



# TURISMO NO CONVENCIONAL

GAY FRIENDLY

Elaborado por Jorge Jayo H.

---

¿ESTAMOS LOS PERUANOS REALMENTE  
PREPARADOS PARA RECIBIR A ESTE  
SEGMENTO DE MERCADO (LGBT)?

# ANTECEDENTES

---

- ✘ La historia nos revela que el instinto de amor entre hombres es una constante universal.
- ✘ El homosexualismo existió en la Antigua Grecia, en Japón, en países Musulmanes, en el Occidente pre-moderno, en America del Norte y en Siberia.
- ✘ También en la época pre-inca, Virreynal, la República y hasta la actualidad.

# CIUDADES GAY FRIENDLY

---

- ✘ Término que aplican las Agencias de Viajes para delimitar las ciudades más receptivas y preparadas para este nuevo turismo del siglo XXI.
- ✘ Aquellos lugares donde las parejas del mismo sexo seleccionan porque saben de antemano que pueden expresar libremente sus sentimientos sin dar explicaciones y sin encontrar una mirada o comentario de rechazo.

# LAS TOP TEN

- ✘ San Francisco - USA
- ✘ Nueva York - USA
- ✘ Barcelona - España
- ✘ Copenhague - Dinamarca
- ✘ París - Francia
- ✘ Londres - Inglaterra
- ✘ Amsterdam - Países Bajos
- ✘ Berlín - Alemania
- ✘ Mikonos - Grecia
- ✘ Sidney - Australia



# ¿QUÉ ENCONTRAMOS EN ESAS CIUDADES?

## Oferta Turística:

- Hoteles
- Bares
- Restaurantes
- Discotecas
- Playas
- Saunas
- ✕ Otros



# ¿QUÉ MÁS?

- ✘ Personal Calificado
- ✘ Personal Capacitado



# EN SUDAMÉRICA

- ✘ Buenos Aires (San Telmo) - Argentina
- ✘ Río de Janeiro - Brasil
- ✘ Bogota, Cartagena – Colombia
- ✘ Chile y Perú



# EN PERÚ

---

- ✘ En la Capital, Lima
- ✘ En la ciudad Imperial, Cusco
- ✘ Por el norte, Mancora y Trujillo
- ✘ Por la costa sur, Ica y Paracas



---

¿ESTAMOS LOS PERUANOS REALMENTE  
PREPARADOS PARA RECIBIR A ESTE  
SEGMENTO DE MERCADO (LGBT)?

# ANTES DE QUERER ATENDER TURISTAS EXTRANJEROS DEBEMOS:

✘ Conocer nuestro mercado local

¿Qué consumen?

¿Cómo lo consumen?

¿Qué piensan del matrimonio?

Si quieren tener hijos

¿Cuáles son sus aspiraciones y/o deseos?

Etc...



# SUB-SEGMENTOS DE MERCADO

---

- ✘ Extranjeros mayores de 45 años, con poder adquisitivo alto, quienes viajan con su pareja, vienen por cultura, hoteles de lujo y servicios privados
- ✘ Extranjeros menores de 45 años, con poder adquisitivo medio, quienes viajan con su pareja o grupo de amigos, hoteles de categoría turista, servicios en grupo; quieren conocer el principal atractivo del país pero a la vez disfrutar de la vida nocturna.

# SUB-SEGMENTOS DE MERCADO

- ✘ Extranjeros solteros que consiguen vía internet a una pareja local (peruano) con quien se encuentra y hacen un viaje por cualquier lugar ya sea Mancora, Cusco, Trujillo o Ica y disfrutan como si fuera una luna de miel.
- ✘ Peruanos menores de 35 años, viajan en grupo o en parejas para ciudades gay friendly, conciertos de sus principales divas como Thalia, Shakira, Lady Gaga, Paulina Rubio, Ricky Martin entre otros.
- ✘ Peruanos solteros, poder adquisitivo medio alto, viajan con su madre y en otros casos con más de un miembro de su familia, van a Europa o alguna lugar de Sudamérica.

# OFERTA PERUANA

---

El Perú tiene empresas especializadas para este tipo de segmento, tales como:

Hoteles, Hostales, Aparthoteles, Agencias de Viajes Minoristas, Tour Operadores Receptivos, Discotecas, Gyms, Saunas, Bares entre otras.

Universidades e institutos de turismo tienen dentro de su curricula el curso de Turismo NO Convencional o Especializado, donde ahí mencionan el potencial del turismo LGBT.

# PERSONAL

---

- ✘ En turismo, nuestro personal debe estar calificado, capacitado y/o entrenado para atender las exigencias de este mercado; debe conocer los destinos, la oferta turística dentro y fuera del territorio peruano, lugares de interés, etc.
- ✘ La capacitación debe ser constante
- ✘ Innovación constante

# ESTADISTICAS

---

- ✘ En Buenos Aires, el 20% del turismo es LGBT
- ✘ En Europa, alrededor de 150,000 LGBT visitan los principales destinos (Amsterdam, Barcelona, etc)
- ✘ Crece alrededor de 30%. anual en el mundo



**MUCHAS GRACIAS**