad del año, cada dos años aproximadamente, voy a Perú a ver a mis amistades, mi familia claro, **(esteeeeee)** pero cuando no puedo ir hago turismo acá en Chile, **(ehhhhh)** en cuanto a destinos esteeeeee mas que sea de sol y playa tanto acá en Chile como en Perú, me gusta mucho eso po.

Julisa: Pregunta 10.- ¿Qué parte de su ingreso suele usar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, salir a bares, comer en restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine y al teatro.

Elard: Yo suelo o bueno solía ir mucho de party, digo solía porque ahora tu sabes con la pandemia esteeeeee ya no pues, pero siempre me ha gustado tomarme mis

tragos y compartir con familia y amistades, siempre entonces podría decirse que un 30 % de mis ingresos lo destino a ello no, a la diversión a las comidas entre otros po.

Marycruz: Pregunta 11.- ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

Elard: Creo que los que son de sol y playa, son más visitados por la comunidad Lgbt, quizás la naturaleza cosas así.

Julisa: Pregunta 12.- ¿Qué tipo de experiencias busca el turista LGBT?

Elard: (Esteeee) bueno buscamos diversión, conocer gente pasarla bien no? ¿Porque ese es el propósito no? Al ir a un lugar nuevo, **(ehhhh)** pero sobre todo que sea un lugar donde respetan a todas las personas en general sin discriminar ni ofender.

Marycruz: Pregunta 13.- ¿Considera que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología Gay Friendly en Lima?

Elard: Si, pienso que sí, sería algo novedoso, aunque tengo conocimientos que si hay marcas que apoyan a la comunidad, claro no son muchas ni tampoco son de darse a notar mucho, pero claro somos los de la comunidad gay somos un público muy amplio que también aportamos ingresos, entonces si deberían de animarse invertir.

Julisa: Muchas gracias por tu tiempo.

Marycruz: Gracias por la entrevista.

Duración de entrevista: 15 min

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 11

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Medina Ramirez-Marycruz
Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 10/10/2020

Miembros de la comunidad Lgbt

Fecha de llenado de ficha: 11/10/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Juan Alcazar

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Transcripción:

Julisa: Cuéntanos, ¿Sueles hacer turismo?, ¿Con qué frecuencia?

Juan: Si, ¿hola, como están chicas?, si claro hace más o menos 2 años tuve la oportunidad de viajar a Lima con unos amigos de Perú. Y hago turismo de vez en cuando porque a veces no tengo tiempo por el trabajo

Julisa: Pregunta 1.- ¿Qué opina sobre la homofobia en relación al Turismo Gay Friendly? ¿Ha tenido alguna experiencia?

Juan: Bueno Yo soy bisexual, y claramente la homofobia es algo que no me gusta, porque a nosotros los de la comunidad LGBT nos afecta, porque todos merecemos ser tratados con respeto y sin ninguna distinción cual sea nuestra opción sexual donde viajemos, he tenido varias experiencias, pero no les presto importancia por mi paz mental, tú me entiendes.

Marycruz: Pregunta 2.- ¿Qué medidas puede proponer para convertir en Lima un destino Gay Friendly?

Juan: Pues yo creo que, para Lima, Yo propondría que se establezcan nuevas normas de convivencia entre los ciudadanos, lo que causaría que la falta de aceptación hacia nosotros mejore y de esa forma Yo como colombiano viajaría más a Perú.

Julisa: Pregunta 3.- ¿Ha sufrido alguna vez algún tipo de discriminación haciendo Turismo? ¿Qué hizo para afrontar la situación?

Juan: (ummm)

Pues si, en la oportunidad que tuve para ir a Lima en Perú, pero como que no me afectó, porque como te dije, no presto importancia a esas cosas, a donde voy, siempre voy tranquilo sin importarme nada ya que yo solo voy a pasarla bien.

Marycruz: Pregunta 4.- ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?

Juan: Bueno en Lima, si como que un tanto difícil, (mmmm) cuando viaje a Lima mis amigos y yo hicimos turismo normal sin ninguna complicación, si claro que no falto una mirada de sorpresa o desprecio porque nos mostrábamos como somos, pero no nos complicamos la vida con esas cosas. Pienso que sea cual sea tu identidad de género, siempre vas a experimentar alguna dificultad siempre en el turismo.

Julisa: Pregunta 5.- ¿Qué difícil es para el turista LGBT integrarse en base a un grupo social en la ciudad de Lima?

Juan: Considero que no es tan difícil para el turista LGBT integrarse a un grupo social en Lima, ya que siempre hay que tener cuidado y saber con quienes te juntas o formas un grupo, cuando viajamos a Lima conocimos a bastantes amigos que también eran LGBT como nosotros y la pasamos bacano.

Marycruz: Pregunta 6.- ¿Considera usted que en Lima se debería aperturar Hoteles para el colectivo LGBT? Si es así, qué servicios le interesaría se incluyeran.

Juan: Si sería una chimba, que existan hoteles en Lima solo para nosotros, donde la podamos pasar bien con todos los servicios posibles, como restaurante, discoteca y seguridad.

Marycruz: Pregunta 7.- ¿Tenía conocimiento que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Considera usted que todas las aerolíneas deberían considerar un servicio exclusivo para esta comunidad y si es así que le gustaría que se implemente?

Juan: No, pero sería chévere que las aerolíneas, tengan como visión ofrecer servicios especiales para la comunidad LGBT, ya que creo que somos bastantes y nos gusta la comodidad, los lujos, la extravagancia tú me entiendes, por eso creo que sería divino que haya aerolíneas que nos acepten y nos engrían con servicios especiales, sería favorecedor para ambos lados.

Julisa: Pregunta 8.- ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?

Juan: Buenos gracias a Dios nunca he experimentado nada como ese tipo de cosas en ninguna agencia de viajes turísticos bien, yo creo lo normal, no tengo ninguna queja es más nuestra agencia nos ofrece descuentos y eso nos gusta mucho.

Marycruz: Pregunta 9.- ¿Cuántos días destina cada año para tomar sus vacaciones? ¿A qué destinos prefiere viajar?

Juan: Bueno no requerimos de muchos días, lo máximo que podemos estar fuera de casa es una semana y luego estamos yendo a otro lugar, siempre nos gusta disfrutar al máximo nuestras vacaciones y nos gusta ir a lugares con clima tropical, como la playa y la selva.

Julisa: Pregunta 10.- ¿Qué parte de su ingreso suele usar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, salir a bares, comer en restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine y al teatro.

Juan: Más o menos entre un 20% a lo mucho, ya que viajamos en grupo y siempre buscamos descuentos, yo creo que lo más importantes es pasarla bien.

Marycruz: Pregunta 11 ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

Juan: Pues los destinos turísticos de Lima que más me gustaron fueron sus playas, su selva, los lugares donde hay bastante sol.

Julisa: Pregunta 12.- ¿Qué tipo de experiencias busca el turista LGBT?

Juan: Pues lo que mas nos gusta es pasarla tranquilo sin que nos discriminen, mientras no tengamos nada de esas cosas yo creo que todo esta bien cuando hacemos turismo.

Marycruz: Pregunta 13.- ¿Considera que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología Gay Friendly en Lima?

Juan: Si, en si existen empresas que ya ofrecen sus productos a la comunidad LGBT, solo que son un poco caros, y entonces creo que empresas estándar también deberían animarse a ofrecer productos a nosotros con mayor libertad ya que somos una comunidad muy amplia y eso les permitiría crecer como empresas.

Marycruz: Bueno eso sería todo, muchas gracias por tu participación, no sé si quisieras agregar algo, ¿algún comentario?

Juan: Bueno antes que nada muchas gracias **(eeehh)** me parece muy chévere la encuesta fue muy buena la verdad y me agradó mucho compartir mis puntos de vista con ustedes, muchas gracias.

Duración de entrevista: 20 min.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 12

Nombre del investigador/entrevistador: Julisa Medina Ramirez-Marycruz
Valladares Alcantara

Nombre de la población:

Miembros de la comunidad Lgbt

Fecha de la entrevista: 10/10/2020

Fecha de llenado de ficha: 11/10/2020

Tema:

Turismo Gay Friendly

Informante: Angela Wang

Contextualización:

Observaciones:

Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 13 preguntas asignadas.

Transcripción:

Julisa: Cuéntanos, ¿Sueles hacer turismo?, ¿Con qué frecuencia?

Angela: Bueno hacer turismo a mí me encanta, porque puedes conocer tantos lugares bonitos que no habías conocido antes, ¿no?, entonces como les dije en un inicio yo soy lesbiana soy de Colombia de Medellín, y hace unos años atrás pude viajar con mi enamorada a Lima su ciudad natal, y fue hermoso y me encantó mucho, y bueno pues con mi enamorada así, ella y yo pues viajamos así dos o tres veces al año.

Julisa: Pregunta 1.- ¿Qué opina sobre la homofobia en relación al Turismo Gay Friendly? ¿Ha tenido alguna experiencia?

Angela: (mmm) bueno pues pienso que la homofobia o la falta de aceptación a los hermanos gay es una falta de respeto, hoy en estos días ya no deber de haber eso, eso es algo como muy antiguo, tú me entiendes ¿no? eso debería dejar de practicarse entre las personas eso nos afecta y yo también he sufrido esas clases de atropellos hacia mi persona, pues les cuento que cuando viaje a Lima, se me quedaban mirando, yo pensaba que era por lo que soy colombiana, cierto, pero no, más bien era porque mi novia y yo nos agarrábamos las manos en las calles, y eso como que les sorprendía a la gente...pero yo decía que gente para más rara...¿no?, yo acá me puedo agarrar, hacer todo lo que quiera con mi novia en la calle y nadie me va a decir nada pero allá en Lima si he sufrido ese tipo de cosas.

Marycruz: Pregunta 2.- ¿Qué medidas puede proponer para convertir en Lima un destino Gay Friendly?

Angela: Bueno desde mi punto de vista, y experiencias que he pasado allá pues creo que a Lima le falta bastante para dejar esos prejuicios de lado, ¿no?, la medida que Yo propondría principalmente para que Lima sea un destino gay es que dejen esos prejuicios hacia nosotros de lado, que el respeto se lo merecen todos y que el amor se expresa de diferentes maneras, el amor es para demostrarse y no para ocultarse, y si yo demuestro amor hacia mi novia en cualquier parte no me gustaría que me discriminaran por ser lesbiana.

Julisa: Pregunta 3.- ¿Ha sufrido alguna vez algún tipo de discriminación haciendo Turismo? ¿Qué hizo para afrontar la situación?

Angela: Pues la vez que estuvimos en Lima, si fuimos víctimas de la homofobia, porque cuando con mi novia estábamos en un restaurante allá en Barranco, se llama ese lugar allá en Lima, pues la mesera nos dijo que ese era un lugar familiar y parejas normales, no como nosotras entonces Yo me paré porque le quería decir mi opinión, ¿no es cierto? Pero mi novia me agarró la mano y me dijo que nos fuéramos, y fue horrible, esa fue la experiencia más horrible que pasamos allá en Lima, desafortunadamente.

Marycruz: Pregunta 4.- ¿De qué manera el turismo se adapta a la identidad de género?

Angela: Pues Yo pienso que Lima no se adapta todavía, porque como les conté ya, antes, mi novia y Yo hemos sufrido discriminación por parte de desconocidos y pues pienso que, así como nosotras, otros compañeros de la comunidad LGBT habrán pasado por lo mismo, entonces creo que a Lima le falta aún para aceptar sin prejuicios la identidad de género que tenemos cada uno.

Julisa: Pregunta 5.- ¿Qué difícil es para el turista LGBT integrarse en base a un grupo social en la ciudad de Lima?

Angela: Si, considero que es difícil para los LGBT, integrarse bien a la sociedad, ya que pienso que Lima es como más conservadora y que no deja los prejuicios de lado.

Marycruz: Pregunta 6.- ¿Considera usted que en Lima se debería aperturar Hoteles para el colectivo LGBT? Si es así, qué servicios le interesaría se incluyeran.

Angela: Pues claro, porque si existiesen esos tipos de hoteles no tendríamos problemas para alojarnos libremente en cualquier lugar en donde viajemos, cuando yo fui a Lima, pues tuve la suerte que me quedé en la casa de mi novia, porque se seguro si hubiésemos buscado un hotel, capaz nos discriminaban también.

Marycruz: Pregunta 7.- ¿Tenía conocimiento que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Considera usted que todas las aerolíneas deberían considerar un servicio exclusivo para esta comunidad y si es así que le gustaría que se implemente?

Angela: Ciertamente Mary, pues yo no estaba enterada, pero sería muy bueno que existiesen servicios en aerolíneas para nosotros y que nos ofrezcan promociones o servicios especiales y que nos den la seguridad que nos van a respetar.

Julisa: Pregunta 8.- ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?

Angela: Pues no sabría como responderte esa pregunta, ya que mi novia sabe mucho de viajes y cuando viajamos siempre lo hacemos por cuenta propia y no buscamos agencias de turismo.

Marycruz: Pregunta 9.- ¿Cuántos días destina cada año para tomar sus vacaciones? ¿A qué destinos prefiere viajar?

Angela: Ah pues, cuando viaje a Lima si me quede varios meses y fuera de las malas experiencias, si tengo buenos recuerdos de Lima, como sus playas, sus calles, su comida, y bueno me gusta Lima y a veces mi novia también viene acá a Colombia y también se queda varios meses.

Julisa: Pregunta 10.- ¿Qué parte de su ingreso suele usar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, salir a bares, comer en restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine y al teatro.

Angela: Un porcentaje más o menos será 40 ó 50% porque como son viajes largos, pues se gasta más en restaurantes y bares, pero en si valen la pena.

Marycruz: Pregunta 11 ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?

Angela: Pues los destinos que tiene Lima, la playa, es rico pasar el verano allá también, y también he conocido Huacho también he ido a sus playas, a Piura, Máncora.

Julisa: Pregunta 12.- ¿Qué tipo de experiencias busca el turista LGBT?

Angela: Pues un turista gay busca más como cosas de diversión y pasarla bien con sus amigos o parejas, siempre nos gusta pasarla bien.

Marycruz: Pregunta 13.- ¿Considera que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología Gay Friendly en Lima?

Angela: Pues claro, porque si hay más empresas que nos aceptan y demuestran que les importamos entonces nosotros vamos a confiar más y nos vamos a sentir más aceptados, y también libres de comprar cualquier cosa.

Julisa: Muchas gracias por tu tiempo.

Marycruz: Gracias por la entrevista.

Duración de entrevista: 20 min.

ANEXO 7. MATRIZ DE CODIFICACIÓN DE LAS CATEGORIAS

TABLA PARA EL PROCESO DE CODIFICACIÓN PARA LA SISTEMATIZACIÓN DE LOS DATOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA						
UNIDAD TEMÁTICA	N° DE PREGUNTA	CATEGORIAS	SUB-CATEGORIAS	PREGUNTAS	CÓDIGOS	COLOR DE CODIFICACIÓN
Perspectiva	1	1.Aceptación	1.1 Homofobia	¿Qué opina sobre la homofobia en relación al Turismo Gay Friendly? ¿Ha tenido alguna experiencia?	mas normalizada, malas caras, incertidumbre, desconcierto, se quedaron sorprendidos, prejuicio, no se ha logrado erradicar, he pasado un mal momento, un insulto, temor, no he tenido la fortuna de experimentar, cada uno es libre de hacer lo que le parezca, respeto, esta generalizada, vulneran identidades, violencia, estereotipos a las identidades, no hay personal capacitado, evitar comentar ya que puedes hacer daño a otra persona, absurdo, masculinidad toxica, entre nosotros tambien nos solemos discriminar, lamentable que siga existiendo e en Perú, juzgar por tu orientación, no he tenido esa experiencia, no se ha logrado superar, es algo tonto, no le presto importancia por mi paz mental	
	2		1.2 Discriminación	¿Qué medidas puede proponer para convertir en Lima un destino Gay Friendly?	visibilidad, capacitación a empresas, fomentar respeto, trabajar conjuntamente con gobiernos locales, respeto, inclusión, ordenanzas, proyección de discriminación, orientación a inclusión de genero, respeto a la igualdad, Lima es difícil, chapada a la antigua, capacitación en enfoque de género, exclusividad, segregación, que la municipalidad tome cartas en el asunto, esta complicado, sociedad muy cerrada, proponer charlas, educación desde el colegio, nuevas normas de convivencia	
	3			¿Ha sufrido alguna vez algún tipo de discriminación haciendo Turismo? ¿Qué hizo para afrontar la situación?	no queria que seamos visibles, defenderme con mis propias armas, defenderme muy respetuosamente, trato de no ser grosera, estereotipos, comentarios impertinentes, no presto importancia	

	4	2.Percepción	2.1 Identidad		no esta adaptado, recorridos estandar, micro espacios, romper ese tabu, atencion y adaptacion, pretende adaptarse, aun no en su totalidad, algunas empresas apuestan, pero es algo oculto, necesidades de cada persona, tours exclusivos para gays, Lima no se adapta todavía	
	5		2.2 Integridad	¿Qué difícil es para el turista LGBT integrarse en base a un grupo social en la ciudad de Lima?	si se han integrado, adaptandose a la sociedad, bastante difícil, batallando constantemente, la gente respeta, todos somos iguales, difícil siendo Lima homofobica, depende de que espacios uno frecuenta, muy difícil, discriminan, sufrir algun tipo de violencia, el ambiente se ha vuelto mas liberal, apoyo en familia, hay mas tolerancia, Lima es muy cerrada, Lima es muy conservadora	
	6	3.Servicios Turísticos	3.1 Hoteles	¿Considera usted que en Lima se debería aperturar Hoteles para el colectivo LGBT? Si es así, qué servicios le interesaría se incluyeran.	no estan difundidos, tranquilidad, seguridad, comodidad, sauna, buffet, piscina, juegos, spa, karaoke,	
	7		3.2 Aerolíneas	¿Tenía conocimiento que existen aerolíneas que ofrecen servicios para el colectivo LGBT? ¿Considera usted que todas las aerolíneas deberían considerar un servicio exclusivo para esta comunidad y si es así que le gustaría que se implemente?	buena idea, visibilizarlas, encontrarse con gente gay, solo es trasladar, lucrar, ofestar, promociones, visibilicen algun tipo de discriminación, promociones para la comunidad, descuentos incluidos, implementar el respeto social,	
	8		3.3 Agencias	¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta al solicitar servicios turísticos en una agencia de viajes?	desconcierto, documentación, compañeras trans, como te miran, como te observan, problemas de origen,	
	9		3.4 City Breaks	¿Cuántos días destina cada año para tomar sus vacaciones? ¿A qué destinos prefiere viajar?	dñes de semana, sierra central, 4 días, al norte del pais, turismo de sol y playa, la selva,	

Turismo Gay Friendly	10	4. Lugares Frecuentados	4.1 Bares	¿Qué parte de su ingreso suele usar en momentos amenos y divertidos? Por ejemplo, salir a bares, comer en restaurantes, tener reuniones en casa, ir al cine y al teatro.	bares 10%, comidas típicas 15 %, 30 % de mis ingresos, cine, teatro, restaurantes, diversión, comidas		
	11		4.2 Clubes	¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados por la comunidad LGBT?	sierra peruana, atractivos turísticos, naturaleza, sol y playa, galería de arte, bares y discotecas, Machu Picchu, selva,		
	12		4.3 Restaurantes		¿Qué tipo de experiencias busca el turista LGBT?	aventuras, festividades, cualquier tipo de experiencias, pasarla bien, intercambio cultural, relajación, ir a fiestas, atención, seguridad, respeto, diversión, conocer gente	
	13				¿Considera que las empresas o marcas deberían animarse a abrirse dentro de una ideología Gay Friendly en Lima?	incursionar, fidelizar cierto público, que te traten bien, sería interesante, promover la cultura, activismo empresarial, deberían apostar, generan ingresos altos	

ANEXO 8. REDES SEMÁNTICAS DE LAS ENTREVISTAS

