

Turismo gay atrae a empresas

Empresas de turismo han encontrado en el segmento lésbico, gay, bisexual y transexual (LGBT) un nicho de mercado importante, pues viajan hasta el doble comparado con el tradicional.

Mientras que una persona heterosexual viaja entre 2 y 3 veces al año y gasta un promedio de 80 dólares al día, un turista LGBT sale entre 4 y 6 veces al año y gasta 120 dólares diarios, de acuerdo con la firma LGBT Confex, que organiza conferencias para dicho mercado.

Según la consultoría europea LGBT Capital, en México se estima una población de 8 millones personas LGBT, con un consumo aproximado de 65 mil millones de dólares anuales, y con potencial de aumentar dicha cantidad en aproximadamente 10 por ciento.

Empresas como Copa Airlines, **Aeroméxico**, Interjet, y American Airlines cuentan con programas internos para la inclusión de la comunidad LGBT, destacó Rubén Sandoval, director de LGBT Confex.

Mayor gasto

El mercado LGBT gasta y viaja más que el tradicional.

Mercado LGBT	Mercado tradicional
Viajan entre 4 y 6 veces al año	Viajan entre 2 y 3 veces al año
Gastan alrededor 120 dólares al día	Gastan alrededor 80 dólares al día

FUENTE: LGBT CONFEX Y LGBT CAPITAL

Erik Martínez, director administrativo de la agencia Infinity Gay & Lesbian Travel, indicó que **Aeroméxico** lanzó un programa *friendly*, en el que ofrecen paquetes de hoteles o servicios para evitar la discriminación de este segmento, entre ellos incluye a las empresas Hilton y Best Western en la Ciudad de México.

Dichas cadenas preparan a sus trabajadores para recibir al mercado LGBT, evitando tratos discriminatorios, explicó el ejecutivo.

José Luis Corro, director de la agencia de viajes DiverCity, dijo que los destinos nacionales más comunes son Cancún, **Puerto** Vallarta y Acapulco.

— *Fernanda Celis*

Las empresas preparan a sus empleados para recibir al mercado LGBT evitando tratos discriminatorios, explicaron expertos.

