



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA,
TURISMO Y GASTRONOMÍA**

Carrera de Administración en Turismo

**ANÁLISIS ACTUAL DE LA PERCEPCIÓN DEL
SEGMENTO LGBT DE LIMA METROPOLITANA EN
LA VISITA A RECURSOS TURÍSTICOS DE LA
REGIÓN LIMA**

**Monografía para optar el Título Profesional de Licenciada en
Administración en Turismo**

Bach. CARLA PATRICIA IBARRA MONE

**Asesora:
Diana María Guerra Chirinos**

**Lima – Perú
2014**

Índice

1.	Introducción	1
1.1.	Problema de Investigación	1
1.1.1.	Planteamiento del problema.	1
1.1.2.	Formulación del problema.	3
1.1.3.	Justificación de la investigación	3
1.2.	Marco referencial	5
1.2.1.	Antecedentes.....	5
1.2.2.	Marco teórico.....	18
1.3.	Objetivos	24
1.3.1.	Objetivo general	24
1.3.2.	Objetivos específicos.....	24
2.	Método	25
2.1.	Tipo y diseño de investigación.....	25
2.1.1.	Tipo de investigación	25
2.1.2.	Diseño de investigación	25
2.2.	Variables	26
2.3.	Muestra	26
2.4.	Instrumentos de investigación	28
2.5.	Procedimientos de recolección de datos	29
2.6.	Plan de análisis	30
3.	Resultados	31
3.1.	Presentación de Resultados.....	31
3.2.	Discusión	46
3.3.	Conclusiones	48
3.4.	Recomendaciones	49
4.	Referencias	51

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Productos Turísticos ofrecidos por el Gobierno Regional de Lima</i>	11
Tabla 2. <i>Recursos categorizados y jerarquizados de afluencia mayor afluencia de la Región Lima</i>	12

Índice de figuras

Figura 1. Mapa de la Región Lima.....	10
Figura 2. Cálculo de la muestra.....	25
Figura 3. Distribución porcentual de identidad de género de los encuestados.....	27
Figura 4. Distribución porcentual de la orientación sexual de los encuestados.....	27
Figura 5. Distribución porcentual de la edad de los encuestados.....	28
Figura 6. Distribución porcentual, según el nivel de estudio de los encuestados.....	28
Figura 7. Distribución porcentual de los encuestados, según la frecuencia de viajes realizados al año al interior del país.....	29
Figura 8. Distribución porcentual las provincias visitadas por los encuestados.....	30
Figura 9. Distribución porcentual las provincias visitadas por los encuestados.....	31
Figura 10. Distribución porcentual de la cantidad de excursiones realizadas por los encuestados en la Región Lima en los últimos 12 meses.....	32
Figura 11. Distribución porcentual de la cantidad de viajes realizados por los encuestados en la Región Lima en los últimos 12 meses.....	33
Figura 12. Distribución porcentual del tipo de relación de las personas que acompañaron a los encuestados en el último viaje que tuvo en la Región Lima.....	34
Figura 13. Distribución porcentual según el del tipo de transporte utilizado por los encuestados en su último viaje en la Región Lima.....	35
Figura 14. Distribución porcentual del transporte utilizado por los encuestados y la percepción del servicio.....	36
Figura 15. Distribución porcentual del tipo de alojamiento utilizado por los encuestados.....	37
Figura 16. Distribución porcentual del tipo de alojamiento utilizado por los encuestados y la percepción del servicio.....	38
Figura 17. Distribución porcentual de la percepción del servicio de alimentación que utilizaron los encuestados.....	39
Figura 18. Distribución porcentual de la percepción del servicio de alimentación que utilizaron los encuestados.....	40

1. Introducción

La presente investigación exploratoria descriptiva encuentra algunas importantes características en cuanto al mercado turístico LGBT de Lima Metropolitana, mediante encuestas anónimas a través de internet a un estudio de 96 personas LGBT, quienes confirman en su mayoría una ligera hasta moderada percepción de discriminación en la experiencia de viaje, en la visita a un recurso turístico perteneciente a la Región Lima, ya sea en el mismo lugar del atractivo o en algunos de los servicios turísticos contratados para realizar el recorrido. A lo largo de la investigación se presentan definiciones, hechos relevantes de estudios anteriores, publicaciones de entidades competentes en turismo y/o en materia de discriminación; así como los análisis del mercado turístico LGBT por diversos organismos reconocidos a nivel mundial.

1.1. Problema de Investigación

1.1.1. Planteamiento del problema.

En la actualidad existen estudios sobre el turismo en el Perú, tanto del público nacional (turismo interno) como del extranjero (turismo receptivo) a cargo de las entidades gubernamentales como por las empresas privadas, en cuyas conclusiones se refieren a las muchas formas de captar visitantes hacia las distintas regiones del territorio peruano; sin embargo, a pesar de los esfuerzos, sólo pocas empresas privadas han realizado algunos estudios del mercado turístico LGBT (siglas referidas a Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales) para conocer a aquel segmento minoritario de personas que, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) en su publicación “Global Report on LGBT Tourism” (2012), posee un gasto elevado con respecto al turista promedio. Con lo expuesto, se reconoce que no existen estudios a nivel de la Región Lima sobre el turista limeño LGBT, el comportamiento, conocimiento y percepción de la visita a los distintos recursos que la región Lima posee, los servicios utilizados y la experiencia de visita brindada por los distintos prestadores de servicios turísticos ante la duda de existir o no un trato diferenciado, que pueda confundirse con actos de discriminación por orientación sexual o identidad de género.