

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**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**

PRESENTADA POR:

García Nieto Ruth Elena

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

GUAYAQUIL - ECUADOR

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: TURISMO Y HOTELERIA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Ruth Elena García Nieto**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

REVISORES

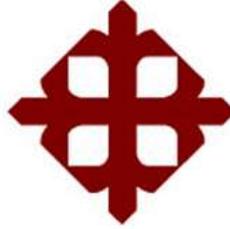
Ing. César Bustamante Chong, Mgs

Lcda. Grace Mogollón Claudett, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: TURISMO Y HOTELERIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ruth Elena García Nieto

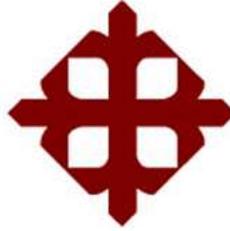
DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LA OFERTA TURISTICA PARA LA COMUNIDAD GLBTI EN LA CUIDAD DE GUAYAQUIL, Y LAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO E INCLUSIÓN DEL TURISMO GAY EN LA SOCIEDAD** previa a la obtención del Título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERA** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014

LA AUTORA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: TURISMO Y HOTELERIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, Ruth Elena García Nieto

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LA OFERTA TURISTICA PARA LA COMUNIDAD GLBTI EN LA CUIDAD DE GUAYAQUIL, Y LAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO E INCLUSIÓN DE LA OFERTA DEL TURISMO GAY**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014

LA AUTORA:

AGRADECIMIENTO

Agradezco al apoyo incondicional de mi familia, quienes representan los pilares y bendiciones en mi vida.

Agradezco a Dios por darme la vida, la salud y la habilidad de culminar mis estudios, y para así a agradecer tanto sacrificio de mis padres, para brindarme la educación-

Ruth Elena García Nieto

DEDICATORIA

En especial a Dios por derramar sus bendiciones sobre mí y mi familia y llenarme de sus fuerzas para vencer todos los obstáculos que se han presentado a lo largo de mi vida, y salir glorificarte de ellos.

A mi gordita, por todo el amor, esfuerzo, sacrificio y comprensión que me ha dado, ese apoyo incondicional en mi vida y sobretodo en mis estudios universitarios.

Ruth Elena García Nieto

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES.....	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
JUSTIFICACIÓN	4
OBJETIVO GENERAL.....	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS	6
TIPOS DE ESTUDIOS	7
ELECCIÓN DEL MÉTODO	7

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	8
CAPITULO I.....	11
MARCO CONTEXTUAL	11
1.1. MARCO TEÓRICO	11
1.1.1 Definición Y Estudios Sobre La Homosexualidad	11
1.1.2. El Turismo Glbti	13
<i>Gráfico 5. “50 zonas y barrios gay más populares del mundo.</i>	17
<i>Fuente: Blogcdn.com. (s.f).</i>	17
<i>Gráfico 6: “América Latina emerge como destino gay”</i>	18
1.1.3. Turismo Glbti En Ecuador	20
1.1.4. Turismo Gay En Guayaquil	21
1.2. MARCO CONCEPTUAL.....	22
1.3. MARCO LEGAL	23
1.3.1. Constitución Del País Y Leyes Que Amparan A La Comunidad GLBTI .	24
1.3.2. Plan Nacional del Buen Vivir	27
1.3.3. Derechos de Libertad	28
1.4. MARCO REFERENCIAL	30
<i>Gráfico 7: “Argentina promociona su Oferta de Turismo gay”</i>	30
<i>Gráfico 10: Festival Internacional de Cine Gay Lésbico Trans de Argentina.</i>	33
CAPITULO II	35

DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA GAY EN GUAYAQUIL.....	35
2.1. ANÁLISIS PEST	35
2.1.1 Factor Político	36
2.1.2. Factor Económico	37
2.1.3. Factor Social.....	40
2.1.4. Factor Tecnológico.....	43
2.2. LA DEMANDA TURISTICA GAY	45
2.3. OFERTA TURISTICA GAY.....	48
2.4. HÁBITOS DE CONSUMO	51
2.5. MARCAS GAYFRIENDLY Y EL CONSUMO GAY	53
<i>Gráfico 25. LEVIS ¿LA MARCA MÁS GAY FRIENDLY DEL MUNDO?</i>	54
CAPITULO III.....	56
RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	56
3.1. ENTREVISTAS	56
3.1.1 Entrevista al Sr. Francisco Guayasamín.....	56
3.1.2. Entrevista a la Srta. Romina Rivadeneira	66
3.2. FOCUS GROUP.....	70
CONCLUSIONES	78
RECOMENDACIONES	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. INDICES ECONOMICOS GENERALES	38
Tabla 2. Datos de población masculina y femenina en el cantón de Guayaquil.....	42
Tabla 3. Oferta Gay en Guayaquil	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Cabalgata de Europride“07.”España	14
Gráfico 2. “Francia aprueba la ley de matrimonio Homosexual.” Francia.....	15
Gráfico 3. “Los destinos más visitados por gays”. Toronto.....	16
Gráfico 4.: Ambiente Gay en Ámsterdam.....	16
<i>Gráfico 5. “50 zonas y barrios gay más populares del mundo.</i>	<i>17</i>
<i>Gráfico 6: “América Latina emerge como destino gay”</i>	<i>18</i>
Gráfico 7: “Argentina promociona su Oferta de Turismo gay”	30
Gráfico 8: Vendimia Gay 2012.....	32
Gráfico 9: CREAMFIELDS BUENOS AIRES	33
Gráfico 10: Festival Internacional de Cine Gay Lésbico Trans de Argentina.	33
Gráfico 11. Análisis Pest.....	35
Gráfico 12. Afiliación al IEES.....	39
Gráfico 13. En que trabajan los Guayasenses	39
Gráfico 14. Tasa poblacional y estados conyugales en Guayaquil	40
Gráfico 15. Analfabetismo en el Ecuador	41
Gráfico 16. Analfabetismo en el Guayas	41
Gráfico 17. Tendencia de Vivienda en el Guayas.....	42
Gráfico 18. Tecnología de la Información y Comunicación.....	44

Gráfico 19. Personas que utilizan tecnología en los últimos 6 meses.....	44
Gráfico 20: “El mes del Orgullo Gay termina con Fiesta	46
Gráfico 21. Marcha de Orgullo Gay en Guayaquil	47
Gráfico 22 Logo Disco Gayfriendly.	49
Gráfico 23. “Planta alta de Colors Discotec”	51
Gráfico 24. Nike busca patrocinar al primer deportista gay de élite.....	53
<i>Gráfico 25. LEVIS ¿LA MARCA MÁS GAY FRIENDLY DEL MUNDO?.....</i>	<i>54</i>
Gráfico 26. Estudio cuáles con las marcas más "gayfriendly"	54

RESUMEN

El Turismo Gay, es un nicho de mercado con altos beneficios económicos para el turismo en general. Es un colectivo que está acostumbrado a gastar, y viajar constantemente, gracias a su poder de independencia y su gran mayoría pertenecen al grupo DINK. Pero la oferta turística ofrecida en la ciudad de Guayaquil, para la comunidad GLBTI, es poca y limitada.

En el análisis se pudo conocer los orígenes y avances a lo largo de la historia de la comunidad GLBTI, desde el punto de vista Psiquiátrico y Legal. Se realizó un estudio minucioso de la oferta turística existente en la ciudad de Guayaquil, las expectativas y deseos del consumidor, sus hábitos de consumo, los lugares reconocidos a nivel mundial como “Gay friendly”, marcas reconocidas que apuestan por este mercado altamente adquisitivo.

Se realizaron entrevistas previamente estructuradas. Con el fin de conocer las características y necesidades que busca la comunidad GLBTI. Además se pudo conocer las preferencias, gustos, cambios, molestias e inconformidades que desean y existan en los actuales centros de diversión, sus experiencias de discriminación y aceptación fue muy interesante conocer.

Fue importante obtener significativa información a través de entrevistas a expertos en turismo gay, desde el punto de vista turístico y de diversión nocturna., para así concluir con recomendaciones y conclusiones para que futuros estudiantes tomen este análisis como referencia para futuros estudios o implementación de negocios enfocados al turismo gay.

Palabras Claves: Turismo Gay, Nicho, Dink, Gay Friendly, GLBTI

ABSTRACT

The Gay tourism is a niche market with high economic benefits for tourism in general. It is a group that is accustomed to spend, and constantly traveling, with its power of independence and mostly belongs to DINK group. But the tourism offered in the city of Guayaquil, for the GLBTI community is small and limited.

The analysis could know the origins and progress throughout the history of the GLBTI community, from the point of view Psychiatric and Legal. A thorough study of the existing tourism in the city of Guayaquil, expectations and desires of consumers, their consumption habits, and places globally recognized as Gay Friendly brands that are committed to this market were highly purchasing.

Structured interviews were conducted previously. In order to understand the characteristics and needs seeking GLBTI community. In addition it was known preferences. Tastes, changes, discomfort and disagreements exist wishing and in current entertainments centers, their experiences of discrimination and acceptance were very interesting to know.

It was important to get significant information through interviews with experts on gay tourism from the point of view of tourism and nightlife. So close with conclusions and recommendations for future students to take this analysis as a reference for future studies or implementation of business focused on gay tourism.

Key words: Gay tourism, DINK group, Gay Friendly, Niche, GLBTI

INTRODUCCIÓN

El presente estudio busca ofrecer y agregar una nueva alternativa en el turismo en la ciudad de Guayaquil, si bien es cierto, dicha ciudad es conocida por su entretenimiento y mucha diversión nocturna, y en la actualidad existe un nuevo target, un nuevo mercado llamado TURISMO GLBTI, pero sin embargo en Guayaquil es muy poco conocido. Las pocas instalaciones que existen en Ecuador, están en su mayoría en Guayaquil, Quito y Cuenca, siendo estas dos últimas ciudades con costumbres más conservadoras con respecto a temas GLBTI, pero paradójicamente, en Guayaquil hay poca infraestructura turística (hoteles, restaurants, saunas, bares y discotecas). Es por ello que la investigación se enfocará en las preferencias, expectativas, deseos y necesidades de este segmento, en cuanto a la oferta turística existente en la ciudad de Guayaquil, y una vez finalizados los estudios, visitas e investigaciones adecuadas, este trabajo servirá como referente para futuros alumnos que deseen investigar sobre el tema, o para futuros empresarios que deseen incursionar en el turismo GLBT en Guayaquil.

Es por eso que se busca proponer el desarrollo de este tipo de turismo, que en otros países, ya se ofrece y desarrolla exitosamente. Los turistas gays nacionales y extranjeros buscan nuevas alternativas de turismo GLBTI, y es de conocimiento a nivel mundial y de estadísticas internacionales según (Diario EL ECONOMISTA, 2013) que la gran parte de sus ingresos son destinados a la industria turística, de la moda y la tecnología y son parte fundamental del segmento DINK <Double no Kids>; parejas con dos ingresos y sin hijos, que por lo tanto, disfrutan de un doble sueldo con la mitad de responsabilidades.

ANTECEDENTES

En el Ecuador, hace 15 años atrás ser homosexual era un delito tipificado en el Código Penal, con penas de hasta 8 años de cárcel si un individuo era descubierto en algún acto homosexual, y se cometían sinnúmeros de atropellos, y actos discriminatorios, en contra de la comunidad GLBTI. Pero con la presentación por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS,1990) de que la homosexualidad era eliminada de la lista de enfermedades mentales, se decide presentar la respectiva demanda, y es allí que se declara inconstitucional el artículo 516 del código Penal. Y es así, que a lo largo de la historia los homosexuales en el Ecuador han tomado terreno, y hoy en día, el estado los ampara, con leyes de igualdad, de inclusión social, con leyes que penalizan la discriminación, el odio, y el Bullying. Llegando así, a tomarse las calles de las principales ciudades, con sus coloridos desfiles por el “Orgullo Gay” donde manifiestan, sus derechos obtenidos a lo largo de la historia.

Cabe indicar que con lo relacionado al turismo empezó de una forma muy clandestina, debido a que como antes se mencionó, la gente aún mantenía una mente poco tolerante a estos grupos, y no existía inversión, ni motivación turística pero poco a poco se fue incrementando la oferta en la ciudad de Guayaquil, y empezó a crecer el volumen de demanda. Pero aun así, dicha oferta no se encuentra en competencia con otros países o grandes ciudades, que brindan respeto a los derechos a los homosexuales, y donde el turismo, ha creado innumerables ganancias y grandes aporte al PIB, como lo son Madrid, Ámsterdam, Francia, Argentina, Brasil, México, entre otros. Dichos países, incursionaron en este mercado, llevados por la necesidad de crear algo que no exista.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La ciudad de Guayaquil cuenta con ofertas turísticas enfocadas al grupo GLBTI, pero está en vías de desarrollo, y necesitan una imagen que este asociada a la calidad y seguridad de un servicio, y gracias a estos atributos los turistas gays, ya sean nacionales o extranjeros se sentirán atraídos, y Guayaquil se convertirá en una ventana abierta a este nuevo nicho de mercado, que genera muchas ganancias a nivel mundial.

Guayaquil, está pasando por una seria de cambios con el fin de transformarse en un centro turístico de primer nivel con la ayuda de la arquitectura moderna y la tecnología de punta, pero aun así en lo que referencia al Turismo Gay, le falta mucho. La inseguridad, el desaseo, la escasa infraestructura, la incipiente inversión privada, ha hecho que algunos de los locales ya existentes sean repetitivos, y de muy mal servicio. Además de ello, la poca cultura de tolerancia e igualdad que existe en los ciudadanos hacia la comunidad GLBTI, que contradictoriamente no va en relación al nuevo gobierno, que se enfoca en la Igualdad de derechos.

Es por ello, que el problema radica, en el servicio de los locales existentes, y en la mínima oferta de lugares gayfriendly (lugares amigables con los gays), y solo podrían mejorar conociendo las expectativas, deseos, necesidades de los turistas gays.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera la elaboración de un estudio investigativo sobre la oferta turística GLBTI en la ciudad de Guayaquil, incidirá como base inicial de estudio, para desarrollo futuros proyectos que incorporen el lema Gay Friendly en Guayaquil?

JUSTIFICACIÓN

El Turismo GLBTI, es una nueva modalidad de turismo y ha empezado a sobresalir e implementarse en lugares de amplia aceptación social, como lo son Europa y algunos sitios de Norteamérica. Esta industria, se ha visto ampliada en países donde el aporte del turismo al producto interno bruto es importante, y en países que se impulsa el crecimiento de la oferta turística, es por ello que dicha actividad turística se ha ido desarrollando en incrementando notablemente en Latinoamérica, y Ecuador es un país que se destaca por su crecimiento en la industria turística. Es por ello que se cree que es tiempo de innovar y lanzar nuevas propuestas de mercado, y es ahí en las nuevas propuestas, donde nace el turismo GLBTI.

El Turismo Gay es uno de los rubros de mayor crecimiento a nivel mundial, Los viajeros poseen la característica de tener apertura mental en lo que se refiere a identidad de género. Este tipo de turismo ha adquirido en los últimos años gran auge y eligen destinos turísticos donde no se sientan discriminados y carezca de violencia hacia ellos (Turismo LGBT, s.f.).

Y si bien es cierto el Ecuador, ya cuenta con una ley que brinda seguridad e igualdad de derechos a la comunidad gay, y también cuenta con varias, agencias, hoteles, discotecas, bares, saunas en Quito, Ibarra, Cuenca, Manta sin embargo, puntualizándose en la Ciudad de Guayaquil no, y el punto débil de ello, es la escasa e ilimitada infraestructura, pues hay pocas discotecas, bares, hoteles, restaurantes y negocios de esparcimiento gay o gay friendly (amigables para los homosexuales).

En países con más experiencia en esta industria consideran, al turista gay como el consumidor perfecto, debido a que cuenta con altos niveles de educación y tienen elevados ingresos y parte de ellos está destinado al gasto en entretenimiento, diversión y cuidado personal, ya que usualmente no tienen hijos y viven de manera independiente.

Y es por ello que este segmento representa una ventana al futuro para el consumo, y elevará el turismo en la ciudad de Guayaquil, y es una oportunidad para innovar y abrir puertas hacia la modernidad, por tal motivo es necesario difundir este turismo en Guayaquil y hacer que la población lo acepte, para que se propague rápidamente y genere ingresos.

En países con más experiencia en esta industria consideran, al turista gay como el consumidor perfecto, debido a que cuenta con altos niveles de educación y tienen elevados ingresos y parte de ellos están destinados al gasto en entretenimiento, diversión y cuidado personal, ya que usualmente no tienen hijos y viven de manera independiente. Y es por ello que este segmento representa una ventana al futuro para el consumo, y elevará el turismo en la ciudad de Guayaquil, y es una oportunidad para innovar y abrir puertas hacia la modernidad, por tal motivo es necesario difundir este turismo en Guayaquil y hacer que la población lo acepte, para que se propague rápidamente y genere ingresos.

OBJETIVO GENERAL.

Elaborar un 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.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Describir las teorías, conceptos y referencias prácticas y legales del tema a investigar
- Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la oferta turística destinada al segmento GLBTI en la ciudad de Guayaquil
- Realizar una investigación cualitativa de mercado a la comunidad GLBTI de la ciudad de Guayaquil que muestre las expectativas de crecimiento y de inclusión en la sociedad

METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS

En lo que respecta a estudios o análisis sobre el Turismo Gay, existe una variedad de técnicas tanto cuantitativas y cualitativas. En este análisis de información, el enfoque será cualitativo.

“El enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2006, p. 8).

En este enfoque, se tiene planificado tener 2 entrevistas, que se las realizará a 2 personas reconocidas y con experiencia en Turismo Gay, y se cree que su aporte y experiencia ayudará a tener resultados veraces. que serán: Una administradora y anfitriona con más de 10 años de experiencia en lo que refiere a relaciones publicas y

administración de Discotecas Gays en la ciudad de Guayaquil, y el Dueño y Guía Turístico de la Agencia de Viajes Gay “País Canela”

TIPOS DE ESTUDIOS

Se realizarán dos tipos de estudios en esta investigación:

El estudio descriptivo, el cual permite realizar las siguientes fases, ¿Qué pasa? ¿A quién le pasa? ¿Qué Ocurre? y ¿Cuándo sucede?, las cuales, permiten adentrar en los sentimientos, deseos, expectativas y experiencias de los entrevistados y de la comunidad GLBTI en general.

El estudio descriptivo es el: “*El tipo de investigación que busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice*”. (Sampieri,R et al., 2006, p.108).

Y la Investigación de Campo, la cual permite obtener nuevos conocimientos de una realidad social, para así diagnosticar necesidades y problemas.

“*Este tipo de Investigación recoge información que proviene exclusivamente de fuentes externas primarias, mediante trabajo de campo procedente de realización de encuestas, entrevistas, observación directa, etc.*” (Iniesta & Iniesta, 2010. p. 81).

ELECCIÓN DEL MÉTODO

Para entender, realmente lo que sucede en la Oferta del Turismo GLBT en Guayaquil, el método de la investigación será exploratorio, ya que así, se lograra reunir

datos importantes para entender la problemática que enfrenta este nicho de mercado en la mencionada ciudad.

“La investigación exploratoria es un diseño de investigación, cuyo objetivo principal es reunir datos preliminares que arrojen entendimiento sobre la verdadera naturaleza del problema que enfrenta el investigador, así como descubrir nuevas ideas o situaciones.” (Dominguez, 2011)

Se procede a una investigación exploratoria cuando no se conoce el tema por investigar o cuando el conocimiento es escaso e impreciso, limitando a sacar conclusiones sobre qué aspectos serían relevantes y cuáles no. (Nieves, 2006).

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Los instrumentos o técnicas que se utilizan en la Investigación Exploratoria, son primarias y secundarias. En lo que respecta a fuentes primarias, lo construye y recoge el investigador, mediante contacto directo con el objeto de estudio. Como fuente primaria se tendrá: la observación, las entrevistas y grupos de discusión. Las entrevistas se realizarán a personas expertas en Turismo Gay, los grupos de discusión, con personas homosexuales, dispuestas a contar su experiencia, deseos y necesidades.

Con lo que respecta a las fuentes secundarias, como lo son libros, publicaciones en internet, revistas gays, blogs, y cualquier publicación que sea necesaria.

(Samperi, Fernández, & y Baptista, 2006) define a la entrevista como: “un diálogo intencionado entre el entrevistado y el entrevistador, con el objetivo de recopilar información sobre la investigación, bajo la estructura de preguntas y respuestas”.

“Un grupo de discusión es una conversación cuidadosamente planeada, diseñada para obtener información de un área definida de interés, en un ambiente permisivo, confortable y muy relajado, no directivo. Se lleva a cabo con un moderador”. (Krueger, R 1991, p. 24).

El tipo de muestra que se tomara para este análisis, será la Muestra de Juicio. Según (Malhotra, 2004) *“Es una forma de muestreo por conveniencia en que los elementos de población son seleccionados a propósitos con base en el juicio del investigador”*, por lo tanto se tomará varias muestras representativas, seleccionando personajes reconocidos y con experiencia en el turismo Gay.

En este análisis , se planificó en primera instancia hacerla con encuestas, pero al desconocer el número poblacional de esta comunidad, ya que no existen estadísticas ni censos de ello en el Ecuador, se pensó ir a las respectivas ofertas turísticas, que se encuentra en la ciudad, pero a estas instalaciones, no solamente asisten personas homosexuales, sino también heterosexuales, lo cual no daría un resultado real y veraz, además se presumía que las personas no optarían por responder una encuesta, por temor o porque no es el momento apropiado, ya que esas instalaciones funcionan de noche. Es por ello, que siendo útil la Muestra de Juicio, se escogerán y entrevistarán a 2 personas con experiencia en el Turismo Gay, para que aporten sus conocimientos turísticos y de administración de lugares homosexuales reconocidos en la ciudad de Guayaquil. Además se creará un grupo de discusión o Focus Group, conformado por 6 personas que admiten libremente su homosexualidad y están dispuestos a compartir sus experiencias, deseos y necesidades.

Previo a la entrevista, se realizarán cuestionarios estructurados para las las siguientes personas.

- Sr Francisco Guayasamín, Guía Turístico y propietario de la reconocida agencia de viajes Gay “País Canela” ubicada en la ciudad de Quito.
- Srta. Romina Rivadeneira, experta en relaciones públicas y anfitriona de varias discotecas alternativas de la ciudad de Guayaquil.

Además de ello, se realizará un grupo de discusión, donde asistan personas que reconocen su homosexualidad y que frecuentan los establecimientos gays, con el fin de obtener información veraz.

Para ello se realizará un cuestionario de 10 preguntas semi-estructuradas, las cuales se espera sean contestadas honestamente, sin ningún problema, en un ambiente tranquilo y muy sereno.

En conclusión, se espera que que con las entrevistas se logre saber los punto de vista, expectativas, deseos y necesidades de cada uno de ellos, acerca de las ofertas turísticas en Guayaquil, y de la inclusión de la oferta turística gay o gayfriendly, recogiendo ambas opiniones y puntos de vista: el profesional o administrativo, como el de los clientes y comunidad en general. Dando así pie, para poner plantear recomendaciones y conclusiones basadas en dichas entrevistas y el levantamiento de información en general.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL

1.1. MARCO TEÓRICO

1.1.1 Definición Y Estudios Sobre La Homosexualidad

Etimológicamente la palabra homosexual está compuesta del vocablo griego Homo [igual] y del latín sexus [sexo] (Fernández F., 2002)

Esta definición ha sido utilizada en las culturas populares como en los círculos científicos, refiriéndose a ella como “*aquella relación sexual que se da entre personas del mismo sexo*” (Mccary, 1983) *que no está exenta de la conformación de vínculos afectivos*” (Cory, 1970)

La palabra “lesbiana” proviene del griego, haciendo referencia a la isla de Lesbos, isla famosa por ser la patria de la poetisa de la antigüedad Safo, cuyos poemas describían su amor apasionado hacia sus compañeras, que dio origen al moderno término lesbianismo.

En la cultura Judeo-cristiana, la ley consideró a la homosexualidad un delito penable, como enfermedad mental. La razón por la cual era considerada así es porque supuestamente esta atentaba contra los valores de la sociedad y de la familia, al no llevar a la reproducción, no servía para mantener la estructura social.

“La homosexualidad, refiere al coito entre dos individuos del mismo sexo, que ha estado presente a lo largo de la historia humana”. (Ardila, 2007); experimentando después del derrocamiento del judeocristiano, una progresiva aceptación por parte de la población mayoritaria, esto quiere decir los heterosexuales.

Por lo tanto, esta preferencia sexual paso de ser un delito (anti-natural) a ser considerada como una enfermedad mental, planteamiento principalmente proveniente de la psiquiatría y la medicina, a la cual se la intento “ curar” con diferentes tipos de intervención como la modificación de conductas, reflexología, el psicoanálisis y el recondicionamiento; las cuales fueron lideradas por Psicoterapeuta Albert Ellis , el neurólogo y padre del psicoanálisis Sigmund Freud, el psiquiatra Joseph Wolpe, entre otros.

En la década de los cincuenta y sesenta, Los informes de Alfred C. Kinsey, con la creación de la Escala de Kinsey sobre la conducta sexual del varón y la mujer, (Kinsey, 1949) y lo estudios de la Psicóloga Evelyn Hooker, (Hooker, 1957) cambiaron la idea de que la homosexualidad es una enfermedad mental y aportaron a que se contemplara como opción o estilo de vida.

Es así entonces, que la Asociación Americana de Psiquiatría (APA, 1973) publicó el principal sistema de diagnóstico que se utiliza en el mundo, que es el DMS (Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales). Y a partir de 1973, la homosexualidad dejo de considerarse una enfermedad mental. Es por ello que en la edición de 1973, se publica abiertamente que la homosexualidad no es una enfermedad mental, dicho acontecimiento dio como resultado que en el año de 1990, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 1990), retira a la homosexualidad de la lista de enfermedades, y en la edición del 1996 del DMS, la homosexualidad ni si quiera es mencionada. Por otro lado la CIE, Clasificación Internacional de las Enfermedades elimino a la homosexualidad como enfermedad mental. Pero a pesar de ello, se

siguieron practicando diferentes tratamientos “curativos” a las personas homosexuales, por lo tanto es que en el año 2000 la APA firmo y aclaró que no existe evidencia científica que apoye la eficacia de las terapia “curativas” , por lo que no está incluida como tratamiento psicológico.

1.1.2. El Turismo GLBTI

El mercado Homosexual, según un estudio sobre las tendencias de consumo de la comunidad GLBTI, hecho por Optimum Media Direction (OMD), señala que dicho sector está lleno de una demanda de compradores impulsivos con una alta capacidad de consumo, quienes, además de satisfacer sus necesidades básicas, tienes a gastar por satisfacción personal o por placer. (Noguera, 2012)

Según (Cavero, 2008), al respecto, señala que:

“La población homosexual consume más que la heterosexual” y además agrega que *“son consumidores hedonistas, son más aventureros a la hora de comprar, no le temen al fracaso, a diferencia de los heterosexuales, que son más cautos.*

Y entre otras razones porque tienen menos carga familiar y pertenecen al grupo DINK (Double Income, No kids), lo cual los convierte en turistas disponibles en todo el año, y no en temporadas de vacaciones o cuando estén libres de responsabilidades.

El Turismo Gay se ha convertido en un negocio que está en pleno desarrollo en nuestro País y en todo el mundo. Este tipo de turismo es un nicho de mercado muy amplio y rentable.

A nivel internacional este nicho de mercado, es uno de los mayores exponentes en rubros en cuanto a negocios de mayor rentabilidad. Como fue mencionado anteriormente, Los homosexuales pertenecen a un segmento de alto consumo, y que generalmente no tiene hijos, ni cargas familiares, y por ello es que gastan más dinero en sí mismos.

Según (Pride, 2012) En lo que se refiere a destinos principales tienen a: Madrid (España), La noche de Madrid es conocida en el mundo entero por ser divertida, alegre, diversa y segura, así como por concentrar numerosos locales, desde restaurantes y cafés hasta bares de copas y discotecas, en distancias tan cortas que se va de unos a otros con sólo un paseo. El barrio de Chueca se encuentra en el epicentro de la noche gay con los locales más emblemáticos de la ciudad.



Gráfico 1. Cabalgata de Europride“07.”España

Fuente: Para, Kike (2008).”

Paris – Francia París es sin duda uno de los destinos más visitados por la comunidad gay. Ciudad abierta y tolerante, que tiene un enorme número de direcciones

"gay-friendly", en particular en el barrio del Marais. Allí hay docenas de bares y restaurantes con los colores de la bandera del arco iris, el centro comercial de moda de ropa o muebles para el hogar, hoteles, agencias de viajes... No hay que perderse el Desfile del Orgullo Gay, que atrae a más de medio millón de manifestantes, lo que hace de la celebración en París una de las mayores del Orgullo Gay en el mundo



Gráfico 2. “Francia aprueba la ley de matrimonio Homosexual.” Francia

Fuente: MujerxMujer.com. (2013)

Toronto (Canadá) En la ciudad de Toronto se lleva a cabo el Pride Parade, el festival del Orgullo Gay que más convocatoria de norteamericanos tiene. Por ello, es uno de los destinos preferidos de la comunidad homosexual. El barrio de mayor presencia de homosexuales en Toronto es The District Garden, localizado en el centro de la ciudad.



Gráfico 3. “Los destinos más visitados por gays”. Toronto.

Fuente: Travelsalto.com (s.f)

Amsterdam es uno de los destinos más gay de Europa, y uno de los más populares en el mundo. Incluso obtuvo el título de "Capital Gay de Europa" gracias a su tolerancia con la homosexualidad. Con el lema "La libertad es lo más querido" y con la apertura de espíritu y tolerancia ejemplar, los habitantes de Ámsterdam han hecho de su ciudad una de los destinos más apreciados por la comunidad gay. El centro de Ámsterdam cuenta con una gran variedad de bares y discotecas gays.



Gráfico 4.: Ambiente Gay en Ámsterdam

Fuente: Vargas, s.f.

Nueva York, (Estados Unidos), Los barrios de Chelsea y Greenwich Village en Nueva York son sinónimo de vida gay. Un buen número de bares gays sigue aumentando en el centro de Chelsea. Todos los movimientos, ya sean de arte o de moda, son fuertes en Nueva York, y el movimiento gay no es una excepción.



Gráfico 5. “50 zonas y barrios gay más populares del mundo.

Fuente: Blogcdn.com. (s.f).

En lo que concierne a América Latina, Uruguay figura como el país de América del Sur con mayor respeto a los derechos homosexuales o también conocido con el término anglosajón Gayfriendly <amigable>, según el ranking realizado por la guía turística de temática gay Spartacus International Gay Guide, donde se hizo un estudio a 138 países, donde el ranking valora y puntúa 14 categorías en cada país, entre esas son la existencia de leyes que prohíben la discriminación, la legalización de los matrimonios o

uniones de hecho entre personas del mismo sexo, la adopción, las costumbres y mandatos religioso, leyes o ejecuciones de personas por su opción sexual l, entre otras.



Gráfico 6: “América Latina emerge como destino gay”

Fuente: Sentigog.com. (2010).

En el otro extremo se encuentra Perú, en el puesto 104 (de 138 países), con puntajes similares a los que exhiben Turquía, Kenia y Zambia, y también Honduras y Panamá lo que los convierte en naciones muy poco amigables con este colectivo, según la publicación.

Por otro lado, Brasil comparte el puesto 38 con Estados Unidos e Italia, entre otros países, y Costa Rica y Chile (48) muestran calificaciones similares a las de Hong Kong, Vietnam y las Filipinas. A pesar de que Israel, específicamente Tel Aviv la segunda ciudad más grande de Israel, fue considerada el destino gay friendly número uno del mundo en 2011, según los resultados del concurso “Best Gay Cities 2011”,

donde se define a este lugar como que “respeta a la toda la gente” y en ella “todos pueden estar orgullosos de quienes son” según el (Ron Huldai, 2012).

Sorprendentemente Rusia y Jamaica están en el fondo del ranking, solo por encima de países donde el rechazo a la homosexualidad tiene fuertes componentes culturales religiosos.

Jordania, Emiratos Árabes Unidos e Irán, estos últimos dos, países en los que se han registrado ejecuciones, lo mismo que en Nigeria y Egipto.

De hecho, según la IGTLA (La Asociación Internacional de Viajes para Gays y Lesbianas) revela que fuera de Europa, los principales países recomendados para el turismo gay son: México, Costa Rica, Brasil, Cuba y Argentina. (Noguera, 2012)

En conclusión Latinoamérica es la gran oportunidad sin explotar del mercado turístico para lesbianas, gays, bisexuales y Transexuales, según un informe difundido por la consultora Out Now Global

Además la consultora Out Now Global presento el informe en el Word Travel Market (WTM), la feria internacional de turismo de Londres, destacando que en américa latina viven más de 25 millones de personas GLBTI, lo que indica que es un mercado multimillonario, para la industria turística. También en dicha feria se trataron temas como el Turismo Gay, el impacto de los viajes en el cambio climático, y demás desafíos del futuro que afronta la industria turística, y así buscar nuevos proyectos y soluciones al nuevo escenario planteado por la crisis económica internacional.

1.1.3. Turismo Glbt En Ecuador

Este nuevo nicho de mercado, es poco conocido en el Ecuador, pero no en el ámbito internacional, ya que el turismo gay es uno de los rubros de negocios de mayor crecimiento a nivel mundial.

En el Ecuador esta actividad turística aún se encuentra en un proceso de crecimiento. Ya existen agencias de viajes exclusivamente gays, discotecas, bares, saunas, foros educativos en instituciones legalizadas y reconocidas por el estado.

Según (Guayasamín, 2011), uno de los lugares más visitados, amados y hasta tomado como opción para vivir por los gays internacionales es la bella ciudad de Santa Ana de los cuatro ríos de Cuenca, algo totalmente extraño considerando que Cuenca es aún considerado un lugar conservador.

Aunque en Quito no existan demasiados lugares gays para distracción, las discotecas, bares karaokes y saunas son los sitios preferidos para los homosexuales nacionales, no siendo así para los extranjeros, pues estos pretenden salir de la rutina de la farra para disfrutar de las bellezas del Ecuador, asegura Francisco Guayasamín, Guía Turístico de País Canela, mediante conversación en línea.

Además, asegura “Los tours para gays no tienen nada de diferentes que los que son para personas heterosexuales, la única diferencia que hay es que se debe estar entre personas de la misma inclinación sexual o que no tengan prejuicios”

Por otro lado, las ciudades y personas de las sierra ecuatoriana son en su gran mayoría muy apegados a la religión y considerados conservadores con respecto a temas GLBTI, pero contradictoriamente en Guayaquil es difícil contactar con agencias

dedicadas a este tipo de turismo, que por el contrario en la ciudad de Quito existen abanicos de opciones, que van desde hoteles, agencias, saunas, discotecas entre otros.

No obstante, en la ciudad de Guayaquil, que fue el sitio elegido para elaborar el análisis de la situación actual de la oferta turística para la comunidad GLBTI, se realizara un levantamiento de información, confiando en que en futuros años, Guayaquil, sea considerada una ciudad Gayfriendly.

1.1.4. Turismo Gay En Guayaquil

La ciudad de Guayaquil tiene una gran comunidad GLBTI activa, y es una excelente entrada para viajar a miles de destinos turísticos, entre esos a las Islas Galápagos. Guayaquil es una ciudad moderna, completamente turística, atractiva por su cultura, su comida y tradiciones. Pero como destino gay recién se está desarrollando.

En este segmento de mercado hacen falta más negocios de nivel internacional. “La mayoría de turistas gay no son mochileros, ni hippies, sino todo lo contrario: buscan sentirse muy cómodos y son clientes exigentes y muy exclusivos”, explica José Torres, Gerente General de Aylu Bed & Breakfast Gay en Perú.

El mercado turístico GLBTI presenta peculiaridades que lo diferencian de los otros segmentos de mercado turístico. Desde el punto de vista de la demanda, esta comunidad busca espacios en que la homosexualidad sea reconocida y legitimada convierte a la persona homosexual en un continuo viajero (Hughes, 1997)

En la ciudad de Guayaquil el turismo gay, está en pleno proceso de crecimiento, actualmente el principal punto débil es la falta de infraestructura, ya que se cuenta con limitadas discotecas, bares, y negocios de esparcimiento gay, Lo cual, se convierte muy

monótono a la hora de escoger un lugar de esparcimiento y crece la insatisfacción del turista.

Por otro lado, cierta parte de los Guayaquileños, no miran muy bien a todo lo que tenga que ver con la comunidad GLBTI, pero esto es algo que está cambiando. Ya que gracias a la corriente internacional, las nuevas tendencias de turismo, y el apoyo del estado constitucional y las normas del buen vivir, están empujando hacia una cada vez mayor tolerancia y comprensión.

1.2. MARCO CONCEPTUAL

Servicio

Son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetos o en otros bienes de los que los compradores son responsables. (Christopher Lovelock, 2009)

Calidad

Según (Juran & Gryna, 1995) definen calidad como la satisfacción del cliente externo e interno.

(Montgomery, 1996) sostiene que es el grado hasta el cual los productos satisfacen las necesidades de la gente que los usa.

Dink

DINK, siglas en inglés que significan “Double Income No Kids”, que en español se traduce literalmente por “doble sueldo, no niños”.

La cultura Dinky no es resultado de la imposibilidad biológica de parejas de cualquier condición sexual, sino una elección y proyecto de vida

Marketing Pink

Es el marketing dirigido a la comunidad Gay. Según (Carballo, 2011) fue creado por los mercadólogos para estudiar los comportamientos de consumo de los gays y lesbianas.

GLBTI

GLBTI O LGBT son las siglas que se designan colectivamente a lesbianas, gays, bisexuales y personas transgénero e intersexuales. En uso legal desde los años 90, y es la prolongación de las siglas LGB, que a su vez habían remplazado a la expresión “comunidad gay”. En la actualidad su uso moderno intenta enfatizar la diversidad de las culturas basadas en la sexualidad y la identidad de género.

Gay

El término Gay que en inglés significa “alegre”, suele emplearse para referirse a los hombres homosexuales. Gay es un adjetivo o sustantivo que identifica a las personas homosexuales sin importar su género.

Este término fue empleado por primera vez en 1869 por Karl Maria Kertbeny, pero fue el libro “Psychopathia Sexualis” de Richard Freiherr von Kraft Ebing, el que popularizó el concepto en 1886.

1.3. MARCO LEGAL

La situación legal de las personas que conforman la Comunidad GLBTI (Gays, Lesbianas, Bisexuales y Transexuales e Intersexuales) varía mucho en el mundo. En lo

que respecta a países del Sur, Sudáfrica, Fiji y Ecuador incluyen en su Constitución la orientación sexual expresamente protegida contra la discriminación.

Es por ello que en un país, en donde existen decisiones políticas para empezar a realizar e implementar cambios radicales, todo funciona. En este caso, la aprobación de leyes igualitarias, de unión de hecho, el respeto a la identidad de género, leyes contra la discriminación, invita a conocer Ecuador, y no solo por homosexuales, sino también aquellas personas que siguen las tendencias que marcan los gays y lesbianas. Y su vez esto genera, un escenario propicio para los negocios, para el comercio, y para el turismo.

Por lo tanto, que es importante mencionar el avance legal que ha tenido esta comunidad en el Ecuador, en los últimos años.

1.3.1. Constitución Del País Y Leyes Que Amparan A La Comunidad GLBTI

En el Ecuador, hace 15 años ser homosexual era un delito tipificado en el Código Penal, con penas de hasta 8 años de cárcel si un individuo era descubierto en algún acto homosexual.

El **Art. 516**, inciso primero del Código Penal del Ecuador, señalaba que:

“Las relaciones homosexuales consentidas entre adultos serán castigadas con reclusión de cuatro a ocho años”

En la sociedad antigua se cometieron varios atropellos en contra de la sociedad gay, la detención masiva de cien homosexuales sucedida en Cuenca en septiembre de 1997, fue el detonante para que se declare inconstitucional el artículo 516 de la Carta Magna. Para entonces en 1990 la Organización Mundial de la Salud ya había eliminado

a la homosexualidad de su lista de patologías, por ello, este fue uno de sus principales argumentos para el reclamo de sus derechos.

Es entonces, que en septiembre de 1997, el Doctor Ernesto López, que actuó como defensor de los demandantes, presentó las firmas y demás documentos de los demandantes ante el Tribunal Constitucional y el 25 de noviembre de ese mismo año se declaró inconstitucional el primer inciso del artículo 516, por considerar que violentaba los derechos de los ciudadanos homosexuales del Ecuador.

Poco después de la despenalización, en 1998 se realizó el primer desfile del orgullo gay en Quito y años después en Guayaquil.

En 1998, La Asamblea constitucional de Sangolquí, redactó y aprobó el artículo 23 sobre los Derechos y Garantías, en el cual el Estado garantizaba la no discriminación por orientación sexual, entre otros aspectos. Sin embargo durante los 10 siguientes años, el Congreso Nacional no legislo sobre el tema.

Es en febrero del 2008 y basado en la Constitución de 1998, que la Asamblea Nacional de Montecristi incluyó alrededor de 40 artículos referentes a la garantía sin discriminación e igualdad. De los cuales se destacan:

Art.11.- El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

2.- Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

3.- Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria,

orientación sexual, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. **La ley sancionara toda forma de discriminación.**

4.- El estado adoptara medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentran en la situación de desigualdad.

Además en lo referente a las decisiones de cada persona se puede enunciar el artículo 66 de este cuerpo de leyes que nos dice:

Art. 66.- Se reconoce y garantiza a las personas:

4. Derecho a la igualdad formal, igualdad material y no discriminación.

9. El derecho a tomar decisiones libres, informadas, voluntarias y responsables sobre su sexualidad, su vida y orientación sexual. El Estado promoverá el acceso a los medios necesarios para que estas decisiones se den en condiciones seguras.

Art. 67.- Se reconoce la familia en sus diversos tipos. El Estado la protegerá como núcleo fundamental de la sociedad y garantizará condiciones que favorezcan integralmente la consecución de sus fines. Estas se constituirán por vínculos jurídicos o de hecho y se basara en la igualdad de los derechos y oportunidades de sus integrantes.

Haciendo hincapié en el siguiente y último párrafo de este artículo, se puede ver que se discrimina el tema de los matrimonios, restringiéndolos a un derecho solo para heterosexuales, leyéndose así:

El matrimonio es la unión entre hombre y mujer, se fundara en el libre consentimiento de las personas contrayentes y en la igualdad de sus derechos, obligaciones y capacidad legal

A pesar de ello, se establece la Unión de Hecho, leyéndose así:

Art. 68.- *La unión estable y monogámica entre dos personas libres de vínculo matrimonial que formen un hogar de hecho, por el lapso y bajo las condiciones y circunstancias que señale la ley, generar los mismo derechos y obligaciones que tienen las familias constituidas mediante matrimonio.*

La adopción corresponderá solo a parejas de distinto sexo. (Guayasamín, "Uniones de hecho entre personas del mismo sexo en Ecuador", 2013).

Referencia que fue parte de la propuesta de campaña del candidato Rafael Correa, en el 2006, como también las organizaciones de mujeres en el país. Pero sin embargo en el segundo párrafo del artículo, discrimina el tema de adopciones, restringiéndolas a un derecho solo de parejas heterosexuales.

Con estos artículos citados, se puede notar que el Estado Ecuatoriano es el encargado de velar y garantizar los derechos amparados en la Constitución, poniendo así en igualdad de condiciones a todas las personas.

1.3.2. Plan Nacional del Buen Vivir

Hubo cambios en la clasificación de los derechos, en la nueva Constitución del 2008, en lugar de la clásica división entres:

- Derechos Políticos

- Derechos Económicos
- Derechos Civiles
- Derechos Sociales
- Derechos Culturales, se los reemplaza por los derechos del “Buen Vivir”, que en la actualidad están organizados de la siguiente manera:
- Derechos de Libertad,
- Derechos de los Pueblos
- Derechos de Participación
- Derechos de Protección
- Derechos de las personas y los grupos de atención prioritaria. (Grupos Vulnerables)

Esta nueva clasificación, ayuda a comprender e identificar de una forma directa el derecho a cada grupo.

Art. 393 del Buen Vivir.- El Estado garantizará la seguridad humana a través de políticas y acciones integradas, para asegurar la convivencia pacífica de las personas, promover una cultura de paz y prevenir las formas de violencia y discriminación y la comisión de infracciones y delitos. La planificación y aplicación de estas políticas se encargara a órganos especializados en los diferentes niveles de gobierno.

1.3.3. Derechos de Libertad

Los derechos de libertad, antes conocidos como derechos civiles, reconocen y garantizan la inviolabilidad de la vida, el derecho a una vida digna, la integridad personal, la igualdad formal, igualdad material y no discriminación, el libre desarrollo de la personalidad, la libertad de opinión y expresión del pensamiento, el derecho a tomar decisiones libres sobre su sexualidad, vida y orientación sexual.

Entre todos los derechos de libertad se incluyen los artículos referentes a los tipos de familia, la definición de matrimonio, de unión de hecho, ya antes mencionados.

En el año 2009, la Comisión Legislativa Especial aprobó una reforma al Código Penal Ecuatoriano, en cuyo artículo 445 se penaliza los crímenes de odio, entre los que incluyen aquellos por homofobia, basándose en la constitución vigente, artículo 11

Art 66, # 9.- “El derecho a tomar decisiones libres, informadas, voluntarias y responsables sobre su sexualidad, y su vida y orientación sexual. El Estado promoverá el acceso a los medios necesarios para que estas decisiones se den en condiciones seguras.

El 28 de Junio del 2011, el Gobierno Provincial del Guayas, emitió una resolución de antidiscriminación que incluye a los grupos vulnerables por su orientación sexual y que rige para toda la provincia. Se establece la creación de un Consejo de Igualdad, presidido por la vice prefectura y que compromete al Prefecto y Alcalde a que aprueben las ordenanzas respectivas, en no más de 180 días. (Guayasamín, "Cronología Legal en cuanto a Diversidad sexual en Ecuador", 2011).

En el año 2011, se exige el Montepío por jubilación de parejas homosexuales.

La participación política de forma visible de varios candidatos y candidatas GLBTI, como lo es la designación de la nueva y primera Ministra de Salud, Carina Vance, en enero del 2012, mujer públicamente lesbiana y activista GLBT, y entre sus planes esta acabar y erradicar el sistema de “clínicas” religiosas que afirman poder “curar” a gays y especialmente a lesbianas, realizándoles torturas físicas y psicológicas, y mantienen a los pacientes en contra de su voluntad.

Y para finalizar, la investigación sobre las condiciones de vida, inclusión y derechos humanos de personas GLBTI, que está realizando el Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos INEC.

1.4. MARCO REFERENCIAL



Gráfico 7: “Argentina promociona su Oferta de Turismo gay”

Fuente: PEEKG.com. (2014)

Para este estudio, se escogerá un país sudamericano como referencia, para que se pueda comprobar que el éxito del Turismo Gay si existe en regiones y culturas como la nuestra, y en países donde el sistema político y las leyes de igualdad están en mejoría y crecimiento.

Argentina es reconocida desde el 2006 como uno de los principales destinos gays en el mundo, gracias a la mejoría, cambios y aprobaciones de nuevos marcos legales, y leyes de igualdad. Principalmente la ciudad de Buenos Aires, una ciudad gay friendly, acogida por seguridad y cordialidad para este segmento, y como resultado de ello, cada vez son más los empresarios que están interesados en invertir en este nicho de mercado que genera mucho dinero.

Según datos de (Camara de Comercio Gay Lesbico Argentina CCGLAR, 2011), se estima que el 20% de los 5.3 millones de extranjeros que arribaron al país en el 2010 son homosexuales, frente al 17,8% del 2008 y el 15,3% del 2006, en un contexto de turismo receptivo creciente.

Asegura De Lucas, Pablo (2011), mediante una entrevista que el Turismo gay, es uno de los dos tipos de turismo que más van a crecer en los próximos 5 años.

En la 4ta Conferencia Internacional sobre Marketing y Turismo Gay se está realizando un estudio de mercado GLBTI de Latinoamérica en Argentina, Uruguay, Perú, México, Ecuador, Chile y Brasil. Por primera vez vamos a presentar una radiografía del consumo, de las preferencias que tienen, que aspiraciones tienen, aseguro Pablo de Luca, organizador de Gnetwork360.

1.4.1. Turismo y Entretenimiento Gay en Argentina

Son cada vez más las empresas que enfocan sus estrategias sobre este creciente mercado. En el 2009 fue creada la Cámara de Comercio Gay y Lésbica de Argentina (CCGLAR), y se puede observar que año a año se suman más hoteles y restaurants gay friendly, con planes y políticas diseñadas para este segmento.



Gráfico 8: Vendimia Gay 2012

Fuente: PEEKG.com. (2012)

En lo que se refiere a eventos, Argentina ofrece muchísimas opciones, entre las más importantes: La Conferencia Internacional de Marketing y Turismo Gay (Gnetwork360), la Marcha del Orgullo Gay, habitualmente organizada la primera semana de noviembre de cada año. La fiesta de la Vendimia Gay, que a principios de Marzo reúne más de 4000 turistas LGBT de todas partes del país en la provincia de

Mendoza. Festivales de música electrónica como Creamfields o Personal Fest, Festivales de Cine de Diversidad, como Diversa Festival Internacional de Cine LGBT de Argentina y el Festival de Tango Queer de Buenos Aires que cada año se repite su éxito.



Gráfico 9: CREAMFIELDS BUENOS AIRES
Fuente: multiticket.com.ar (2013)



Gráfico 10: Festival Internacional de Cine Gay Lésbico Trans de Argentina.

Fuente: dele FOCO, s.f.

En Buenos Aires, y en la gran mayoría de ciudades del interior del país se pueden encontrar clubes, bares, discotecas especializadas y orientadas al segmento LGBTI.

Además ofrece también su incomparable gastronomía, para disfrutarla en cada una de sus regiones, sus vinos de excelencia, cadenas de hoteles especialmente dedicadas al segmento gay. En definitiva Argentina es un país que ofrece arte, turismo, y una vida nocturna inolvidable.

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA GAY EN GUAYAQUIL

2.1. ANÁLISIS PEST

Comprende los factores generales que van a afectar; el factor público. Económico, social y ambiental, para que de esta forma se conozca la situación macroeconómica en que se encuentra el país y la ciudad, en las cuales se va a interpretar el proyecto.

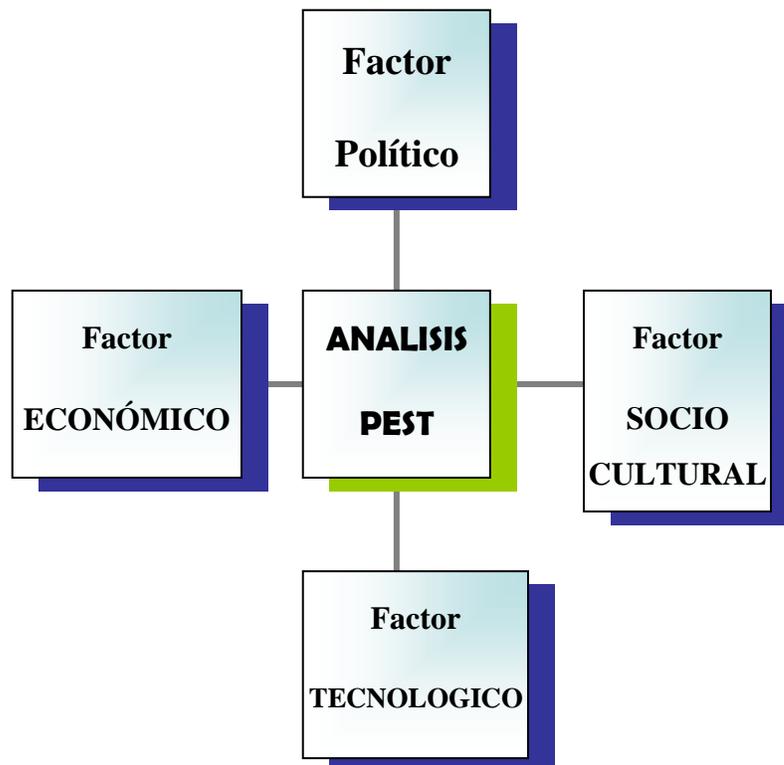


Grafico 11. Análisis Pest

Fuente: García, Ruth. (2013). [Imagen propia]

2. Factor Político

La Constitución de la República del Ecuador, también denominada habitualmente Constitución Política del Ecuador es la norma suprema de dicho país. Es el fundamento y la fuente de autoridad jurídica que sustenta la existencia del Ecuador y de su gobierno. La constitución proporciona el marco para la organización del estado ecuatoriano, y para la relación entre el gobierno con la ciudadanía. Es debido a la inestabilidad política del Ecuador que a lo largo de su vida republicana, han existido un total de 20 constituciones en la historia ecuatoriana.

En la actualidad, con la nueva revolución ciudadana implementada por el Ec. Rafael Correa, actual presidente de la República, hubieron muchos cambios en la nueva constitución, se crearon nuevas leyes, se eliminó el poder legislativo que era el Congreso Nacional, organismo que funcionó hasta el 2007, y fue remplazado por una nueva Asamblea Nacional, que redactó una nueva constitución para la nación.

Con esta nueva revolución, existe un gran apoyo al turismo, en el año 2012, hubo en ingresos turísticos por la cantidad de \$767 millones, según datos de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo (Fenacaptur) y es por eso que para este año, existe un presupuesto de \$30 millones al área turismo, así lo dio a conocer el ministro de turismo Vinicio Alvarado.

Además, con el nuevo gobierno, se impusieron nuevos planes, como el Plan Estratégico Nacional del Turismo 2009-2013 y también el Plan Nacional del Buen Vivir, además de ellos sinnúmero de beneficios y facilidades para el emprendimiento de

negocios turísticos a nivel nacional, incentivando a las macros y microempresas con el nuevo código de producción.

2.1.2. Factor Económico

Ecuador, al igual que la mayoría de los países latinoamericanos, a lo largo de su historia ha tenido problemas al no saber aprovechar sus recursos. Muchas son las causas que han dado lugar al retraso con respecto a los países desarrollados, mucha inversión extranjera, inestabilidad política, paga de deuda externa, paros, huelgas, revueltas internas, guerras, etc.

PIB

El producto interno bruto (PIB) del Ecuador, tuvo un crecimiento anual de 3,5% en el primer trimestre del año 2013, reportó el Banco Central del Ecuador.

Las actividades económicas que más contribuyeron en términos anuales al crecimiento del PIB del primer trimestre del 2013 fueron la construcción (0,79%) Correo y Comunicaciones (0,5%) y Transporte.

Tabla 1. **INDICES ECONOMICOS GENERALES**

INFLACIÓN	ANUAL	MENSUAL
	0.79%	2,27%
TASA DE INTERES	ACTIVA	PASIVA
	8,17%	4,52%
RIESGO PAIS	\$642	
IMPORTACIONES (Millones USD FOB)	TOTAL DE IMPORTACIONES MENSUALES	TOTAL DE IMPORTACIONES ACUMULADAS
	\$2146,29	\$14680,02
SALARIO UNIFICADO	En este año 2013, tuvo un aumento del 8,81%, quedando el \$318	
Deuda Publica (año 2013)		\$20.584,08
TASA DE DESOCUPACION		4,89%

FUENTE: Banco Central del Ecuador BCN. (2013)

Estadísticas locales

Debido a que la investigación, se centra en la ciudad de Guayaquil, es necesario conocer las estadísticas publicadas por el INEC:

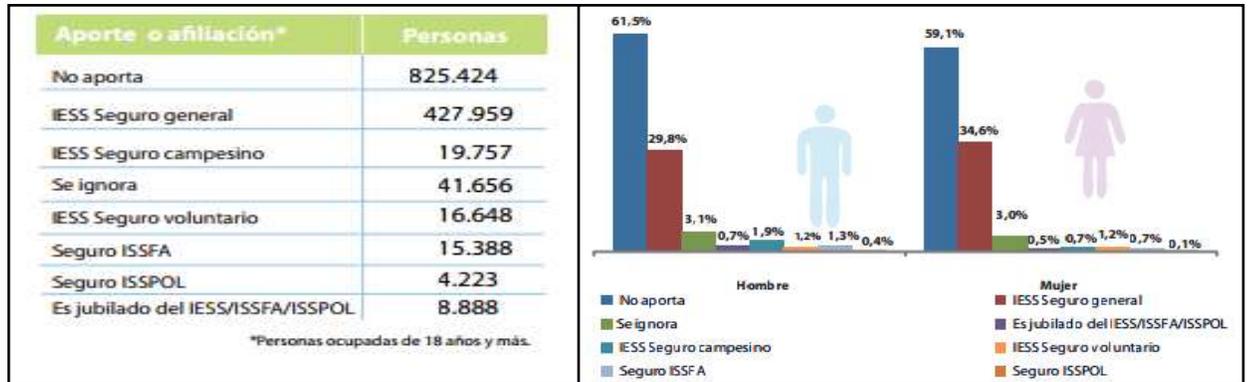


Gráfico 12. Afiliación al IESS.

Fuente: INEC (2010)



Gráfico 13. En que trabajan los Guayasenses

Fuente: INEC. (2010).

2.1.3. Factor Social

Población Total

Según el Censo 2010 realizado por el INEC, el Ecuador tiene 14'483.499 habitantes. De los cuales, el 71, 99% se auto identifica como mestizo, el 7,4% como montubio, el 7, 2% como afro ecuatoriano, el 7% como indígena, y el 6,1% como blanco. La tabla de crecimiento poblacional es de 1,54%

¿QUÉ ESTADO CONYUGAL TENEMOS?

Estado Conyugal*	Total	Hombre	Mujer
Soltero	3.960.653	39,7%	33,4%
Casado	3.521.424	32,7%	32,3%
Unido	2.214.067	20,7%	20,2%
Separado	526.860	3,7%	6,0%
Viudo	413.296	1,9%	5,7%
Divorciado	203.393	1,4%	2,4%

* Personas de 12 años y más

Gráfico 14. Tasa poblacional y estados conyugales en Guayaquil
Fuente: INEC. (2010).

Analfabetismo

El actual gobierno, se mantiene en una larga lucha por mejorar la educación en el país, y así erradicar el analfabetismo. El INEC es el responsable de publicar este exitoso avance.



Gráfico 15. Analfabetismo en el Ecuador

Fuente: INEC (2010).

En lo que respecta, el analfabetismo en el Guayas, ha bajado considerablemente a lo largo de los años. Como se puede ver en el siguiente gráfico:

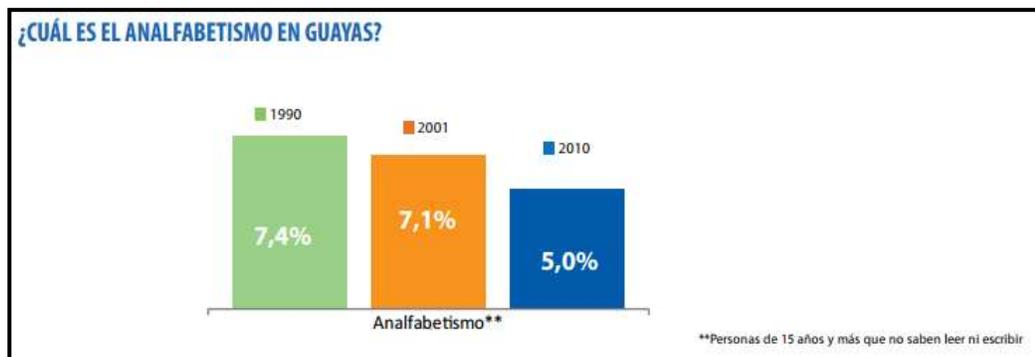


Gráfico 16. Analfabetismo en el Guayas

Fuente: INEC (2010)

Religión

La mayoría de los habitantes ecuatorianos son pertenecientes a la religión católica adoptada por sus ancestros y tradiciones familiares. El Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) lo demuestra a través de sus estadísticas.

El 91, 95% de los ecuatorianos asegura que pertenece a una religión, de los cuales el: 80,4% pertenece a la religión Católica, el 11,3% Evangélica, el 1,29% Testigo de Jehová y el restante 6,96% pertenecen a otras religiones. (INEC)

Cantón	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Guayaquil	1'158.221	63,8%	1'192.694	65,2%	2'350.915

Tabla 2. Datos de población masculina y femenina en el cantón de Guayaquil

Fuente: INEC (2010)

Vivienda en el Guayas.

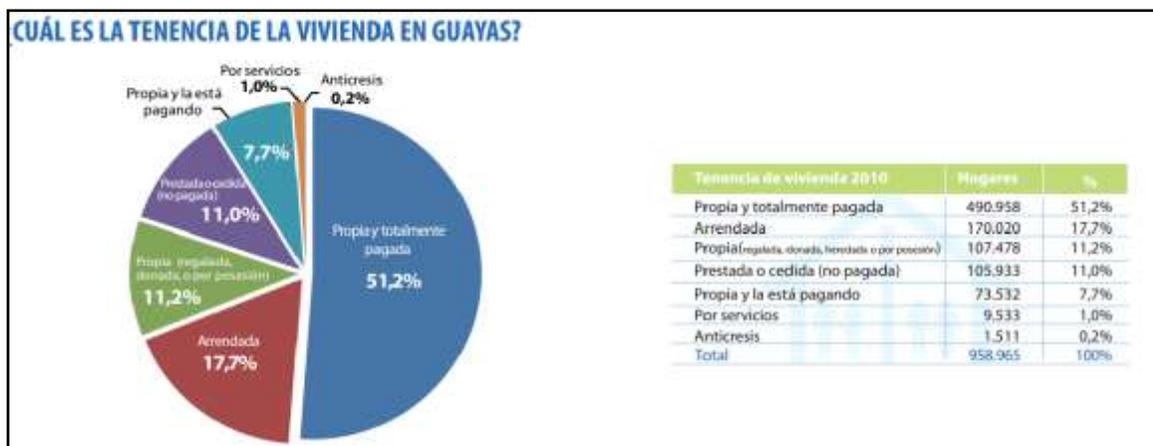


Gráfico 17. Tendencia de Vivienda en el Guayas

Fuente: INEC (2010)

2.1.4. Factor Tecnológico

Debido al gran impacto de la tecnología y la globalización al que Ecuador se está enfrentando, la oferta turística gay, se siente en la necesidad de recurrir a la tecnología, y crear cuentas en las muy conocidas redes sociales Facebook, Instagram, Twitter, correos electrónicos, Skype, Whassaap, Line, entre otros para poder realizar publicidades masivas, reservaciones, promociones y demás que estén al alcance de los turistas nacionales e internacionales.

El Presidente de la Republica, Ec. Rafael Correa, señaló que la densidad del Internet en Ecuador ha aumentado en un 800%. *“Aumentó de 6,15% en el 2006, a 48,25% en el 2012”*

Según datos de la encuesta de Tecnologías de la Información (TIC) y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el 2012 se reportaron 839.705 usuarios de teléfonos inteligentes o también conocido como Smartphone, un 60% más que lo del 2011, cuando llegó a 522.640 usuarios.

“Más de dos millones de personas de escasos recursos han podido acceder a la tecnología” añadió el primer mandatario.

Características tecnológicas en Guayaquil

Guayaquil, en lo que respecta a tecnología muestra el mayor crecimiento hasta el 2011, así lo afirma Jéssica Menéndez, directora zonal 5 Litoral del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

En el caso de las computadoras portátiles en 2010, el 9% de los hogares tenía acceso a un equipo, lo que creció a un 9,8% en 2011; pero en Guayaquil las cifras en

2010 se ubicaban en 7,8% mientras que en 2011 este índice se colocó en 12,1%, lo que significa que creció 4,3% de incremento de un año a otro, explicó Menéndez.

Otro dato es que el 24,7% de los hogares tiene computadora de escritorio y el 9,8% posee computador portátil en el país. Mientras que en el Puerto Principal el 32,5% tiene computadora de escritorio y el 12,1% de los hogares cuenta con un computador portátil.

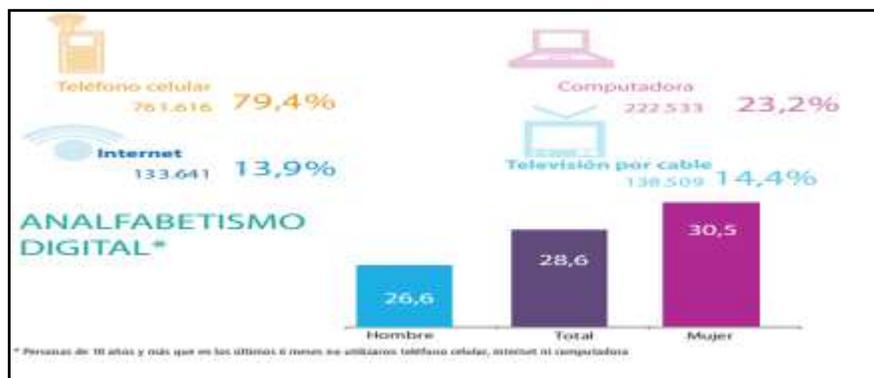


Gráfico 18. Tecnología de la Información y Comunicación.
Fuente: INEC (2010)



Gráfico 19. Personas que utilizan tecnología en los últimos 6 meses.
Fuente: INEC (2010).

En conclusión, Guayaquil es una ciudad globalizada, y la internet junto con la tecnología se ha convertido en un factor importante para darse a conocer al Mercado.

2.2. LA DEMANDA TURISTICA GAY

La demanda del turismo homosexual presenta características diferenciales, en base a sus necesidades específicas. Entre sus necesidades, sobresalen las de tipo fisiológico, de seguridad, social y de autoestima. (Korflür, Vela, & Molina Ruiz, 2006, p.105)

Como primera necesidad fisiológica, se toma en cuenta, el sexo, ya que este juega un papel muy importante dentro de las motivaciones de este viajero y a la hora de tomar una elección. Es por ello, que este tipo de turistas estudian los grados de aceptación social, que pueden tornar muy variables dentro un país, también toman en cuenta la política en referencia a la homosexualidad. Es por ello, que es muy importante que la empresa turística deba ofrecer servicios que garanticen que la identidad del mismo no causará problemas en el viaje o en la visita que haga a establecimientos turístico.

En el ámbito turístico, (Clift, S; Forrest, S, 1999) aseguran que:

Para muchos jóvenes, turistas sin pareja, las vacaciones ofrecen un espacio lejos de las obligaciones de casa, esto es; mantener la identidad homosexual lo más invisible posible, en el ámbito social de su residencia habitual, y así esto genera las oportunidades de encontrar en espacios limitados a un mayor número de personas con tendencia homosexual.



Gráfico 20: “El mes del Orgullo Gay termina con Fiesta

Fuente: Diario HOY (2012).

En lo que respecta a seguridad, es un punto clave para este sector, ya que para el turista homosexual, el grado de aceptación social sobre la homosexualidad entre varios destinos o lugares a elegir, puede resultar un factor de elección. Es importante recordar que este tipo de turista, busca la garantía de que su identidad homosexual no le cause problemas.

Entre las necesidades sociales, según (Hughes, 1997), *la identidad sexual es en parte una construcción individual pero tiene que ser validada tanto por los homosexuales como por los heterosexuales*. Entonces se puede constatar que una de las intenciones de un turista homosexual es la de encontrarse con más personas homosexuales, sintiéndose así, en su comunidad. (Korflür et al., 2006, p 105-106)

Es por ello que es necesaria la creación de espacios destinados para este grupo, llamados “lugares de ambiente”, donde puedan socializar, y sentirse cómodos. Pero también es importante nombrar que en la actualidad, este tipo de turista desea tener presencia en espacios heterosexuales visitando así los denominados lugares “Gay Friendly” donde la consideración y el reconocimiento por parte de los demás, aumente

su confianza e independencia. Ellos no desean una oferta exclusiva, y ajena a la sociedad, sino más bien que existan lugares amigables y tolerantes con su comunidad.

En la ciudad de Guayaquil empieza hacerse visible la homosexualidad en las calles, teniendo una de sus mayores manifestaciones, que son la marcha del Orgullo Gay, que se realiza todos los años en el mes de Junio, durante las cuales se recalca la existencia de la homosexualidad, se reclaman los derechos aun no obtenidos. Pero más allá de aquello, estas manifestaciones, crean una portada turística al mundo, y a su vez genera reconocimientos desde un punto de vista internacional, generando así una gran demanda turística a nivel nacional e internacional.



En la demanda del público GLBTI, también se puede encontrar una diversidad de necesidades dentro de su propia comunidad: los estilos de música, la estética, clases sociales, posturas o etiquetas impuestas por ellos mismos y hasta la manera de entender el sexo y su papel en el.

A la hora de atender al turista gay, o a un colectivo homosexual, no significa que deba ser algo especial, ellos no desean una agencia de viajes exclusiva, o una marca de ropa exclusiva para ellos, alojarse en hoteles exclusivos para gays. Al contrario quiere ser atendidos como cualquier turista. Pero también como cualquier tipo de turismo, el de tercera edad, el turismo de aventura, el deportivo, tiene necesidades específicas.

A muchos homosexuales no les gusta pasar sus vacaciones en un hotel, o cualquier establecimiento turístico, repletos de familias con niños. A muchos, no a todos les gusta estar en un ambiente homosexual, encontrarse con otras parejas formadas por personas del mismo sexo. Y sobre todo les gusta ser bien atendidos, de forma que se sientan cómodos a la hora de pedir cualquier información o servicio. (Molina, 2003)

En una entrevista realizada por la Revista Hostel Tur, a la Sra. Vivianne Schael, directora de Dasi Tours, operadora de turismo americano G&L señala que. *“El turismo gay tiene algunos rasgos que pueden ser muy interesantes para el sector turístico. Por una parte al no tener hijos normalmente y por lo tanto no estar atados a las tradicionales épocas vacacionales, los gays y lesbianas pueden viajar en todas las temporadas de año”* y además asegura que: “el hecho de no tener hijos y responsabilidades familiares, el colectivo G&L no se deja influir de corrientes como la de dejar de viajar a causa de amenazas terroristas o de guerra. Y finaliza diciendo que el “En el mercado heterosexual hay más miedo

2.3. OFERTA TURISTICA GAY

La oferta turística gay en la ciudad de Guayaquil ha evolucionado con la creación de bares, discotecas, saunas, etc. En sus comienzos quizás con un cierto aire de

clandestinidad. Pero en la actualidad, la oferta existente brinda un servicio que reconoce la homosexualidad como algo autentico, contribuyendo al turista homosexual, un espacio en el que su identidad homosexual puede ser expresada sin ser mal visto, castigado o discriminado.



Grafico 22 Logo Disco Gayfriendly.

Fuentes: @Plain Publicidad Gay de Discoteca Colors. Recuperado de: <http://www.colorsdisco.com/>

En la ciudad de Guayaquil encontramos muchos establecimientos de oferta turística gay claramente reconocidos por la sociedad. La mayoría de estos se concentran en la Zona Rosa y los otros en GARZOCENTRO 2000.

Esta oferta se encuentra muy marcada por el estilo de música (Electrónica, Electro Pop, Reggaetón,) y por la estética tanto del establecimiento como del público.

Aquella oferta está destinada y dirigidas al público gay, algunos con carácter más exclusivo que otros, pero en la mayoría suelen ser mixtos entre gays y lesbianas. En estos últimos años ha aumentado la oferta dirigida al público lésbico, con la apertura de bares y discotecas exclusivos para ellas.

A continuación se presenta la lista de Ofertas existentes en Guayaquil:

Tabla 3. Oferta Gay en Guayaquil

DISCOTECAS	DIRECCION	
Plain Bar	Garzocentro 2000	
Colors by Mondo	Garzocentro 2000	
PALKO by Bongos Discotec	Av. Agustín Freire	
ACTIVA	Rocafuerte 419 y Padre Aguirre.	Zona Rosa
IBIZA	Av. Francisco de Orellana	Diagonal a Kennedy Mall
PIKANTO	Garzocentro 2000	
FLOW	Padre Aguirre y Rocafuerte	Zona Rosa
LED	Urdesa	GayFriendly
GLAM	Plaza Aventura	GayFriendly
Vhuda Bar	Plaza Aventura	GayFriendly
Nine Concert	Baquerizo Moreno	
Bar Gaia	Esmeralda y Alejo Lazcano,	GayFriendly
Ebbro	Malecón del Salado	GayFriendly
Isis	Urdesa Central	GayFriendly

Fuente: Investigación Exploratoria

En la mayoría de ellos los heterosexuales son bienvenidos, pero no en todos se cuida que estos no molesten ni incomoden a su clientela homosexual.

En cuanto a lugares o establecimientos heterosexuales, existen muchos que son gayfriendly, o alquilan sus instalaciones y su marca o logo para realizar fiestas gays, con actuaciones de streeper, transformistas u otras actividades. Es por ello que hoy en día muchos negocios y marcas se han interesado por el público homosexual. Apostando por ser lugares gayfriendly.



Gráfico 23. “Planta alta de Colors Discotec”

Fuente: colorsdisco.com. (2012).

Sin embargo, a pesar de la amplia oferta antes expuesta, también se observa escasa variedad. Los locales y negocios se dirigen, en su mayoría, al mismo tipo de público o perfil homosexual, la misma temática. Por lo que es notorio que no se tiene en cuenta ciertos perfiles gays y el sector de las mujeres.

Según Francisco Guayasamín, propietario y guía turístico de la agencia de viajes gay “País Canela”, ubicada en la ciudad de Quito -, declaró que *“En cuanto a los sitios gay en Guayaquil, y lo mismo es para todo el país, si quieren atraer buena calidad de turistas, tiene que mejorar su atención, y sobre todo en temas de aseo, ventilación y seguridad”* (F. Guayasamin, entrevista via email, 07 de noviembre de 2013)

2.4. HÁBITOS DE CONSUMO

Es necesario conocer el perfil del mercado turístico homosexual. El único estudio que existe hasta el momento sobre el mercado gay en Latinoamérica es el realizado por

la agencia Omnicom Media Group en el 2008, que fue aplicado a 2500 personas gays, lesbianas, bisexuales y transexuales mayores de 15 años en Argentina, Chile, Colombia, México, Perú, Uruguay. Según este informe el consumo se identifica en tres segmentos.

El primero son “los conservadores” apegados a su familia y lo privado, seguidos por los “aventureros”, caracterizados por ser “abiertos e impulsivos” y los “asumidos” que tienen una misma conducta en los ámbitos públicos y privados. (ANODIS, 2008)

Explica, Karina Besprosvan, directora de Research de OMD, que “Hay un espacio de consumo público, donde también comparten espacios con gente heterosexual, que corresponde a sus amistades de trabajo, a sus salidas con conocidos, a las compras en el supermercado, en tiendas de ropa y al consumo de medios masivos. El ámbito privado, en tanto, es donde pueden expresar libremente su sexualidad: dentro de su casa, con amigos íntimos, familiares, lugares nocturnos gays y en internet”

Por lo tanto el estudio de investigación detallo que el 76% encuentra una marca que le gusta, se queda con ella. Entre sus principales atractivos y hábitos de compra, “Les gusta lo trendy, es por ello que destina la mayor parte d sus ingresos a ropa, viajes, restaurantes y todo aquello que le dé un toque de vanguardia”, comenta Jaime Rogel Quintana el director de Babylon Tours, agencia especializada en turismo lésbico, gay, bisexual y transexual (GLBT)

Otros datos relevantes son diferencias entre gays y lesbianas, pues las segundas no solo gastan y salen menos que los primeros, sino que además su consumo está más ligado a las necesidades y el de los gays al placer. (Besprosvan, 2007)

Con respecto al consumo de medios de comunicación, el estudio de la OMG aplicado en Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay, resulto que que el 47% consideran que el internet es el mejor medio informativo. Según los investigadores la internet les es importante más que otro medio, debido a que a través de ella tienen la

oportunidad de expresarse y comunicarse con otros pares, tienen acceso a series que no transmiten en televisión abierta, a los chat, a las paginas gay y a la información enfocada netamente a ello.

2.5. MARCAS GAYFRIENDLY Y EL CONSUMO GAY

Algunas ya son las empresas que a nivel internacional se han apuntado en este nuevo segmento, el cual marca muchas tendencias y características atractivas.

Los GLBT reconocen algunas marcas con las que han ido generando empatía debido a que estas han sabido orientarse hacia sus gustos y necesidades, como lo son:



Gráfico 24. Nike busca patrocinar al primer deportista gay de élite

Fuente: Advocate. (Julio, 2013)



Gráfico 25. LEVI'S ¿LA MARCA MÁS GAY FRIENDLY DEL MUNDO?

Fuente: empresasgayfriendly.com.(s.f)

A este nicho de mercado le gusta estar bien informado, y la tecnología es su mejor aliado. Las mujeres lésbicas superan a los heterosexuales respecto al uso de internet.

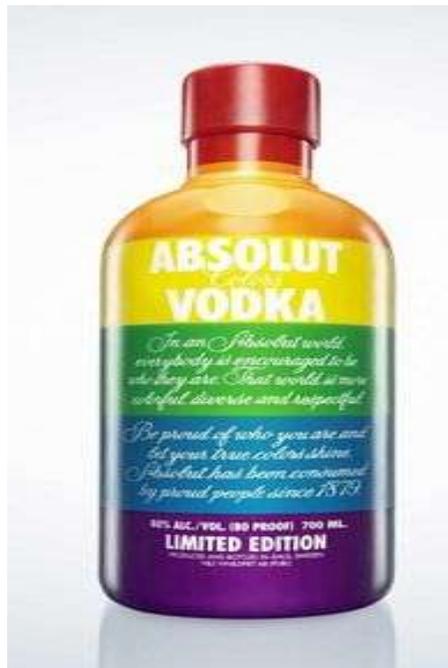


Gráfico 26. Estudio cuáles con las marcas más "gayfriendly"

Fuente: ANODIS

Según los expertos en Marketing Rosa, este sector debe ir un paso adelante, desde el momento en que anuncia su preferencia sexual, siempre buscara por lo innovador. Muchos de ellos se integran al mercado DINK, lo cual significa que el doble ingreso lo destinan a satisfacer sus necesidades y no a la manutención de una familia.

Entre otras marcas gayfriendly que se puede mencionar es Ron Bacardi, American Express, Aerolíneas Lufthansa, vodka Absolut, Dolce y Gabanna, MTV, Diesel, Gucci, Banana Republic, Hyundai, entre otros.

Es por ello que muchas empresas y firmas se han dado cuenta que el beneficio de ser gayfriendly y tener como clientes a los homosexuales. Ya está dicho que los GLBT son un grupo con alto poder de compra y mucha flexibilidad para consumir, las empresas pioneras en satisfacer esa demanda, buscan la creación de un ambiente comercial amigable y aportarles un valor añadido o diferenciados a sus productos y servicios.

CAPITULO III

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

3.1. ENTREVISTAS

3. Entrevista al Sr. Francisco Guayasamín.

Entrevista estructurada, realizada al Sr. Francisco Guayasamín, Guía turístico especializado en turismo Gay en la ciudad de Quito.

Las preguntas previamente estructuradas fueron las siguientes:

1.- *¿Cuántos años tiene formando parte en el turismo Gay, como nació la idea de crear País Canela?*

Vengo guiando a gente gay desde el año 1992, en el 2000 entre a trabajar como Jefe de operaciones en la primera agencia de viajes gay que funcionó en Ecuador.

País Canela nació justamente con la idea de informar no solo a la gente GLBT sino a todo tipo de personas sobre la existencia de lugares para sexualmente diversos en Ecuador, no solo en cuanto a diversión, sino también en todo lo referente cuanto al convivir general de los sexualmente diversos en Ecuador. Esto se dio debido a las confusiones que existían y existen hasta ahora sobre la percepción que tiene la sociedad sobre los sexualmente diversos sobre todo debido a la falta de una información real sobre el tema.

La idea de ofrecer unos servicios personalizados sucedió justamente porque experimente que gran parte de propietarios de negocios creados para gente GLBT, en su mayoría lo único que busca es el lucro, creyendo que el GLBT deja mucho dinero, pero sin importarle la parte humana. Varios de ellos son personas que por cultura general no se respetan a sí mismo, en este caso, peormente podrán respetar a otros,

Es triste decirlo pero la realidad que experimente, es que varios de los propietarios de negocios GLBT que existen hasta ahora, son homofóbicos interiormente. Es decir no gustan de los gays, solo nos ven como un negocio.

“Las loquitas y las mariquitas dan plata”, es su lema cuando hablan en interno. Aunque su discurso publicitario sea: “Estamos al servicio de la comunidad”

Para el 2003 decidí empezar a especializarme en guianza a personas GLBT de una manera personalizada y me independicé de la agencia de viajes en la que trabajaba, justamente por el tema mencionado anteriormente.

País Canela no es agencia de viajes, es un sitio web, que da información a personas que deseen conocer sobre diversidad sexual en Ecuador de una manera analítica. Aquí se enfoca tanto los lados positivos como los negativos de las diversidades sexuales en Ecuador, es decir se presenta una realidad, que a muchos les disgusta, y justamente se da en el aspecto de servicios a GLBT, esta parte a muy pocos les gusta mejorar.

Últimamente especializando en dar información a viajeros sexualmente diversos que vienen a Ecuador, enfocándome generalmente en personas maduras que tienen posibilidad económica de contratar un guía, solicitar buenos servicios y sobre todo que deseen conocer nuestro país.

No me enfocó en turismo sexual, como algunos lo creen. El que desea turismo sexual o simplemente busca en internet. El que realmente desea conocer realmente el Ecuador contrata un guía.

En este caso más bien soy un agente de viajes que organiza los viajes de turistas GLBT que visitan el Ecuador y mi servicio primordial es justamente es la guianza personalizada.

2.- Desde su punto de vista ¿Por qué Guayaquil siendo una ciudad cordial, llena de lugares atractivos, y de un turismo nocturno, los turistas eligen en otras ciudades?

La gente muchas veces confunde que TURISMO significa simplemente tener lugares atractivos. Es lo que pasa últimamente con Ecuador, ponen en el cargo de Ministros de Turismo a gente que no conoce de este tema, porque creen que TURISMO simplemente es hacer PUBLICIDAD o VIAJAR.

El turismo va más allá. Por más que existan buenos sitios, si la ciudad es insegura ya es un gran problema,

En los concursos de belleza, las candidatas en sus respuestas dicen que la gente de su ciudad es maravillosa, es amable, y dan calificativos positivos a la gente.

No quiero caer en ese aspecto, que incluso cae la publicidad turística. En nuestro país existe de todo, hay gente buena, pero también hay gente agresiva. Y el problema principal del Ecuador, es la gente.

Aquí no existe una buena cultura de servicio al cliente. La gente que ofrece el servicio se cree más importante que el cliente. En pocas palabras el vendedor es más importante que el cliente. Esto se hace notorio cuando los turistas viajan a países vecinos como Colombia, Argentina o Perú, el trato cambia totalmente.

En el caso específico de Guayaquil, a mí me da miedo llevar a un turista notoriamente “gringo” a Guayaquil. Porque cuando andamos por las calles, como la Avenida 9 de Octubre, cierta gente se nos ha acercado a pedir dinero o a vendernos algo. Si no se les da o no se les compra, la agresión es evidente. Incluso una vez, uno nos amenazó que nos iba a matar.

Otra vez iba con dos turistas que querían conocer Guayaquil, y estaba programado quedarnos dos días en la ciudad, pero al ver el tráfico y lo agresiva que es la gente manejando, ordenaron que sigamos de largo.

Para eso se suman los medios de comunicación que parece que no aman a la ciudad.

Las mismas noticias amarillentas, los programas de televisión donde se dedican a presentar como plato fuerte del día la violencia que existe en Guayaquil, incluso donde se presenta el uso de vocabulario vulgar, hacen que varios turistas que ven estos programas por cable o por internet, crean que Guayaquil es así en general.

Varios turistas al ver este tipo de información anulan su paso por Guayaquil.

3. En su experiencia como Guía Turístico, ¿Podría contar alguna experiencia discriminatoria hacia su persona o sus turistas en la ciudad de Guayaquil?

Aquí hay que recalcar algo que a muchos gay les duele. El máximo discriminador hacia las diversidades sexuales es el mismo gay.

Una vez fui con el nieto de Howard Johnson, propietario de una gran cadena de hoteles en el todo mundo, y entramos a la discoteca Vulcano, que estaba de moda en ese tiempo. No duramos mucho allí, después de diez minutos, fue el mismo turista me pidió que abandonemos aquel lugar.

Al salir, el guardia nos preguntó: - ¿Por qué salen tan rápido?

Su respuesta fue tajante – Nunca he visto un lugar tan superficial en mi vida.

En el poco tiempo que estuvimos allí, vimos a dos jóvenes gay que cada vez que pasaba alguien por delante de ellos, que según ellos no eran de su agrado, se metían el dedo en la boca haciendo un gesto como que se provocaban un vómito, aduciendo que aquella persona, que por supuesto era gay, era para ellos vomitiva. Ese show deprimente también lo vi una vez con otros turistas en el Black Out de Quito.

Con esto no quiero generalizar que todos los gays o todos los sitios gay sean así. Pero este tipo de actitudes son las que ahuyentan a clientes que hemos aprendido que la base del buen convivir humano es el respetar a otros y el respetarnos a nosotros mismos.

4.- De seguro usted trabaja con compañías Gay friendly, ¿Por qué cree usted que ciertas empresas no se atreven a exponer que son Gay friendly, y se mantienen en el “anonimato”?

Un problema grave que tenemos en Ecuador y sobre todo con gente del ambiente gay, es que NO SABE LEER, suena duro, pero es cierto.

País Canela tuvo contacto con varias personas heterosexuales en su mayoría que quisieron ofrecer sus servicios a gente GLBT, tanto en restaurantes, grupos de desarrollo personal, hoteles, etc.

En la Guía se explicó que eran sitios Gay Friendly, lo que representa que NO SON SITIOS EXCLUSIVAMENTE GAY, sino donde los GLBT no tendrían ningún problema en ser bien atendidos. Pero la gente creyó que eran sitios gay y que sus propietarios también lo eran.

La realidad que se vive en Ecuador, es que el ambiente está sumamente sexualizado. Cosa que no ocurre con las lesbianas. La gran mayoría de ellos acudían a esos sitios creyendo que eran sitios de ligue, que eran sitios de contacto, etc. Los propietarios muy educadamente me contaron los problemas

En un caso, el hotel cerró sus servicios a clientela gay ecuatoriana aduciendo especialmente la falta de respeto. Los turistas ecuatorianos llegaban borrachos o incluso llevaban alcohol a las habitaciones. Algunos fueron a sus cuartos llevando personas peligrosas que recogían en la calle con las que ellos deseaban tener relaciones sexuales.

En el otro caso, el hotel empezó a trabajar con un nivel ejecutivo, y no existía una publicidad en el ambiente gay sobre el hotel. Se lo promocionaba de boca a boca o en sitios web internacionales. Lastimosamente el propietario empezó a promocionar el hotel en discos y bares de la ciudad. El rumor se esparció rápidamente. Clientes gay empezaron a asistir al hotel con acompañantes prostitutas cuyo negocio principal es el robo.

Turistas extranjeros y hasta nacionales empezaron a reclamar que habían ingresado a sus cuartos a robarles.

Pero lo que le acabo definitivamente al hotel, es que la tarjeta de presentación llegó al pero periódico escandaloso y amarillista que justamente tiene su base en Guayaquil.

Periodistas fueron y tomaron una foto de la fachada donde estaba el hotel, y sacaron como titular en primera plana: “HOTEL PARA MARICONES FUNCIONA EN QUITO”.

En mi caso yo trabajo en turismo y no pongo los nombres de los hoteles con cuales trabajo, justamente por los casos mencionados anteriormente.

5.- Cree usted que creando lugares Gay friendly, mejorara las expectativas de los turistas GLBT, con respecto a la Oferta turística ofrecida en Guayaquil?

Me parece que Montañita se volvió un sitio Gay Friendly, allí no se hacen problema y son muy atentos con los GLBT. Si se educa a la gente de varios negocios donde no esté implicado sexo y alcohol, la gama se abrirá para que muchos tengan negocios donde puedan acudir tranquilamente, sabiendo que van a ser bien atendidos, y también que tiene que existir respeto por parte de los GLBT. Hay que educar en ambas direcciones.

6.- Que sugiere usted, que debe mejorar en la Oferta gay en Guayaquil?

En todo el Ecuador se cayó en el gran error de pensar que tener sitios de diversión es un avance en cuanto a activismo GLBT. Prácticamente estos sitios solo ofrecen sexo, pornografía y alcohol. Incluso en algunos ya se venden drogas. Estos son unos armarios de los más dañinos, aunque la gente cree que salir del closet es asistir a estos armarios con música, alcohol y porno.

Prácticamente, sin caer en el plano moralista, este estilo de vida, al que lo están llamando el GAY ESTYLE OF LIFE, está destrozando y destruyendo en todo aspecto a los GLBT.

La oferta tiene que aumentar en otras ramas de la cual existe una infinidad de servicios. Por ejemplo: A la gente de Guayaquil le gusta el teatro... se puede empezar por allí.

7.- ¿Porque cree usted que el Gay o Lesbiana, no reclama el maltrato que se le da, el mal servicio y sigue asistiendo a estos lugares, a pesar de que no es de su agrado?

Justamente porque los sitios GAY están limitados a servicios.

Son los mismos propietarios que aducen que el SEXO Y EL TRAGO dan plata. Poniendo el ejemplo de Quito, los negocios gays son VIDEOS, SAUNAS, DISCOS Y BARES.

En los Videos y saunas se ofrece sexo gratuito con altas dosis de pornografía incluso de la fuerte y hasta grotesca, en los discos y bares la gente acaba sumamente idiotizada por el alto consumo de alcohol que prima en lo que falsamente se denomina comunidad gay.

Si lo pensamos fríamente, esto en vez de educar a la gente, incluso para que reclame sus derechos, lo que hace es atontarles, embobarles, volverles apáticos. Los principales problemas del mundo gay es justamente que en estos sitios caen fácilmente en adicciones, hay un alto índice de alcoholismo en este ambiente, y ahora el gay se está volviendo muy adicto y hasta esclavo de actividades sexuales hasta de alto riesgo, que ponen en riesgo su vida, su salud, y la de otros.

Falsamente creen que ese es el modelo de vida de un gay, que es promulgado incluso por activistas.

Es irónico, algunos de ellos pelean por los derechos como activistas, mientras que en estos sitios callan su boca, y varios de ellos son propietarios de los mismos.

Cuando se les ha reclamado a los propietarios sobre el maltrato que existe en estos sitios – Estamos llenos – Ha sido la respuesta.

Incluso, es anecdótico, el propietario de un sauna en Quito, es justamente un activista gay ligado a una fundación, donde la calidad en cuanto a aseo del sauna es deplorable. El mismo escribía en una carta aduciendo que no sirve de nada abrir otros sitios en cuanto a temas como arte, espiritualidad, cultura, deporte, porque según afirmaba este activista – El gay solo sirve para alcohol y sexo.

Aquí se aplica la frase “Dale al pueblo circo y les tendrás contentos”, mientras a la gente de ambiente les des sexo y alcohol jamás reclamaran.

En mi experiencia, el gay ecuatoriano busca un lugar que esté lleno de gente. No busca buena atención, ni aseo, aunque algunos incluso finjan tener clase o que son exclusivos. Lo que busca es un lugar donde beber, farrear y tener sexo. El resto, no le importa o simplemente se resigna.

Mientras que el gay extranjero, sobre todo el que ha viajado por varias partes del mundo, al ver estos sitios se deprime y no se queda.

Aclarando también que debido a los problemas mencionados anteriormente existe una cantidad inmensa de GLBT que no asiste para nada a estos sitios, y claramente desea un cambio, nuevas propuestas o desean que mejore la oferta existente.

8.- Desde su punto de vista personal, Que opina sobre las leyes que hoy en día existen en función de la igualdad, cero discriminación, y la inclusión social?

Las leyes existen pero en la práctica es diferente. Sigue la discriminación por parte de los mismos GLBT, incluso ahora se discrimina al que piense diferente o actúe fuera de los modelos que impone la denominada comunidad.

Se agrede al que piensa o tiene creencias espirituales o religiosas. Se discriminan entre los mismos gays por cuestiones de aparente status social.

En los mismos medios de comunicación son los mismos gays que se han dedicado a la triste labor de chismear, incluso como críticos de moda en el cual se burlan del que viste o no viste bien.

Personalmente yo deje de hacer tours con turistas gay ecuatorianos porque llaman a preguntar – Si va gente guapa, yo voy. – Si van locas, no voy, - Si va gente exclusiva, yo voy, - Si va gente pobretona o guachafa no voy.

El discrimen sigue en el mismo conglomerado GLBT. En ese aspecto no se ha educado a la gente, pero también se debe puntualizar que las Leyes existen recién ahora, y puede haber cambios y mejoras a futuro. Ecuador, y en este caso Guayaquil deben educarse y comprender que el turismo gay, es un turismo igualitario. Y que estamos viviendo en un país donde ya existen leyes de cero discriminaciones.

9.- A manera personal, ¿Porque cree usted que la Oferta existente en Guayaquil, se limita solamente a crear Bares, Discotecas o saunas?

Porque justamente los propietarios o el común de la gente cree que tan solo en EL SEXO Y EN EL ALCOHOL DAN BUENAS GANANCIAS. Tal como lo explicaba, incluso son modelos promovidos por los mismos activistas que se centran en que el modelo de vida gay, es prácticamente ser ARTIFICIALMENTE DIVERTIDO.

10.- Para Finalizar, ¿Que recomendaciones daría a los futuros empresarios que deseen invertir en el Turismo Gay?

Es difícil dar recomendaciones cuando muy pocos las escuchan. El turismo gay es algo muy complejo por la misma característica que tienen lo sexualmente diversos.

En Ecuador, el turismo gay se confunde con solamente organizar tours donde se les ofrezca una noche en discoteca, con mucho alcohol y ponerles un stripper y con eso ya están contentos.

Se vuelve problemático y hasta poco rentable porque el turista gay ecuatoriano pone muchas condiciones para asistir a un tour, y no tienen que ver nada con el buen trato, tiene que ver con sus requerimientos tontos: Que asistan personas atractivas, que no sean gays notorios, piden que se abstengan locas, o afeminados.

Lo que están interesados es en alcohol y sexo. Pero lo que menos está interesado en conocer sobre la belleza turística que ofrece nuestro país.

Igual pasa con el extranjero que viene con una oferta de turismo sexual, a esos generalmente están dedicados los negocios Gay, no importa la calidad de los mismos. Lo que importa es “sexo”.... Nada más.

Los que vienen con el afán de conocer el país, ellos son los que realmente están interesados en obtener buenos servicios turísticos.

Una persona que quiera ponerse un negocio gay , alternativo o gay friendly tiene que conocer la realidad de los GLBT, y saber a qué tipo de target va dedicado su negocio.

Hay que recalcar esto, porque en cuanto al tema turístico el concepto de comunidad gay se vuelve sumamente irrelevante, irreal y hasta falso.

Cada gay es un ser totalmente diferente, con diferentes gustos, diferente forma de pensar y de actuar, incluso tal como lo explique, varios de mis turistas ni siquiera pisan un sitio gay, ya que según ellos es lo mismo en todo el mundo. Gente que anda más en busca de sexo, que de realmente hacer una amistad sana.

En el campo de ponerse un negocio gay en Ecuador también tenemos que tener mucho cuidado justamente de los miembros de la mal llamada comunidad gay. Son algunos de ellos los que más se encargan de desacreditar los negocios o destruir buenas iniciativas. Propietarios de otros negocios se vuelven sumamente egoístas y tratan de que el otro negocio fracase. Incluso entre ellos mismos se denuncian, ante las autoridades. Es decir hay envidia y competencia desleal entre los mismos propietarios de negocios GLBT.

El tema de ponerse un negocio gay en Ecuador ES prácticamente es muy delicado. Uno tiene que saber específicamente a que mercado apunta, ya que no todo mercado gay es rentable, como la gente cree. Entre los GLBTI existe muy buena gente, pero también existe muy mala gente. Así como existe gente educada, inteligente culta, también encontrarás gente que es agresiva, grosera y abusiva.

Lánzate a un mercado donde justamente trabajes con la gente buena y positiva. La gente que respete y se respete a si mismo.

Del resto, si dedicas un negocio al alcohol y sexo, puedes incluso ganar mucho dinero, pero causarás mucho daño a tus clientes. Gran parte de enfermos crónicos que tienen infecciones de transmisión sexual incurables las han contraído en estos negocios. Personas que se han esclavizado ante el alcohol o ante el sexo ingobernable también son la consecuencia de este tipo de idea de lo que significan los negocios gay.

Es preferible ganar poco pero tener un negocio honrado y sobre todo que no cause mal a otros.

3.1.2. Entrevista a la Srta. Romina Rivadeneira

Entrevista estructurada a la Srta. Romina Rivadeneira, con experiencia en administración y relaciones públicas en varias discotecas gays de Guayaquil.

Las preguntas previamente estructuradas fueron las siguientes:

1. ¿Desde cuándo vienes participando en lo que es Turismo Gay?

Tengo aproximadamente 6 años, trabajando para varias discotecas y bares que se dedican a segmento GLBTI.

2. ¿Qué opinas de los bares o discotecas de ambiente Homosexual en Guayaquil?

Creo que hay diferentes tipos de bares y discotecas, todos ellos apuntan a un segmento de mercado o target distinto.

3. ¿En todos sus trabajos como administradora y Relacionista Pública, cuáles fueron los logros más importantes?

Creo que el mayor logro que obtuve fue ganar el premio como mejor Relacionista Pública de discotecas Gay, debido a que e trabajado en las más reconocidas discoteca y soy muy querida y reconocida por la comunidad gay.

4. ¿Cuénteme sobre alguna situación en que haya propuesto una mejora para el área en donde estaba?, ¿Cuál fue?, ¿cuáles fueron los resultados?

Bueno, una de las propuesta que hice fue crear la barra libre en ciertas discotecas, ya que la mayoría trabajaba con el famoso y conocido “Consumo mínimo”, personalmente creo que ese término ahuyenta a los clientes.

Además de ello, enfatice en la idea de hacer días solo para lesbianas, ya que muchos comentarios y peticiones llegaban a mis cuentas sociales, pidiéndome que se realice “Les Night”, ósea noches lésbicas, shows para lesbianas, ya que se sentían desplazadas por la gran ola de gays que acudían. De hecho, los Gays estaban dominando el territorio, y ellas querían un poco de exclusividad. Hoy en día, existen días específicos, dedicados para cada grupo.

5. ¿Cuáles son los mayores desafíos que debe enfrentar como Administradora - Relacionista pública de una reconocida Discoteca gay?

Creo que el mayor desafío, es recibir quejas del lugar que administras o eres imagen. Pero también es satisfactorio poder ser vocera de sus necesidades. En muchas discotecas, las quejas de los clientes son poco escuchadas, y por lo general dejan de pasar de moda, y optan por dirigirse al público heterosexual o simplemente cierran el negocio.

Además de ello, la creación de publicidad debe ser debidamente planificada y muy temática. Se debe saber dirigir al público gay, a ellos les gusta los colores vivos y brillantes, característicos de su bandera, además de ello, les gusta lo innovador,

presentaciones de Dj internacionales, Show de Draw Queen, puestas en escena, llaman mucho su atención.

6. *¿Cuáles son las dificultades que ha tenido para el desarrollo de su trabajo?*

Sin duda alguna, los dueños de discotecas gays, le dan poca importancia a las quejas por parte de los clientes, ellos piden más variedad, más exclusividad, y quiero enfatizar en esto, al referirme a exclusividad, no es que ellos desean ser los “únicos” en entrar, sino más bien, quieren respeto por parte de la gente heterosexual que entra a las discotecas. Se han presentado casos de acoso sexual, vocabulario inadecuado, hombres que creen que se les “quitará” la homosexualidad a ciertas mujeres, yéndose a la cama con uno de ellos, etc.

La comunidad Gay, es muy atenta y siempre recibe de la mejor manera a las personas que desean entrar a sus centros de diversión, por decir únicos lugares, en donde son ellos mismos, y por lo tanto desean respeto, que los administradores, dejen claro eso a las personas que entran a un lugar gay.

7. *Según su experiencia en este campo, Cuales son las quejas más comunes por parte de los clientes homosexuales?*

Una de las mayores quejas, es que siempre es lo mismo, stripper, strep tease, desnudos, etc.

Ellos desean variedad, obras teatrales, shows temáticos. Y en lo que respecta a infraestructura desean más limpieza, más ventilación, más lugares a donde ir.

Ahora bien, no todo el público gay pide cambios, hay una gran mayoría que no se queja y se puede deducir que están conformes.. Pero como administradora por varios años, he notado muchos cambios, hoy en día la danza es tomada en cuenta en ciertas discotecas gays. Por ejemplo: En la discoteca Plain Bar, y Colors, se esmeran por

presentar shows variados, invitan Djs internacionales, monólogos extranjeros, puestas en escena incluyendo a la danza, el ballet, el jazz. Creando fiestas temáticas, como la reconocida “White Party” que las festejan en distintas playas reconocidas. Y han tenido mucha acogida, y por eso son las discotecas más reconocidas y visitas por Homosexuales y heterosexuales. Entonces en conclusión, el cambio era necesario, pero aun así no se abastecen las dos, para satisfacer a una gran mayoría de personas que conforman la comunidad GLBTI.

8. *¿Que considera que limita a los dueños de discotecas a realizar cambios o mejoras?*

Por ética no diré nombres, pero creo que muy poco les importa hacer cambios. Para poner en marcha una discoteca gay, o cualquier otro negocio, se debe conocer las necesidades de sus posibles clientes, no solo pensar en las ganancias que te va a generar. A mí me consta que las ganancias son muchas, pero también las quejas por parte de la comunidad son bastantes.

Los dueños de los centros de entretenimiento que existen en Guayaquil, deben tomar en cuenta las necesidades de sus clientes potenciales, que son los homosexuales, y no limitarse a lograr cambios. Falta más predisposición, se necesita mentes visionarias, para un futuro lograr ser una ciudad gayfriendly.

9. *¿Qué cambios positivos desearía que hubieran en la Oferta Gay existentes?*

Bueno, creo que sería ideal que ya existieran lugares diferentes para la comunidad gay, o más bien amigables con los gays, donde no es exclusivo para ellos, pero son bien recibidos.

Que en las ofertas existentes, mejore el servicio, exista una cultura de respeto e igualdad, además que mejoren sus infraestructuras, su decoración, a la comunidad gay le gustan los cambios, lo innovador.

10. *¿Crees que el que existan lugares Gay friendly, mejorara las expectativas que tiene la comunidad GLBTI, acerca de la Oferta turística?*

Por supuesto que sí, sin duda.

El hecho de que existan establecimientos Gay friendly, será el detonante para abrir nuevas puertas, y empezar a poner en práctica las leyes de igualdad y tolerancia, cero bullying, creadas por el nuevo estado. Ya vivimos en una sociedad donde los derechos a los grupos vulnerable existen, y eso nos hace competitivos al igual que México, Argentina y demás países que están haciendo de este turismo, un gran y lucrativo negocio.

3.2. FOCUS GROUP

En un ambiente muy agradable, con serenidad y mucho sentido del humor, existió mucha participación por parte de los entrevistados. En lo que refiere al grupo de discusión, cada uno de los entrevistados respetaron la respuesta de los otros, en la mayoría coincidieron, y su aporte fue muy significativo. A continuación se transcribe lo conversado en el grupo de discusión.

Fecha: 21 de septiembre del 2013

Duración 45 minutos

Entrevistados: Personas que reconocen su homosexualidad, pero se mantendrá en anonimato sus nombres. Se los identificara con nombres ficticios.

Es importante recalcar que todos los entrevistados son personas mayores de edad entre los 25 y 35 años. Todos son profesionales, entre Psicólogos, Ingenieros y Licenciados.

Entrevistador: Ruth García

(R): Hola, chicos los he reunidos para realizarles la entrevista grupal, y el propósito es obtener las expectativas, deseos y necesidades que tienen acerca de la Oferta Turística Gay existente en Guayaquil. Empecemos:

1.- ¿Han visitado alguna vez un bar, discoteca o centro de diversión gay?

- **Andrea:** Obvio, que sí. Las conozco a todas, aunque algunas ya no existen.
- **Johan:** Si
- **Gabriela:** Si, conozco algunas. Y hay diversos tipos de ambientes
- **Jefferson:** Si, tengo apenas 2 años saliendo al ambiente, pero he visitado las más reconocidas.
- **Jessica:** Claro que si
- **Anny:** Si, Varias. Me agradan más las discotecas homosexuales que las heterosexuales.

***2.- Que opinan acerca del servicio que han recibido en aquellos establecimientos?
¿Cubren sus expectativas?***

- **Andrea:** Desde mi punto de vista, el servicio es regular, y realmente no cubre mis expectativas en su totalidad. Pienso que se debe trabajar mucho más en lo que es atención al cliente.
- **Johan:** No cubren totalmente mis expectativas, el único sauna gay que conozco, parece un calabozo, con una infraestructura pésima. Pienso que Guayaquil en lo que respecta a la oferta gay, recién se está abriendo mercado a este tipo de cosas y les falta bastante para llegar a ser como otras ciudades, cuyo principal negocio es el turismo y la diversión nocturna. Lo importante es que Guayaquil ya está encaminado.
- **Gabriela:** Bueno, en lo que a trato se refiere, a mí me han brindado el mejor. Es verdad que no en toda es igual. Pero en general la mayoría atiende mis necesidades.

- **Jefferson:** Pues, el servicio que he recibió ha sido variado, más bien creo que es depende la discoteca y la zona. En las discotecas del norte el trato es mejor, que las discotecas de la zona rosa.
- **Jessica:** Pues El servicio es normal, pero me da igual. No hay más opciones. En una ocasión fui a una disco gay más costosa, de las que suelo ir, y en realidad me la pasé muy bien. El servicio era otro.
- **Anny:** En Argentina, es mucho mejor el trato en discos gays, desde que vas entrando, te saludan de manera informal pero muy agradable haciéndote sentir bien y cómoda. Allá tienen otra cultura y educación y son de mente abierta. Ojo no estoy desprestigiando mi ciudad, la amo, pero le falta mucho en el servicio gay, deberían contratar a gente con más educación y no a cualquiera. Pero en fin, yo si me divierto aquí.

3.- *¿Han vivido alguna experiencia de discriminación o acoso, dentro de ellos?*

- **Andrea:** No, pero con otras amigas he visto que les dicen un NO rotundo a la entrada, por su forma de vestir, o estilo que cada una impone, o por no tender identificación. Pero qué pena que sea así, porque cuando va gente heterosexual, son bien recibidos y cada cual vive su vida, y no es discriminado por su forma de vestir o su estilo.
- **Johan:** Pienso que cada discoteca tiene su target. El Acoso siempre se vive, pero eso es normal en toda sociedad la idiosincrasia de nuestros pueblos latinos dan para eso.
- **Gabriela:** Uhh sí. Acoso! Hombres que se acercan a decirme que mejor estaría con él, que él me podría dar lo que una mujer no. La discriminación es el resultado del machismo y la falta de educación.
- **Jefferson:** No, pero tengo amigas que sí.
- **Jessica:** Mmm creo que sí, no recuerdo. Y es verdad el acoso es mucho el que se vive en discotecas.

- **Anny:** Bueno, en argentina no se vive eso, es verdad como dice Johan, es nuestra cultura machista que le cuesta aceptar que dos mujeres bellas puedan amarse. Y mientras siga siendo así, el acoso existirá y seremos víctima de ello. Pero el acoso y discriminación se vive más en la calle

4.- ¿Les gustaría que existan lugares Gay Friendly? ¿Y Porque?

- **Andrea:** Si, me encantaría, porque uno va seguro a un lugar así, a pasarla bien, sin preocupaciones, sin problemas a tratar con gente me mente abierta.
- **Johan:** Bueno pienso que en la actualidad si se dan este tipo de lugares sin necesidad de existir una ley establecida, hay establecimientos que acogen de muy buena manera al tercer género y la cordialidad entre ambos grupos es buena. Pero enfocándome a la pregunta, pues si me gustaría que existan más lugares así, y sean coincido abiertamente y no entre voces, pero creo que eso tomara tiempo, creo que Ecuador aún no está preparado para vivir algo así al 100%, pero también es cierto que los países que hoy en día acogen a los gays, empezaron así.
- **Gabriela:** La verdad es que no me gustaría estar en un lugar heterosexual, y que ellos nos hagan el favor de tolerarnos y no discriminarnos. Más bien me sentiría más cómoda si fuera a un lugar Gay, donde la homosexualidad no sea un asunto en el que hay que pensar.
- **Jefferson:** Si, sería una muy buena idea, además es probable que funcione tan bien como otros países, ya que nosotros en la actualidad gozamos de leyes que nos amparan. Por lo tanto la gente poco a poco aprenderá a tolerar y respetar.
- **Jessica:** Si, claro! Así la Oferta gay seria variada, ya no lo mismo de siempre.
- **Anny:** Si, seria agradable, aunque yo casi no asisto a lugares heterosexuales, pero si es por cuestión de mejorar la cultura si sería bueno. En argentina, los lugares gay friendly es lo más común en cada esquina. Y la gente heterosexual y homosexual asiste sin ningún problema y todo con mucho respeto de ambas partes.

5 ¿Qué otra actividad desearían incluir que sea exclusivo para gays?

- **Andrea:** Un club deportivo, como los que quedan en Bucay, donde hay deportes extremos, canchas, actividades recreativas, que tengan conexiones con agencias de viajes y ofrecer esta alternativa a los turistas que deseen visitarnos, o a su vez como en Galápagos que realizan viajes chárter solo para gays y lesbianas. Yo personalmente, vi como una fundación GLBT visitó las islas y quedaron impactados por la naturaleza y en la noche se fueron a los bares, restaurants y discotecas donde los colonos son tolerantes y muy amables con los turistas gays.
- **Johan:** Otra actividad que sería bueno incluir para los gays en nuestra ciudad y en todo el país sería igualdad de derecho en lo que respecta a hospedaje, no me parece justo que en ciertos hoteles, por ser dos hombres quienes vayan a hospedarse, sean castigados pagando el doble de la tarifa normal.
- **Gabriela:** No me gustaría, que existan lugares exclusivos para gays, no le veo el sentido. La idea es disfrutar sin discriminación en cualquier lugar, de todos modos me gustaría que existan más lugares de entretenimiento y restaurants.
- **Jefferson:** Me gustaría que existiese una especie de Club Rosa, al cual puedas asociarte y en el disfrute de varias opciones como: Piscinas, canchas deportivas, jacuzzi, paseos a caballos, restaurants, etc
- **Jessica:** Pienso que la exclusividad, es discriminación, no queremos ser exclusivos, queremos ser aceptados, porque somos clientes comunes y corrientes.
- **Anny:** Me gustaría poder ir a un Restaurant con mi pareja, y disfrutar como cualquier pareja común y corriente, sin ser vistas como bichos raros.

6 - Si, pudieran elegir un lugar a donde puedan asistir libremente, sin sentirse discriminados, Cual sería?

- **Andrea:** Sin duda, Restaurants, Bares – Cafés en la ciudad

- **Johan:** El lugar donde uno se siente menos discriminado sin lugar a duda son las discotecas, en estas puedes sentirte libre de demostrar cosas que por lo general en público no lo puede hacer por el temor a recibir un mal trato.
- **Gabriela:** Quiero asistir a todas las ofertas existentes de Guayaquil, sin ser discriminada
- **Jefferson:** Hoteles.
- **Jessica:** Hasta ahora, el único lugar donde me siento bien y libre son las discotecas y bares gays, pero quisiera ya asistir a otros lugares diferentes. No todo es música y alcohol.
- **Anny:** Aunque suene raro, me gustaría ir a un centro comercial, y sentirme cómoda y tranquila.

7.- ¿Qué desearían que mejore o que cambie en los establecimientos homosexuales?

- **Andrea:** Puertas de emergencia, que existan personas de buena presencia y alta calidad humana atendiendo estos lugares. Que se respeten los días que son para lesbianas y no vayan los gays y viceversa.
- **Johan:** Bueno, debería mejorar la limpieza. Que exista más ventilación, ya que la que existe no abastece.
- **Gabriela:** En comparación a otras ciudades, en Guayaquil hay algunas cosas que cambiar, en otras ciudades existe mucha variedad, y aquí no la hay. En lo que se refiere a la oferta que existe, creo yo que deben ser más acogedoras, que sean más cómodas, hayan más sillas donde sentarse, que haya más lugares tranquilos para conversar, o en su efecto que existan dos ambientes.
- **Jefferson:** Más seguridad por parte de las discotecas gays, ya que en algunas entran personas solamente a fastidiar. Me gustaría que existan letreros donde se les de la cordial bienvenida y además digan que respeten a la comunidad gay, sino serán retirados del lugar. Además de ello, pienso que la oferta es muy poca

comparada a la gran demanda, por eso existe aglomeraciones en las discotecas, y esto causa hacer larga filas para entrar, mucha molestia y calor.

- **Jessica:** Que exista más variedad.
- **Anny:** Mas exclusividad con la gente que entra, mejorar la atención desde la entrada.

8.- Porque creen ustedes que existe aún discriminación, o faltas de respetos por parte de la gente hacia ciertos homosexuales?

- **Andrea:** Yo más bien, pienso que la discriminación la viven más los travestis, ya que muchos de ellos se dedican a la prostitución, y exajeran sus modales femeninos, lo cual crea gracia a la sociedad. Pienso que el respeto se debe de ganar.
- **Johan:** Existe discriminación aun de parte de la gente debido a la idiosincrasia. La gente de nuestra sociedad esta criada de una manera muy tradicionalista y cambiar eso, tomara tiempo. Pienso que debemos educar a los niños y jóvenes de ahora, para cuando sean adultos sean, ciudadanos tolerantes y aprendan el respeto a la diversidad de género.
- **Gabriela:** Esto forma parte de una cultura machista, que hace que la homosexualidad sea inaceptable. Más allá de la religión, parte de la educación en discriminar o tratar mal a un homosexual. La discriminación se vive donde sea, pero se ve muchísimos más en personas que carecen de un nivel de educación, desde mi punto de vista.
- **Jefferson:** Creo que es por los estilos de cada uno de los que conforman a la comunidad GLBTI, hay lesbianas que visten como hombre, otras mantienen su aspecto femenino, así mismo los gays, y travestis. Quizás para la sociedad es chocante ver estos cambios, o etiquetas que imponemos, pero más bien creo que deben ver más allá, somos ciudadanos comunes y debemos ser respetados.
- **Jessica:** Recuerdo que en el Malecón del Salado solían reunirse lesbianas universitarias, y taparon todas las paredes de vidrios para que la gente “normal”

no las viera a las afuera del patio de comida, me pareció algo atroz. Entiendo que debe existir respeto de ambas partes, pero desde mi punto de vista, me pareció la más grande demostración de discriminación que he visto.

- **Anny:** Por la falta de educación y cultura sobre el tema. Por esp gustaría que en las escuelas y colegios dieran charlas de la homosexualidad y de la homofobia. Que lo único que hace es atrasarnos más. Guayaquil es una ciudad potencialmente turística, hay que sacarle provecho.
- **Andrea:** Si, y sería un beneficio no solo para Guayaquil, sino para el país, porque ya hacía falta que alguien investigue nuestro mercado, y conozca nuestras necesidades.
- **Johan:** Aportara muchas cosas buenas y positivas.
- **Gabriela:** Creo que muchísimo, sería una de las ciudades de Latinoamérica, que se sumaría a la preocupación por dar un espacio a este nicho tan importante, que es el mercado gay, brindándole así un mejor servicio, generando así la visita de turistas gays extranjeros.
- **Jefferson:** Por supuesto que sí, Y ojala lo lean los dueños de las ofertas existentes para que mejoren.
- **Jessica:** Así es, y creo que a más de beneficiar al turismo, creara conciencia en los ecuatorianos, en conocernos más, y tolerarnos.
- **Anny:** Estoy segura de ello, es un mensaje a la no discriminación, a que somos un país donde prevalecen nuestros derechos, y estamos aptos para crecer como mercado gay, y ponernos al nivel de las grandes ciudades, donde hacen de este turismo una millonaria entrada de dinero.

CONCLUSIONES

1. Este análisis da como resultado que el segmento GLBTI, es tan igual a cualquier segmento de mercado, ya sea en necesidades, exigencias, sentimientos, pensamientos.
2. En Guayaquil, tanto como en la mayoría de ciudades del Ecuador, lastimosamente los locales para gays o lesbianas solo se interesan en la oferta de Alcohol, fiestas y sexo, según los entrevistados.
3. Desafortunadamente, el principal problema que se presenta y es repetitivo en las respuestas de los entrevistados, es que en la ciudad Guayaquil, existen muy pocos sitios GLBT brindan un buen servicio al cliente. Es decir, la homofobia está inmersa en el dueño del local, como lo menciona el Sr. Francisco Guayasamín en su entrevista.
4. La falta de inversión privada y pública hacia este segmento se hace notoria, ya que las pocas instalaciones que existen tienen un corto periodo de vida, no se preocupan por la imagen del negocio, mucho menos en el servicio.
5. Según la investigación exploratoria realizada en varias discotecas, es notorio diferenciar las discotecas del centro con las del Norte, ya que en este último sector, se encuentran las discotecas más visitas y concurridas de la ciudad, pero aun así, la comunidad se queja de asistir a los mismo lugares. Es por ello que debe mejorar, variar y estabilizarse, creando ambientes cómodos, aseados, seguros y vanguardistas, donde el cliente se sienta cómodo, seguro y libre de prejuicios.

6. Además, se ha podido observar a través de investigaciones exploratorias, por cada una de las ofertas turísticas nocturnas existentes, que aún existe discriminación hacia el segmento gay, mostrando incoherencia entre lo que se practica y se tiene como ley, ya que el Ecuador es un país que garantiza los derechos, protección e igualdad a los grupos vulnerables, incentivando así el BUEN VIVIR entre ciudadanos.

RECOMENDACIONES

1. Las recomendaciones serían, según los estudios de esta investigación, que a los futuros investigadores y empresarios interesados en incursionar en este segmento de mercado, sepan que es un nicho de mercado muy rentable, pero poco explotado, se necesita de mucho estudio, y de profesionales que apuesten por este segmento, que existan negocios con una muy buena inversión ya sea privada o pública, para no repetir el mismo patrón de negocios ya existentes y con el mismo fin.
2. Se debe generar una cultura de aceptación de los GLBTI en la sociedad, cambiar la forma de pensar acerca de ellos, para que Ecuador, y en especial la ciudad de Guayaquil se desarrolle a nivel turístico, y así ampliar sus criterios sobre los que ya están trabajándose a nivel global en el mundo. Y se convierta en una ciudad que le da apertura a este tipo de turismo.
3. Las empresas privadas deben invertir en construcción de restaurants, bares, cafés, centro de recreación, centros de diversión, que se especialicen en este segmento. Y por otro lado, el Ministerio de Turismo, debe crear convenios o conversaciones con el Internacional Gay & Lesbian Travel Association(IGLTA), con lo que se podría captar más turismo de este mercado, o formar parte de grandes ferias turísticas gay, como lo son FITUR LGBT y ponerse al nivel de grandes países que ya están haciendo mucho dinero con este nicho de mercado, como lo son Brasil, Argentina, México, Uruguay, entre otros.
4. En lo que refiere a los lugares Gayfriendly, pues en la ciudad de Guayaquil existen muchos lugares que se consideran así, y le dan apertura a este nuevo mercado, pero algunos se mantienen clandestinamente, debido a que la mayoría de estos empresarios, desean respeto por parte de la comunidad GLBTI, con esto

se refiere, a que evitan manifestaciones escandalosas e irrespetuosas, que lo único que hacen es crear rechazo por parte de las empresas, ya que ponen en peligro su prestigio o nombre. Los negocios funcionan cuando hay respeto de ambos lados, tanto de propietarios como clientela.

5. Otra recomendación, sería la creación de un Slogan o marca, que identifique a los lugares Gayfriendly en Guayaquil, buscando patrocinantes, franquicias reconocidas, que estén dispuestas a invertir y apostar por este nuevo nicho de mercado, que de acuerdo a lo investigado, es muy lucrativo.

BIBLIOGRAFÍA

ANODIS. (8 de enero de 2008). Lanzas el primer estudio de consumo gay en Latinoamérica. Recuperado el 2 de febrero de 2014, de <http://anodis.com/nota/10998.asp>

Ardila, R. (2007). Terapia afirmativa para homosexuales y lesbianas. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80636106>

Argentina Travel, (s.f.) "LGBT". [Lectura en Línea]. Recuperado de: <http://legacy.argentina.travel/es/autentica/lgbt/4098>

Asamblea Nacional. Constitución de la República del Ecuador. [Lectura en Línea]. Recuperado: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Asociación Americana de Psiquiatría. APA. (1973). "Orientación sexual y homosexualidad". Disponible: <http://www.apa.org/centrodeapoyo/sexual.aspx>

Besprosvan, K. (20/12/2007). Lanzas primer Estudio de Mercado sobre Consumidores Homosexuales en Latinoamérica. Recuperado 27/01/2014, Diario "El Morrocotudo": www.elmorrocotudo.cl/admin/render/noticia/13278

Biblioinstrucción. (2008, Junio 13). Catálogo en Línea. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=d0gzLNU4LM0>

Camara de Comercio Gay Lesbico Argentina CCGLAR. (7 de Julio de 2011). *La Argentina gana mayo atractivo como destino para turistas Gays*. Recuperado el 15 de Enero de 2014, de <http://trafficnews.ec/wp/la-argentina-gana-mayor-atractivo-como-destino-para-turistas-gays-v15-14945/>

Carballo, D. (2011). PINK MARKET. MERCA 2.0.

Cavero, M. (19 de Enero de 2008). El mercado homosexual en Perú. Recuperado el 25 de Enero de 2014, de <http://nuevaspymes.blogspot.com/2008/01/el-mercado-homosexual-de-peru.html>

Christopher Lovelock, J. (2009). Marketing de Servicios personal, tecnologica y estrategica.

Clift, S; Forrest, S. (1999). Los hombres y el turismo gay: destinos y motivaciones de vacaciones (Vol.20). Reino Unido.

Cory, D. (1970). Enciclopedia del comportamiento sexual. (Vol. II). México: Editorial Diana.

De Luca, P. (7 de Julio de 2011). 4º Conferencia de Marketing y Turismo Gay (TVisionArg, Entrevistador). . [Archivo de Video]. Argentina Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=KqE93PO3prUdele> FOCO, (s.f.) “Festival

Internacional de Cine Gay Lésbico Trans de Argentina” Recuperado de:
<http://www.delefoco.com/Default.aspx?action=festival-view&id=12>

Diario EL ECONOMISTA. (16 de Julio de 2013). Recuperado el 25 de Enero de 2014, de "Dinks", la nueva clase de parejas mexicanas":
<http://eleconomista.com.mx/finanzas-personales/2013/07/16/dinks-nueva-clase-parejas-mexicanas>

Diario HOY. (2010). “Turismo gay, desafío futuro”[Lectura en línea]. Recuperado de:

Diario HOY. (2012). “El mes del Orgullo Gay termina con Fiesta” [Imagen en Línea]. Obtenido en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-mes-del-orgullo-gay-termina-con-fiesta-585270.html>

Diario PP. (2012).“ El acceso a la tecnología en Guayaquil es mayor” [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.ppelverdadero.com.ec/economia-solidaria/item/el-acceso-a-la-tecnologia-en-guayaquil-es-mayor.html>

Dominguez, S. (11 de Marzo de 2011). La Investigación Exploratoria. Recuperado el 25/01/2014, <http://www.stelladominguez.com/2011/03/invexploratoria/>

El país.com. (s.f) “Uruguay, el país más "gay friendly" de Latinoamérica. [Lectura en Línea]. Recuperado de: <http://www.elpais.com.uy/informacion/uruguay-pais-gay-friendly-latinoamerica.html>

Eyssautier, M. (2006). Metodología de la Investigación: Desarrollo de la Inteligencia (5ta ed.). Meixco.

Fernandez, F. (2002). El analisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. Costa Rica.

Guayasamín, F. (21 de Diciembre de 2011). "Cronología Legal en cuanto a Diversidad sexual en Ecuador". Recuperado el 23 de Enero de 2014, de Pais Canela: <http://paiscanelahistorial.blogspot.com/2011/12/cronologia-legal-en-cuanto-diversidad.html>

Guayasamín, F. (22 de Febrero de 2013). "Uniones de hecho entre personas del mismo sexo en Ecuador". Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de Pais Canela: <http://paiscanelalegal.blogspot.com/2013/02/uniones-de-hecho-entre-personas-del.html>

Guayasamín, F. (7 de Agosto de 2011). Ecuador destino gay para extranjeros. Recuperado el 2 de Febrero de 2014, de www.diario-extra.com/ediciones/2011/08/07/suplementos/dominguero/2011-08-07/especial/ecuador-destino-gay-para-extranjeros

Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2010). Metodologia de la Investigacion (Quinta. ed.). Mexico.

Historia de la comunidad LGBT. [Lectura en Línea]. Recuperado de:
<http://lgbtdehoy.blogspot.com/>

Hooker, E. (1957). The adjustment of the male overt homosexual. *Journal of projective techniques*, 21, 18-31.

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/turismo-gay-desafio-futuro>

Hughes, H. (1997). *Holidays and Homosexual identity* (Vol. 18).

Iniesta, L., & Iniesta, I. (2010). *Manual del consultor de Marketing*. Barcelona: Profit.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2010) Fasc.Prov. Guayas. Recuperado: www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/guayas.pdf

Juran, J. M., & Gryna, F. (1995). *Análisis y planeación de la Calidad*. México: McGraw.

Kinsey, A., Pomeroy, W., & Martin, C. E. (1949). *Conducta sexual del varón*. Mexico: Interamericana.

Korflür, M., Vela, R., & Molina Ruiz, M. E. (2006). *EL MERCADO TURISTICO HOMOSEXUAL: UN ESTUDIO PARA CATALUÑA*. Recuperado el

2/02/2014 de: <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-167-2006-pag103-129-96148.pdf>

Krueger, R. (1991). El grupo de Discusión. Madrid: Piramide. p. 24

Malhotra, N. (2004). Investigación de Mercados (Cuarta ed.). México.

Marín, A. (s.f). "Clasificación de la investigación" [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.encyclopedia.humanet.com.co/dic/clasifimetodo.htm>

Mccary, S. (1983). Sexualidad Humana. México: El Manual Moderno .

Molina, J. (2003). "Nada de Guettos". Obtenido de Hostel Tur: <http://static.hosteltur.com/web/uploads/2011/01/f5a6e9dcbe89d0a3.pdf>

Moreira, A. (s.f). Marcha de Orgullo Gay en Guayaquil [fotografía en línea]. Recuperado de: <http://www.ecuavisa.com/fotoreportaje/marcha-del-orgullo-gay-en-guayaquil>

Multiticket.com (2013) "Creamfields Buenos Aires". [Imagen en Línea]. Recuperado de: http://www.multiticket.com.ar/eventos/creamfields-buenos_aires.php

Nieves, F. (2006). “La investigación exploratoria” [Lectura en línea]. Recuperado de:
<http://www.gestiopolis.com/canales7/mkt/investigacion-exploratoria-y-algunos-aportes-a-la-investigacion-de-mercados.htm>.

Noguera, J. (13 de Agosto de 2012). Argentina, Brasil y Uruguay lideran en Suramérica en el turismo gay. Recuperado el 27 de Enero de 2014, de
<http://www.arecoa.com/destinos/2012/08/13/argentina-brasil-y-uruguay-lideran-en-suramerica-en-el-turismo-gay/>

Organización Mundial de la Salud. OMS. (1990)”

Para, Kike (2008).”Cabalgata de Europride´07.España.[Fotografía en Línea]
Recuperado:<http://www.elmundo.es/elmundo/2008/02/27/madrid/1204103258.html>

Peekg.com. (2014) “Argentina promociona su oferta de turismo gay”. Recuperado de:
<http://www.lagaceta.com.ar/nota/577195/sociedad/argentina-promociona-oferta-turismo-gay.html>

Pride Radio. (2013) “25 de Noviembre se conmemora la despenalización de la Homosexualidad” [Lectura en Línea]. Recuperado de:
<http://www.prideradioecuador.com/radio/index.php/2013-11-12-20-01-00>

Pride, G. a. (2012). Principales Destinos Gays. Obtenido de
<http://www.gayandpride.com/viajes-para-gays/principales-destinos-gays>

Ron Huldai. (Miercoles de Enero de 2012). Tel Aviv, el destino de viaje preferido por los gays. El comercio.com.

Spartacus Gay Guide. (2013). "Gay Travel index" [PDF]. Recuperado de:<http://www.spartacusworld.com/gaytravelindex.pdf>

Tel Aviv, el destino de viaje preferido por los gays. (Miercoles de Enero de 2012).
EL COMERCIO.

Torres, J. (sf). Recuperado el 2/02/2014. Disponible en:
<https://www.blogger.com/profile/06281129644169625033>

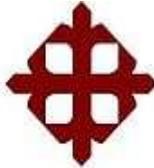
Turismo LGBT. (s.f.). Recuperado el 25 de Enero de 2014, de
<http://turismojc.blogspot.com/p/turismo-lgbt.html>

Vargas, J. M. (2010.). Ambiente gay en Ámsterdam [Fotografía en Línea].
Recuperada de: <http://sobreholanda.com/2010/03/26/ambiente-gay-en-amsterdam/>

ANEXOS

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

ANEXO 1: Cuestionario pre elaborado para la entrevista a la Srta. Romina Rivadeneira, con experiencia en administración y relaciones públicas de varias discotecas homosexuales de la ciudad de Guayaquil



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

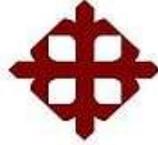
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Objetivo de la entrevista:

El presente formato tiene como propósito principal obtener información relevante para conocer su criterio sobre la necesidad de mejorar los establecimientos turísticos y de diversión nocturna, y también conocer con su experiencia, las necesidades, deseos de la Comunidad GLBTI

- 1. ¿Desde cuándo vienes participando en lo que es Turismo Gay?*
- 2. ¿Qué opinas de los bares o discotecas de ambiente Homosexual en Guayaquil?*
- 3. ¿En todos sus trabajos como administradora y Relacionista Pública, cuáles fueron los logros más importantes?*
- 4. ¿Cuénteme sobre alguna situación en que haya propuesto una mejora para el área en donde estaba?, ¿Cuál fue?, ¿cuáles fueron los resultados?*
- 5. ¿Cuáles son los mayores desafíos que debe enfrentar como Administradora - Relacionista pública de una reconocida Discoteca gay?*
- 6. ¿Cuáles son las dificultades que ha tenido para el desarrollo de su trabajo?*
- 7. Según su experiencia en este campo, Cuales son las quejas más comunes por parte de*
- 8. ¿Que considera que limita a los dueños de discotecas a realizar cambios o mejoras?*
- 9. ¿Qué cambios positivos desearía que hubiera en la Oferta Gay existentes?*
- 10. ¿Crees que el que existan lugares Gay friendly, mejorara las expectativas que tiene la comunidad GLBTI, acerca de la Oferta turística?*

ANEXO 2 Cuestionario pre elaborado para la entrevista al Sr. Francisco Guayasamín, experto en Guianza y Operaciones Turísticas Gays, en el Ecuador.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

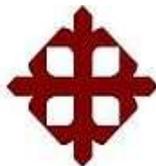
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Objetivo de la entrevista:

El presente formato tiene como principal propósito obtener información relevante para conocer su criterio sobre la necesidad de mejorar los establecimientos turísticos y de diversión nocturna, y también conocer con su experiencia, las necesidades, deseos de la Comunidad GLBTI

- 1. ¿Cuánto años tiene formando parte en el Turismo gay, y como nació la idea de crear País canela?*
- 2. Desde su punto de vista ¿Por qué Guayaquil siendo una ciudad tan cordial, llena de lugares atractivos, y de un turismo nocturno, los turistas eligen otras ciudades?*
- 3. En su experiencia como Guía turístico, ¿Podría contar alguna experiencia discriminatoria hacia su persona o sus turistas en la ciudad de Guayaquil?*
- 4. De seguro usted trabaja con compañías Gayfriendly,¿ Porque cree usted que ciertas empresas no se atreven a exponer que son Gayfriendly, y se mantienen en el “anonimato”?*
- 5. Cree usted que creando lugares Gayfriendly, mejorara las expectativas de los turistas GLBT, con respecto a la Oferta turística ofrecida en Guayaquil?*
- 6. Que sugiere usted, que debe mejorar en la Oferta gay en Guayaquil?*
- 7. ¿Porque cree usted que el Gay o Lesbiana, no reclama el maltrato que se le da, el mal servicio y sigue asistiendo a ese lugar, a pesar de que no es de su agrado?*
- 8. Desde su punto de vista personal, Que opina sobre las leyes que hoy en día existen en función de la igualdad, cero discriminación, y la inclusión social?*
- 9. A manera personal, ¿Porque cree usted que la Oferta existente en Guayaquil, se limita solamente a crear Bares, Discotecas o saunas?*
- 10. Para Finalizar, ¿Que recomendaciones daría a los futuros empresarios que deseen invertir en el Turismo Gay?*

ANEXO 3: Cuestionario de preguntas para un grupo de personas abiertamente homosexuales, en la cual se recogerá valiosa información de sus deseos, necesidades y expectativas



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

En un ambiente muy agradable, con serenidad y mucho sentido del humor, existió mucha participación por parte de los entrevistados. En lo que refiere al grupo de discusión, cada uno de los entrevistados respetaron la respuesta de los otros, en la mayoría coincidieron, y su aporte fue muy significativo. A continuación se transcribe lo conversado en el grupo de discusión.

- 1.- ¿Han visitado alguna vez un bar, discoteca o centro de diversión gay homosexual?*
- 2.- Que opinan acerca del Servicio que han recibido en aquellos establecimientos?
¿Cubren sus expectativas?*
- 3.- ¿Han vivido alguna experiencia de discriminación o acoso, dentro de ellos?*
- 4.- ¿En lo que respecta a ubicación, es accesible para ustedes, o les gustaría algún cambio?*
- 5.- ¿Les gustaría, que ciertos lugares heterosexuales, sean Gayfriendly? Y porque?*
- 6.- ¿Qué otra actividad desearían incluir que sea exclusivo para gays?*
- 7 - Si, pudieran elegir un lugar a donde puedan asistir libremente, sin sentirse discriminados, Cual sería?*
- 8.- ¿Qué desearían que mejore o que cambie en los establecimientos homosexuales?*
- 9.- Porque creen ustedes que existe aún discriminación, o faltas de respetos por parte de la gente hacia ciertos homosexuales?*
- 10.- Para finalizar, ¿Creen que este estudio beneficiará o aportara algo bueno en la Oferta turística de Guayaquil?*