



Title: Strategies to attract LGBTQ+ tourism in the City of Puebla

Authors: MORA-MEDINA, Mayra Zaribeth, DE LEÓN-RODRÍGUEZ, Mayrel Yaraseth, MORALES-PAREDES, Yesbek Rocío and ACLE-MENA, Ramón Sebastián

Editorial label ECORFAN: 607-8695

BECORFAN Control Number: 2021-01

BECORFAN Classification (2021): 131221-0001

Pages: 6

RNA: 03-2010-032610115700-14

ECORFAN-México, S.C.

143 – 50 Itzopan Street

La Florida, Ecatepec Municipality

Mexico State, 55120 Zipcode

Phone: +52 1 55 6159 2296

Skype: ecorfan-mexico.s.c.

E-mail: contacto@ecorfan.org

Facebook: ECORFAN-México S. C.

Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings

Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic
Spain	El Salvador	Republic
Ecuador	Taiwan	of Congo
Peru	Paraguay	Nicaragua

Introducción

Debido a los cambios culturales del México actual, la comunidad no binaria (personas cuya identidad de género no es hombre ni mujer) ha tenido mayor presencia en diversos ámbitos de la sociedad, por ejemplo, la creación del nombramiento “Gay friendly” para los destinos turísticos que ofrecen a dicha comunidad el respeto de sus derechos, garantizando la seguridad y buen trato para aquellos que decidan visitarlos.

Metodología

El diseño de la investigación es cuantitativo, no experimental, transversal, con la técnica documental y de campo, con un alcance descriptivo y exploratorio.

El método de recolección de datos utilizado fue el cuestionario y el universo contemplado para la aplicación del instrumento fueron personas de la República Mexicana pertenecientes a la comunidad LGBTQ+.

Resultados

De las 164 personas encuestadas se obtuvo que 64 de ellas eran bisexuales, 52 gays y 24 lesbianas, siendo estas las orientaciones sexuales predominantes en el cuestionario.

- Falta de conocimiento en cuanto al nombramiento Gay Friendly de la ciudad de Puebla
- Mal servicio a la comunidad LGBTQ+ en establecimientos turísticos
- Falta de establecimientos y actividades dirigidas específicamente a la comunidad

Conclusiones

La influencia del marketing turístico en este segmento es un factor importante para la detonación del turismo en la Ciudad de Puebla, por lo que se presentan a continuación propuestas como:

- Creación de eventos culturales dirigidos a la comunidad LGBTQ+.
- Creación de festivales de danza, cine y arte.
- Actividades de ocio y recreación exclusivamente para esa comunidad.
- Generar publicidad asertiva en redes sociales y medios de comunicación para dar a conocer a la ciudad como destino gay friendly.
- Realizar una propuesta concreta para el mes del orgullo gay.

Referencias

- Belgrano Rowson, M. (2012). Ley de matrimonio igualitario y aborto en Argentina: notas sobre una revolución incompleta. *Revista Estudios Feminista*, 188. <https://www.redalyc.org/pdf/381/38122296010.pdf>
- Boone, L. & Kurtz, D. (2014). *Marketing Contemporary*. Mason: South-Western Cengage Learning.
- Delgado, M. (2002). *Disoluciones urbanas. Procesos identitarios y espacios público*. Medellín: Universidad de Atioquia/Universidad Nacional de Colombia.
- Destinomex, (2015) Destino 8: Puebla. <https://www.destinomex.mx/destino/8/Puebla>
- Encinas Rodríguez, A. D. (2006). Ley de Sociedad de Convivencia para el Distrito Federal. *Gaceta Oficial del Distrito Federal*. <http://www.aldf.gob.mx/archivo-05b2bbe0d8e3f376fa1f335467aef70c.pdf>
- Fiscalía General del Estado de Puebla. (26 de noviembre de 2020) Fiscalía Puebla crea la unidad Especializada para la comunidad LGTBTTTIQ. Obtenida de <https://www.fiscalia.puebla.gob.mx/index.php/informacion-socialmente-util/boletines/1076-fiscalia-puebla-crea-la-unidad-especializada-para-la-comunidad-lgbttti-q-y-nombra-a-su-titular-2>
- Flores, F. (2017). Aumentan 153% matrimonios gays de 2010 a 2015: INEGI. *El Universal*. <http://www.eluniversalqueretaro.mx/portada/12-02-2017/aumentan-153-matrimonios-gay-de-2010-2015-inegi>
- Grinnell, L. (2016). Los derechos humanos y el internacionalismo en el movimiento lésbico-gay mexicano, 1979-1991. *Debate Feminista*, 1. <https://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=b54c195a-32bd-4c8e-be6d-249e71abdb83%40sdc-v-sessmgr03>
- Hernández, M. (14 de Marzo de 2018). Puebla, con crecimiento turístico como destino gay friendly. *El Economista*.
- International Gay y Lesbian Travel Association. IGLTA Travel History. <http://www.iglta.org/About-IGLTA>.
- Kotler, P., García de Madariaga Miranda, J., Flores Zamora, J., Bowen, J. T., y Makens, J. C. (2011). *Marketing turístico*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.,.
- Miguelés Ramírez, P. (2020). *Observatorio Nacional de Crímenes de Odio contra personas LGBT en México*. México: Punto 618.
- Milenio. (31 de Mayo de 2019). <https://www.milenio.com/cultura/que-hacer-en-junio-actividades-culturales-lgbt>
- Noir, R. A. (2010). *Sobre El Movimiento Lghbt Lésbico-Gay Homosexual-Bisexual*.

Pham Ngoc Chinh, (2019) The Role of Gay Spaces for a Gay Destination. Gay Tourism in Gran Canaria. Master Thesis in Human Geography. Höskolan Dalarna.

Raúl Andrés Noir(2010). Sobre El Movimiento Lghbt (Lésbico-Gay Homosexual-Bisexual Transgénero). Revista Electrónica de Psicología Política, 8(22), 128–140.

Revista Electrónica de Psicología Política Año 8 N° 22 (2010) sobre el movimiento lghbt lésbico-gay homosexual-bisexual transgénero.

Rivera, G. (2012). Es México destino gay. Vanguardia. <https://www.pressreader-com.proxydgb.buap.mx/mexico/vanguardia/20120530/page/13>

Robert-Brady (2013). Apuntes históricos sobre el lugar de la homosexualidad masculina en el contexto internacional. Santiago, 132, 660–672.

Rubiños, E. (2018-2019). Motivaciones detrás del eWOM y su influencia en la credibilidad de las reseñas online. Estrategia y creatividad digital, p 2. https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2019/235002/TFM_Elidia_Rubinos.pdf

Senado de la República. (16 de Julio de 2017). INEGI debe incluir en censos a la comunidad LBTTTI, plantea Comisión Permanente. <http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/comision-permanente/boletines-permanente/37558-inegi-debe-incluir-en-censos-a-la-comunidad-lgbtiti-plantea-comision-permanente.html>

Vega Bethencour, D. (2015). Estrategias de marketing para la mejora del producto turístico Hotel Meliá Las Antillas en Varadero. Retos Turísticos. Vol. 14. Cuba.

Zurita Mézquita, E., Castrejón Mata, C., & Valdez Bocanegra, H. (2019). Análisis del turismo religioso para establecer una estrategia de mercadotecnia turística en Celaya, Guanajuato. CIMEXUS, XIV (2), 4.



ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BECORFAN is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/ booklets)