



Universitat
de les Illes Balears

TRABAJO DE FIN DE GRADO

TURISMO INCLUSIVO: EL COLECTIVO LGBTQ+ Y LAS EMPRESAS

M^a Fátima Martínez López

Grado de Turismo

Facultad de Turismo

Año Académico 2021-22

TURISMO INCLUSIVO: EL COLECTIVO LGBTQ+ Y LAS EMPRESAS

M^a Fátima Martínez López

Trabajo de Fin de Grado

Facultad de Turismo

Universidad de las Illes Balears

Año Académico 2021-22

Palabras clave del trabajo:

Turismo LGBTQ+ Friendly, PinkWashing, Turismo LGBTQ+ España, TWO Hotel Barcelona, Turismo LGBTQ+ México, Casa Cúpula,

Nombre Tutor/Tutora del Trabajo Andrea Ruthven

Se autoriza la Universidad a incluir este trabajo en el Repositorio Institucional para su consulta en acceso abierto y difusión en línea, con fines exclusivamente académicos y de investigación

Autor		Tutor	
Sí	No	Sí	No
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi familia, a Laura y a mis amigos, entre ellos Sílvia, por haberme apoyado en todo momento con este trabajo y por no haber dejado que me rindiera nunca. También agradecer a los que nunca han perdido la fe en esta lucha, y seguiremos luchando. Sois muy fuertes.

RESUMEN

¿Los derechos de los miembros del colectivo LGBTQ+ avanzan o se estancan? Este trabajo analiza desde el punto de vista del turismo inclusivo, las leyes que establecen dos países en concreto: España y México. A pesar del ámbito geopolítico, se ha tenido en cuenta las políticas no gubernamentales que implantan diferentes asociaciones u organizaciones para apoyar a la comunidad LGBTQ+ en la lucha a favor de la igualdad de derechos. Se considera como estos puntos pueden ser útiles para hacerse oír entre los altos cargos y favorecer tanto al destino turístico como a las mismas empresas catalogadas como LGBTQ+ Friendly.

Para ello la segunda parte del trabajo se basa en un estudio de caso, en el que se realiza una comparativa entre dos hoteles, uno localizado en un país y zona pro LGBTQ+ como es Barcelona y por otro lado en un país donde las leyes y el apoyo a la comunidad LGBTQ+ suele ser menor, como es México. Dicha comparativa se divide en: localización, dimensión, promoción y colaboración.

El objetivo del trabajo es analizar el peso de las leyes gubernamentales y el de las asociaciones LGBTQ+ Friendly en la sociedad, en el destino turístico y en las empresas.

Se llega a la conclusión que la situación geopolítica de un país no implica adaptación por parte de todas sus regiones y además que no hace falta ser una empresa internacional y de gran tamaño para implicarse en causas benéficas y colaborativas para mejorar la comunidad LGBTQ+.

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	6
2. CONTEXTUALIZACIÓN	8
2.1. POLÍTICAS Y LEYES OFICIALES	8
2.1.1. A NIVEL GLOBAL.....	9
2.1.2. ESPAÑA.....	12
2.1.3. MÉXICO.....	14
2.2. CONCEPTO GAY FRIENDLY.....	18
2.2.1. REDI	19
2.2.2. IGLTA	20
2.2.3. PINK WASHING.....	20
3. ESTUDIO DE CASO.....	22
3.1. LOCALIZACIÓN.....	23
3.2. DIMENSIÓN	23
3.3. PROMOCIÓN	24
3.4. COLABORACIÓN	25
4. DISCUSIÓN	27
5. CONCLUSIÓN.....	28
6. ANEXO.....	29
BIBLIOGRAFÍA	30

1. INTRODUCCIÓN

A pesar de que España es uno de los países más abiertos en LGTBQ, solo el 38% de las personas LGTBQ han salido del armario en sus trabajos.

(García, 2019)

¿Sabías que en la Asociación Española de empresas Gay Friendly hay más de 1.500 empresas asociadas? Pues sí, y esto nos lo afirma el Grupo EGF que se define como una consultora especializada en el segmento de mercado gay (LGBTQ+). (Grupo EGF, Empresas Gay Friendly, 2015)

Según una encuesta global LGBTQ+ Pride 2021 de Ipsos, hay una gran diferencia generacional entre las personas que se declaran de la comunidad, entre los 27 países encuestados. La gran diferencia se aprecia entre los Baby Boomers (1946-1964) y la Generación Z (1997+). En cuanto a números menos del 1% de los encuestados de la generación Boomer se identifican con la comunidad LGBTQ+, en contraste con las generaciones más jóvenes entre las cuales el 4% de los encuestados se identifican con dicha comunidad (IPSOS, 2021). Esto es debido a que con el paso del tiempo esta comunidad se ha reforzado y apoyado gracias a las leyes y políticas establecidas en diferentes países, creando así leyes contra la discriminación y a favor de la igualdad de derechos del matrimonio LGTBQ+. Con esta evolución positiva de la comunidad LGBTQ+ las empresas se han visto dispuestas a cooperar y adaptar sus políticas y leyes internas a esta comunidad, y así poder promocionarse y hacer el destino de turismo y el lugar de trabajo más agradable para las personas que se identifican con el colectivo LGBTQ+. (IPSOS, 2021)

Por ello este trabajo se va a basar en analizar las diferentes leyes y políticas de dos países en concreto, España y México, aunque se puede mencionar a otros en pequeña escala. Además, realizará un análisis de los usos no discriminatorios e inclusivos de las empresas principalmente turísticas. De una manera más sencilla, se analizará el por qué esa empresa es catalogada LGTBQ+ friendly, cuya definición se basa en una expresión que hace referencia a lugares, políticas, personas o instituciones que se consideran abiertas y agradables para las personas LGBTQ+ (Egaña, 2018). O, por otro lado, si son simplemente una variedad de estrategias de marketing dirigidas a promocionar productos o empresas apelando a su condición simpatizante con la causa LGBTQ+, con el objetivo de ser percibidos como progresistas, modernos y tolerantes, así se definiría la práctica de PinkWashing (HMG Company, 2020). Con la información anterior podemos llegar al punto de obtener una visión global de las leyes y

políticas que usan en la empresa, pero además se podrá analizar cómo y quién las implementan, si tienen vigilancia y en qué medidas hay una adaptación para la comunidad LGTBQ+.

Para nutrir este trabajo de información variada sobre las empresas y los tipos de asociaciones y redes que hay para ellas, se ha elegido una red y una asociación para valorar las distintas políticas no gubernamentales que se pueden implementar para reconocer los derechos de la comunidad en el sector turístico, tanto viajeras y viajeros, como parte de la plantilla de trabajo. La primera es REDI que se define como la primera red inter-empresarial y de expertos en materia de diversidad e inclusión de las empleadas/os LGTBQ+ y aliadas/os en España. Además, REDI es una red sin ánimo de lucro, por ello cualquier empresa o persona que se quiera asociar es bienvenida, siempre y cuando quiera contribuir eficazmente en el desarrollo de los objetivos y fines que tiene esta red con la inclusión y el respeto hacia las personas LGTBQ+ (REDI, 2015).

Y como asociación se ha elegido la IGLTA (International LGTBQ+ Travel Association), ésta es la Asociación Internacional de Turismo LGTBQ+ y líder a nivel mundial. Esta asociación ofrece asesoramiento, recursos e información de viajes, y trabaja continuamente en la promoción de la igualdad y la seguridad del turismo LGTBQ+ en todo el mundo. La afiliación a esta asociación está abierta a cualquier individuo, asociación, corporación o sociedad directa o indirectamente con el sector de viajes LGTBQ+ (IGLTA, International LGTBQ+ Travel Association, 1983).

Después de analizar las diferentes leyes y políticas existentes, además de las asociaciones y redes no gubernamentales que apoyan al colectivo, se pasa a hacer un estudio de caso de dos empresas turísticas, para valorar que por muy grande que sea la empresa no implica tener más repercusión y ofrecer mejores servicios respecto a la comunidad LGTBQ+. Estas empresas son: la cadena española de hoteles Axel Hotels y el Hotel Cúpula ubicado en Puerto Vallarta, México.

Para elegir las empresas se ha aplicado una serie de criterios bastante sencillos. En primer lugar, quería que hubiera una diferencia geográfica, para poder comparar las leyes y políticas de los países en los que están establecidas y el nivel de permisividad que tienen en cuanto al colectivo LGTBQ+.

Por otro lado, se considera el tamaño de la empresa, debido a que la implementación, seguimiento y buen uso de las políticas internas se puede ver influido con el tamaño.

La última consideración ha sido la promoción pública como empresas LGBTQ+. Así con la ayuda de estos criterios y lo explicado anteriormente procederé a la comparación de dichas empresas, y se podrá llegar a entender la adaptación gracias a la información obtenida previamente y a la actual.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

En este apartado observaremos dos puntos clave para entender como una empresa, en este caso, del sector turístico debe situarse hacia el sector LGBTQ+ tanto enfocado a lugar de trabajo como a elección de ocio. Estos puntos clave se dividen en dos. Primero en las leyes que se aplican a nivel gubernamental teniendo una visión global y seguidamente con un enfoque más profundo en los dos países objetivo de este trabajo, España y México. Y segundo las políticas apoyadas por las asociaciones que defienden y dan visibilidad al colectivo LGBTQ+.

En primer lugar, examinamos las leyes y políticas que han de cumplir las empresas turísticas a nivel global y a nivel estatal, en el que España y México son nuestro punto de enfoque, ya que nos va a servir de apoyo para el estudio de caso.

En segundo lugar, se analizan las diferentes políticas Gay Friendly que las empresas pueden decidir aplicar y que evidentemente deberían implementar para poder formar parte del colectivo LGBTQ+.

2.1. POLÍTICAS Y LEYES OFICIALES

En diferentes partes del mundo las personas que forman el colectivo LGBTQ+ pueden ser sometidas a torturas, agresiones, ejecuciones o incluso la prisión por el simple hecho de amar a personas del mismo sexo, manifestar su amor en público o no identificarse con su género asignado. Pero esto no debería ser caso de discriminación ni abusos (Human Rights Watch, s.f.).

Es por ello por lo que Human Right Watch está procurando crear unas leyes y políticas que vayan en contra de lo antes mencionado y hagan que las personas del colectivo puedan gozar de los mismos derechos que todas las personas y puedan vivir con tranquilidad y dignidad. Y después de esto se crearía la pregunta de: ¿Qué es Human Right Watch? Es una organización sin ánimo de lucro y no gubernamental que lucha por los derechos de las personas. Gracias a su gran influencia se reúne con diferentes gobiernos y las Naciones Unidas entre otros, para intentar perseguir los cambios en las políticas a favor de los derechos humanos y la igualdad en el mundo (Human Right Watch, s.f.).

2.1.1. A NIVEL GLOBAL

En un panorama general a nivel mundial, podríamos decir que el camino que lleva a la igualdad no sigue una línea recta. Aunque no debería ser así, dado que el desarrollo legal de la orientación sexual debería ser un camino en línea, en consecuencia, de que por un lado estarían las protecciones constitucionales y por el otro lado la criminalización. Esta conjetura es a nivel general, es decir, no todos los países siguen la misma línea.

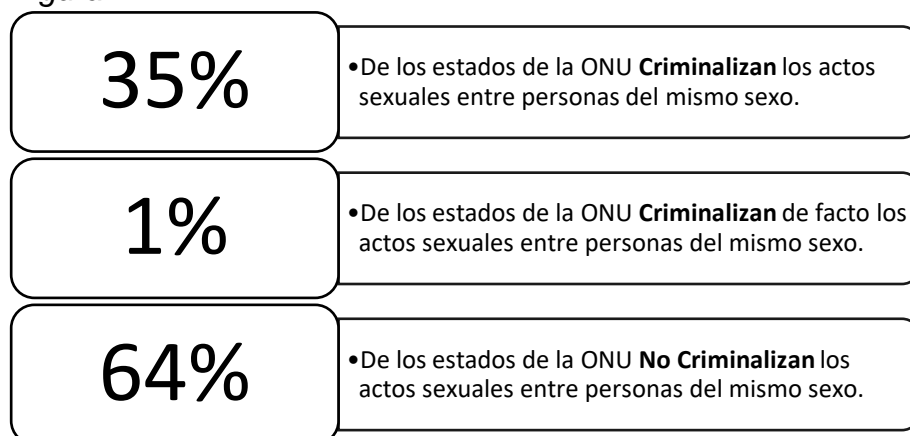
Para poder entender la explicación a nivel mundial, quiero destacar que este enfoque se llevará a cabo en referencia a los Estados Miembros de las Naciones Unidas, ya que la ILGA Mundo (Asociación de lesbianas, gays, bisexuales, trans e intersex) actúa como una organización líder y da voz a nivel mundial a las personas que sufren discriminación por motivos de orientación sexual y/o expresión de género y/o características sexuales, y por lo tanto gira en torno a la ONU (ILGA World, 2017).

Para tener una visión más estructurada y definida las políticas y leyes haremos una división de 4 categorías (Homofobia de estado, 2020): Criminalización, restricción, protección y reconocimiento.

CRIMINALIZACIÓN

Hay países que condenan como delito los actos sexuales consensuados entre personas del mismo sexo. Se encuentra en tendencia positiva la derogación de leyes y penas de muerte o de castigo físico en diferentes países, como en Sudán.

Figura 1.



Porcentajes informativos sobre la Criminalización (ILGA World, 2017).

En vista general, hay 67 estados pertenecientes a la ONU que ven como crimen mantener relaciones consensuadas con una persona del mismo sexo. Dos estados miembros que la caracterizan como *de facto*, esto quiere decir “de hecho” sin reconocimiento jurídico (Real Academia Española, RAE, 2005). Y seis estados miembros que castigan el mantener relaciones sexuales con una persona del mismo sexo con la pena de muerte (Arabia Saudita, Yemen, Brunei, Irán, Mauritania y Nigeria, pero en este caso en Nigeria únicamente sería en los 12 estados del norte del país.).

RESTRICCIÓN

Se basa en la restricción jurídica a la libertad de expresión en materia de diversidad de sexo y género. En 2020 la ILGA Mundo se encontró con el dato de que al menos 42 Estados Miembros de las Naciones Unidas tienen restricciones de manera jurídica en cuanto a la libertad expresión sexual y de género.

PROTECCIÓN

Enfocándonos en la protección constitucional antidiscriminatoria a nivel orientación sexual no ha habido grandes cambios hasta 2020 (año en que se realiza el estudio por parte de la IGLA Mundo). Únicamente hay 11 Estados Miembros de las Naciones Unidas que tienen leyes y políticas constitucionales que ofrecen protección a las personas del colectivo LGTBQ+ que pueden sufrir discriminación por su orientación sexual.

Con relación al trabajo, hay 81 Estados Miembros, 2 Estados No Miembros y 33 jurisdicciones no independientes que ofrecen leyes y políticas que protegen a los que sufren discriminación por orientación sexual en el ámbito laboral.

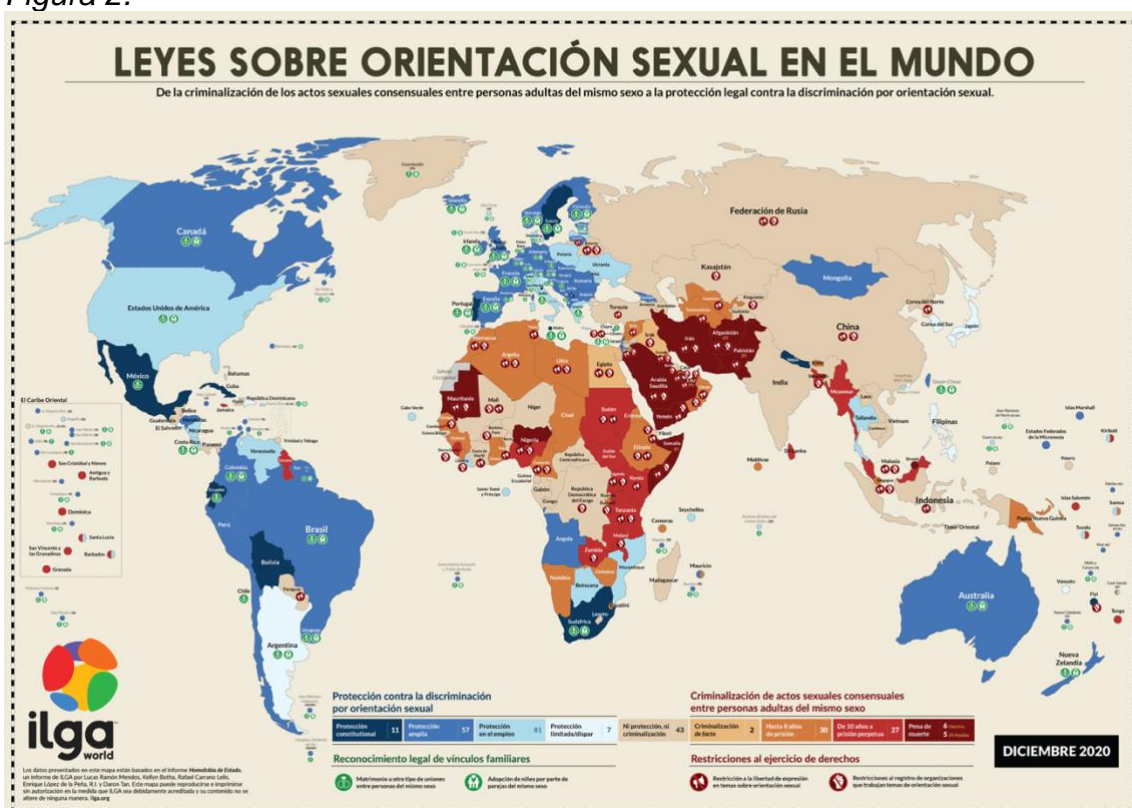
RECONOCIMIENTO

Este apartado se basa en el matrimonio igualitario, es decir el matrimonio contraído por dos personas del mismo sexo. Se ha visto durante los años que esta ha sido también una lucha constante entre los miembros del colectivo LGTBQ+, pero según el documento de la ILGA Mundo, se han observado diversos progresos en cuanto al matrimonio igualitario en diferentes regiones del mundo.

Así pues, hay un total de 28 Estados Miembros de Naciones Unidas que permiten el matrimonio igualitario a finales de 2020. Asimismo, de 1 Estado No Miembro y 30 territorios no independientes.

Para tener una visión general, global y visual la ILGA Mundo ha creado un mapa (Figura 2) para observar de forma mas visual las leyes sobre orientación sexual en el mundo:

Figura 2.



Nota. Adaptado de Mapas – Legislación sobre orientación sexual [Imagen], por ILGA World, 2020, ILGA (<https://ilga.org/es/mapas-legislacion-sobre-orientacion-sexual>).

En resumidas cuentas, hay países que condenan como delito los actos sexuales consensuados entre personas del mismo sexo además de que muchos de los Estados Miembros tienen restricciones en el ámbito jurídico respecto a la libertad de expresión sexual y de género. De igual manera una pequeña parte de los estados miembros tienen leyes y políticas constitucionales que protegen a las personas del colectivo LGBTQ+ en cambio los Estados Miembros han ido sumándose a dar apoyo ante el matrimonio igualitario.

En los siguientes apartados se profundiza y se hace un enfoque a dos países, España y México, importantes para el objetivo de este trabajo.

2.1.2. ESPAÑA

Según un estudio de IPSOS, España es el líder mundial en defensa de los derechos LGBTQ+ (LGBT+ Exposure & Engagement, 2021).

España es el país que más apoya a que las personas del colectivo LGBTQ+ muestren abiertamente su orientación sexual y lo puedan demostrar en público. Además 7 de cada 10 españoles apoya que haya atletas que se muestren abiertamente que son miembros de la comunidad LGBTQ+, lo cual posiciona a España en líder en el ranking a nivel mundial (IPSOS, IPSOS, 2021).

Para tener una idea de las políticas y leyes que hay en España en tema del colectivo LGBTQ+ el primer paso que he hecho ha sido dirigirme a la página web del Ministerio de Igualdad. Ahí podemos encontrar la Dirección General de Diversidad Sexual y Derechos LGTBI.

Encontramos que por primera vez se ha creado esta dirección con el objetivo de proteger la diversidad sexual y defender los derechos del colectivo LGBTQ+, que durante la historia han sido vulnerados. Esta dirección general tiene diferentes funciones tales como (Ministerio de Igualdad, s.f.):

- Desarrollar normas que contribuyan a la disminución de situaciones de discriminación.
- Responsabilidad de coordinar las políticas a favor de los derechos de la comunidad LGBTQ+ entre diferentes departamentos del ministerio.
- Elaborar informes y estudios en materias que afectan el derecho de la igualdad de trato y no discriminación de las personas por su orientación sexual, identidad de género, expresión de género o características sexuales en cualquier ámbito, como en la educación o empleo entre otros.
- Además, ante esta situación extraordinaria que estamos viviendo con la crisis del COVID-19 se han elaborado diferentes recursos para las personas más vulnerables del colectivo LGBTQ+.

Como bien en la parte global hemos dividido en 4 categorías para poder tener una visión estructurada y definida, en este apartado procederemos a lo mismo.

CRIMINALIZACIÓN

En España cuando terminó la dictadura de Francisco Franco se restauró la democracia y con ello los actos sexuales entre varones fueron eliminados como delito por la Ley No 77 (1978, en vigor en 1979). Esta ley derogó las condiciones penales de la Ley No. 16 (1970), la cual clasificaba a los hombres homosexuales como peligrosos y que debían ingresar inmediatamente en un centro de rehabilitación, además de tener prohibida la frecuentación de diferentes lugares.

RESTRICCIÓN

Este apartado se basa en la restricción que se establece a las personas LGBTQ+ a la no libertad de expresión, en este caso y como hemos mencionado al principio del apartado, España es uno de los países líderes en permitir la libertad de expresión de este colectivo y por lo que lucha continuamente para que así sea. Pero en la ILGA Mundo no aparece información explícita y/o política de España.

PROTECCIÓN

En 2010 se escribieron dos artículos el 511 y 512 del Código Penal (1995) en el que se penaliza de denegación discriminatoria de prestar un servicio por motivos de orientación sexual.

Además, en 2011-2013 se añadieron el párrafo 1 del artículo 6 de la Ley de Salud Pública (Ley No. 33) (2011) (Boletín Oficial del Estado, Artículo 6. Derecho a la igualdad, 2011) y el párrafo 2 del artículo 124 de la Ley Orgánica para el Mejoramiento de la Educación (Ley No.8) (2013) (Boletín Oficial del Estado, Art. 124 Normas de organización, funcionamiento y convivencia, 2013) que refuerzan la prohibición de la discriminación en los ámbitos de sanidad y educación respectivamente.

Asimismo, hay comunidades y regiones de España que ofrecen diferentes opciones de protección contra la discriminación por orientación sexual en virtud de leyes locales: Islas Baleares (Ley 8/2016, 2016), Cataluña (2014) (Ley 11/2014, 2014), Madrid (2016) (Ley 2/2016) son unas de las muchas que proporcionan estas leyes a sus ciudadanos.

En cuanto a la protección en el ámbito laboral, en 1996 el Artículo 314 del Código Penal (Art. 314 Código Penal, 2021) ordena como delito la discriminación en el mundo laboral, tanto en empresas privadas como en las públicas. Además, en 2004 hubo una modificación de los Estatutos de los Trabajadores, en el cual se incluía como discriminación la orientación sexual de los empleados.

Además, con relación a la responsabilidad penal por delitos motivados por la orientación sexual de las personas, el párrafo 4 del Código Penal (Art. 314 Código Penal, 2021) incluye como agravante la motivación penal de discriminar a una persona según su orientación sexual.

Por otro lado, España también tiene leyes relacionadas con la prohibición a la incitación al odio, la primera fue en 1996 introducida en el Código Penal y por consiguiente en 2015 se corrigió el artículo 15 de la Ley Orgánica No1 para

tipificar como delito cualquier acción que implique humillación, desprestigio o desprecio por la orientación sexual de las personas.

Y, por último, pero no menos importante con relación a la prohibición de las “terapias de conversión”, España no tiene leyes o políticas de este ámbito a nivel nacional, sin embargo, hay diferentes comunidades autónomas que han prohibido estas terapias. Hasta septiembre de 2020 el 48,7% de la población española esta protegida legalmente contra las “terapias de conversión” (Homofobia de estado, ILGA World, 2020).

RECONOCIMIENTO

En 2005 en el segundo párrafo del artículo 44 del Código Civil (Real Decreto, 2005) se les otorga en matrimonio los mismos derechos y responsabilidades a las personas del mismo sexo que a los conyugues heterosexuales.

Por otro lado, con relación a otras formas de unión civil, no se tiene una ley nacional establecida, sino que las diferentes jurisdicciones de España han legalizado las suyas.

Asimismo, las personas del mismo sexo pueden tener la opción de adoptar gracias a la modificación del artículo 175 del Código Civil en 2005 (Real Decreto, 2005), que otorga la opción de adopción a las personas del mismo sexo. Y consigo lleva a que se les permita a las personas del mismo sexo adoptar a la hija/o de su cónyuge.

En resumen, se observa que España ha sido catalogada de las primeras en el ranking mundial respecto a la tolerancia y defensa LGBTQ+, esto se puede ver reflejado en sus leyes gubernamentales. Se refleja en la derogación de leyes en contra de las homosexuales establecidas durante el franquismo, en que se penaliza por discriminar según la orientación sexual en diferentes ámbitos y se les reconoce los mismos derechos que a las personas heterosexuales. Estas leyes establecidas en España son importantes para el turismo y la sociedad, ya que hacen del lugar un espacio agradable y seguro para las personas que quieren viajar a él y las mismas que viven en él.

2.1.3. MÉXICO

Antes de todo, exploramos en la página web del gobierno mexicano en busca de información sobre las leyes y políticas LGBTQ+, encontramos un documento en el que se habla de los derechos de las personas LGBTI en la política pública. Este documento se redactó gracias a los resultados de los trabajos realizados por la Mesa de Diversidad Sexual del Instituto Nacional de Desarrollo Social (Indesol) entre los años 2015 y 2017. Por lo que la primera vista es que a día de hoy parece que han pasado varios años sin cambiar tanto el documento como

las leyes y políticas establecidas por el gobierno (Derechos de las personas LGBTI en la política pública, 2015-2017). Cabe destacar que según el código penal actual de México 2008 no hay ninguna mención en cuanto al colectivo LGBTQ+ (Código Penal Federal México, 1931).

Para entender mejor las políticas y leyes que establece México a la comunidad LGBTQ+ procedemos en dividir en cuatro categorías, como en los apartados anteriores:

CRIMINALIZACIÓN

En México entró en vigor el primer Código Penal en 1872. En este código no se hace referencia a nada relacionado con personas que mantienen relaciones sexuales con personas del mismo sexo.

Pero, sin embargo, se perseguían a las personas del colectivo LGTBQ+. Un ejemplo que suele conocer mucha gente es el llamado “Baile de los 41” (Gavito, 2010), en la que la policía hizo una redada en un bar tradicionalmente de hombres, en el cual se encontraban hombres vestidos “de mujer” los cuales fueron detenidos. Por lo tanto, la falta de referencia implicaba que las personas pudieran tomar la ley por su mano y se creaban escenas injustas ante el colectivo.

RESTRICCIÓN

Poniendo el enfoque en las restricciones jurídicas a la libertad de expresión en cuestión de diversidad sexual y de género, no se encuentran ni leyes explícitas ni no explícitas que apoyen en esta cuestión al colectivo LGBTQ+.

Con relación a las restricciones jurídicas al registro o la operación de organizaciones que trabajan temas de diversidad sexual y de género, no se encuentran datos asociados a México. Observamos que la ILGA Mundo en esta parte menciona que hay relacionados 0 de 33 Estados Miembros de la ONU.

PROTECCIÓN

En el ámbito de protección constitucional contra la discriminación basada en la orientación sexual en 2011 en el Artículo 1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (constitución federal) se encuentra la prohibición a la discriminación relacionadas a las preferencias sexuales. Aunque no hay nada explícito al colectivo LGBTQ+.

Además, en la protección amplia contra la discriminación basada en la orientación sexual, México en 2003 en el párrafo 3 del Artículo 1 de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación (Ley Federal para Prevenir y Eliminar la

Discriminación, 2003) se incluyen las preferencias sexuales mencionadas anteriormente, como un motivo de discriminación prohibido/penado. Esto se aplica en los diferentes sectores; en la educación, en la sanidad, en bienes y servicios y en el empleo.

En cuanto a la protección laboral, en el apartado 3 del Artículo 1 de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación (Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, 2003), las preferencias sexuales se consideran protegidas y se prohíbe cualquier discriminación.

Asimismo, en los artículos 211 y 212 del nuevo Código Penal que entraron en vigor en 2020, se considera delito de discriminación en el empleo basadas en las preferencias sexuales (mencionadas anteriormente) y son agravantes el hecho de haberse ocurrido por los empleadores o funcionarios públicos.

Por otro lado, no hay disposiciones legales a nivel federal en México que agraven las penas causadas por delitos de odio provocados por la orientación sexual de la víctima. A pesar de ello, el artículo 5 de la Ley General de Víctimas (Art. 5 Ley General de Víctimas, 2013) conjetura un enfoque diferencial y especializado de las reparaciones que se les ofrecen a las víctimas de delitos de odio y discriminación por orientación sexual.

En 2014 se corrigió el artículo 9 de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación (2003) (Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, 2003), prohibiendo así la promoción de la violencia. Y en el Artículo 1 de esta misma ley se encuentra las preferencias sexuales como una de las causas prohibidas.

En cuanto a las “terapias de conversión” en 2018 se presentó en la Cámara Federal de Diputados un proyecto de ley que prohibía estas terapias, castigando y con todo lo que conlleva la realización de estas; como sería penalizar a los sanitarios que actúen en la terapia, promover, enseñar, aplicar o forzar a este tipo de terapia también sería considerado delito. Pero a septiembre de 2020 esta ley todavía esta pendiente. Con lo cual esto crea que a diciembre de 2020 únicamente el 20.6% de la población mexicana vive protegida en contra de las mal llamadas “terapias de conversión”.

RECONOCIMIENTO

En México no existe una ley federal explícita que permita que las personas del mismo sexo tengan derecho al matrimonio, por contraste a septiembre del 2020 hay una cantidad de 19 jurisdicciones que permiten a las personas del mismo sexo tener el derecho al matrimonio.

Además, no se registra ninguna ley federal que permita otra unión civil a las personas del mismo sexo, pero como vemos en el apartado anterior hay jurisdicciones que si las reconocen.

Y, por consiguiente, no existe ninguna ley federal explícita que permita la adopción legal de dos personas de sexo igualitario. Aunque la adopción podría estar permitida en las jurisdicciones donde el matrimonio y la unión civil de personas del mismo sexo esté permitida. Esto causa mucha incertidumbre jurídica y normalmente impide el derecho de adopción a las personas homosexuales. Y por si fuera poco la adopción de la hija/o del conyugue no está permitida en todas las jurisdicciones, se repite lo mismo que en los casos anteriores.

Como aditivo a la normativa de México me gustaría mencionar que en 2021 el colectivo LGBTQ+ buscó crear un Instituto para la Diversidad en México. Esto significa que busca proteger y garantizar los derechos de las personas que pertenecen al colectivo LGBTQ+ (Agencia EFE, 2021).

"Queremos crear un instituto que permita vigilar los derechos humanos de la comunidad LGBT+, hacer campañas de concientización y proyectos internos que ayuden a la comunidad, así como la creación de programas que puedan ayudar a otros", explicó el coordinador general de la marcha Orgullo Pride LGTTTTIQ+ CDMX, Mauricio Castillo, en conferencia para medios (Agencia EFE, 2021).

En lo que respecta el sector turístico hay algunas leyes que protegen a las personas ante la discriminación por orientación sexual tanto en la vida cotidiana como en la laboral, aun así, hay muchos vacíos legales en el reconocimiento, restricción y criminalización. Por esta razón en el propio país se han creado destinos LGBTQ+ Friendly (observar el estudio de caso), y esta adaptación es positiva para la sociedad local, la economía y los turistas que se sienten seguros en estar en un lugar agradable respecto a su orientación sexual.

2.2. CONCEPTO GAY FRIENDLY

Una vez entendido las políticas y leyes que tienen España y México, vamos a pasara entender que significa el concepto *Gay Friendly*, que asociaciones o redes ayudan a las empresas a ser una empresa LGBTQ+ Friendly sin caer en la trampa del Pink Washing (concepto que se elaborará más tarde).

El concepto Gay Friendly se creó en EE. UU. en la década de los 90, éste su usó para referirse a personas, lugares, políticas o instituciones que pretendían mantener un ambiente permisivo ante las personas LGBTQ+. Así se crean espacios en que las personas pertenecientes al colectivo LGBTQ+ se sientan cómodas y no sientan que tienen un trato diferente o se sientan juzgadas (Empresas Gay Friendly.org, 2016). En cuanto a las empresas que se categorizan como LGBTQ+ Friendly, van más allá de la simple promoción y de tener un mayor alcance en la sociedad. Implementan políticas internas que ayudan a evitar la discriminación, fomentan la inclusión y protegen a los empleados LGTBQ+ de la empresa. El grupo EGF (Empresas Gay Friendly) se fundó hace algo más de seis años, en el que su concepto es principalmente ofrecer servicios empresariales orientados a la comunidad gay (LGBTQ+). ¿Que ofrece? Ofrecen la oportunidad de descubrir y potenciar las prácticas de las políticas inclusivas con la comunidad LBTQ+ y así demostrar a las empresas las ventajas empresariales, laborales y comerciales que conllevan (Grupo EGF, 2015). Además, ofrecen al colectivo LGTBQ+ una serie de contenido diferente y gratuito, para así poder enriquecer de conocimiento y por lo tanto tener un contacto directo sobre las diferentes necesidades, hábitos, estilos de vida, cultura... de la comunidad LGBTQ+.

La Asociación Española de Empresas Gay Friendly es una iniciativa del grupo EGF antes mencionado. Ha creado un decálogo (*Anexo 1*) para que las empresas que se asocien tengan un compromiso correcto y real; y también poder dar a conocer las políticas internas inclusivas y por la diversidad de las empresas (Grupo EGF, 2015).

De la misma manera que la Asociación Española de Empresas Gay Friendly, quiero mencionar dos organizaciones. En primer lugar, REDI, una red empresarial y, en segundo lugar, la IGLTA una asociación internacional enfocada al sector al que se dirige este trabajo, el turístico. Estas asociaciones ayudan a que la empresa catalogada como LGBTQ+ Friendly no caiga en la malversación de objetivos y así tengan unos fines comunes y reales para la comunidad LGBTQ+.

2.2.1. REDI

REDI se define como la primera red inter-empresarial y de expertos en materia de diversidad e inclusión a las empleadas/os LGBTQ+ y aliadas/os en España. Esta red fue creada a mediados del 2015, se inspiró en las iniciativas que tomaban otras empresas similares internacionales. Además, en 2018 obtuvo de forma jurídica el nombre como Asociación sin Ánimo de Lucro (REDI Red empresarial por la diversidad e inclusión LGBTI, 2015).

REDI tiene diferentes valores entre ellos están:

Corporativa: hablan desde las empresas y con las empresas.

Humana: contribuyen a crear una sociedad más respetuosa e inclusiva dentro de la comunidad LGBTQ+

Colaborativa: así juntas aportan más valor y llegan más lejos, es decir, que tienen un alcance mayor.

¿Que ventajas proporciona asociarse a REDI?

En primer lugar, asociarse a esta red hará que la empresa forme parte de una de las redes más amplias a nivel empresarial y profesional en ámbito de la diversidad e inclusión LGBTQ+ de España. Hay cuatro beneficios principales que se encuentran los asociados a esta red inter-empresarial: Networking, Conocimiento, Visibilidad y Colaboraciones.

El networking principalmente es una práctica que lleva a cabo la empresa para poder formar una red de contactos, cuya finalidad es poder crear nuevas oportunidades de negocio (Neoattack, 2020). Por ello REDI ofrece unirse a su foro permanente para poder consultar e intercambiar ideas con otras empresas y/o expertos en diversidad. Junto al networking, ofrece el conocimiento acceso a la información y asesoría sobre diferentes gestiones de diversidad LGBTQ+ y ayuda a ponerse al día con las últimas tendencias.

Gracias a los dos beneficios anteriores se logra la visibilidad que se le puede dar a la empresa, y REDI lo logra presentando la opción de formar parte de una gran agenda de participaciones en foros, tanto en RRSS y RSC. Y junto a estas participaciones se logran las colaboraciones, donde ofrecen sinergias con los principales stakeholders (público de interés para una empresa que permite su completo funcionamiento) de organizaciones en materia de diversidad e inclusión LGBTQ+ (Rockcontent, 2019).

2.2.2. IGLTA

La Asociación Internacional de Turismo para LGBTQ+ se define como la principal organización global dedicada al turismo LGBTQ+, y que está orgullosa de ser miembro afiliado de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (IGLTA, IGLTA, 1983).

¿Qué misión tiene la IGLTA?

Principalmente es brindar información y diferentes recursos para los viajeros pertenecientes al colectivo LGBTQ+ y así poder expandir este tipo de turismo a escala mundial. Para así, demostrar su importante capacidad de impacto social y económico.

La IGLTA tiene como valor fundamental la integridad y la sinceridad con el compromiso de promover y promocionar los diferentes viajes LGBTQ+ y trabajar de manera abierta y honesta en su alcance global. De la misma manera celebran la diversidad en la comunidad mundial LGBTQ+ y sus aliados, esforzándose por crear un entendimiento intercultural y un mundo más inclusivo y no discriminatorio. De igual forma creen en el valor de las relaciones sólidas, tanto en las LGBTQ+ como con las convencionales que respalden a su comunidad de viajeros. Gracias a la suma de lo anterior se inspiran a diario trabajando diferentes viajes LGBTQ+ y se dedican a compartir este entusiasmo por todo el mundo.

La ayuda de estas asociaciones y/u organizaciones sirven para evitar el después mencionado PinkWashing. Este concepto es importante porque hay un paso muy pequeño entre apoyar al colectivo y lucrarse haciendo que se apoye al mismo. Así que se va a analizar con más profundidad en la siguiente sección.

2.2.3. PINK WASHING

La concepción LGBTQ+ Friendly suele utilizarse con el objetivo de promoverse y dar a conocerse como simpatizante de la comunidad LGBTQ+ y así poder atraer a un número de clientes más amplio. Este tipo de acciones en una empresa suele darse en el mes de junio, el mes del orgullo, en el que la empresa cambia su estética, transforma el logo y un largo etcétera.

Aquí es cuando aparece el PinkWashing, variante del WhiteWashing, que es el concepto que critica la falsedad de las estrategias de marketing y comunicación de una empresa. PinkWashing viene de las palabras en inglés *Pink*, de color rosa, y *Whitewash*, blanquear o encubrir. De una manera más formal sería un lavado de cara rosa. Que en cuanto a los derechos de las personas LGBTQ+ son estrategias y políticas de marketing y/o comunicación que tiene un único objetivo, demostrar que son simpatizantes, inclusivos y permisivos con los miembros de

este colectivo (My news, 2021), sin adoptar políticas o estrategias internas que fomentan una cultura gay friendly tanto dentro como fuera de la empresa.

Uno de los errores principales que comete una empresa es pensar que por temor a que el público piense que están realizando PinkWashing no es posible demostrar el apoyo o unirse a causas sociales. Pero a parte de esto, también la empresa debería de tener políticas antidiscriminación a la comunidad LGBTQ+, promover la causa a nivel interno y demostrar con hechos no solo con palabras el apoyo al colectivo o a la causa que esta apoyando. En resumidas cuentas, que haya repercusión real no que se base en maquillar la imagen para obtener más ventas durante un mes.

¿Y cómo podemos entender el PinkWashing dentro del sector turístico? Antes de nada, hay que tener en cuenta que el turismo es uno de los sectores que más beneficios dan a los países, contando con la situación que estamos viviendo de pandemia, en el 2021 el turismo creció un 4% con relación al año 2020, con un total de 415 millones (UNWTO Organización Mundial del Turismo, 2022).

El turismo rosa, también denominado turismo gay, es el turismo que se enfoca a las personas pertenecientes al colectivo LGTBQ+ (Aguilar, 2014). El turismo LGBTQ+ es de los principales potenciales en poder superar la crisis de este sector, ya que representa el 10% del total de viajes internacionales y el que mayor índice de crecimiento presenta (Pereira, 2020).

Los destinos LGBTQ+ suelen darse a raíz de 3 posibilidades (Barquet-Muñoz, 2021):

1. Destinos en los que la propia comunidad se ha “apropiado” de zonas, no por necesidad, sino por simple costumbre. Suelen ser destinos en los que normalmente con el paso de los años nunca han dejado de ir personas pertenecientes al colectivo LGBTQ+, un ejemplo sería Chueca en Madrid.
2. Por otro lado, están los destinos que se han vuelto una preferencia para los miembros del colectivo LGBTQ+, por la modernidad en los temas sociales y en las normas, ya que crean una sanación de tolerancia hacia la comunidad. Estos destinos pueden ser Noruega, Suecia o Dinamarca.
3. Y por último están los destinos turísticos que se han promocionado con grandes estrategias de marketing y comunicación como destinos tolerables y amigables con el colectivo LGBTQ+. Un buen ejemplo sería Israel catalogado como uno de los destinos que más PinkWashing usa.

Y como bien hemos dicho antes y en el tercer punto anterior, los destinos que se califican como LGBTQ+ Friendly tienen que ir con sumo cuidado, ya que no sirve

hacer una campaña de marketing espectacular que capte la atención de los miembros del colectivo, si después, en el propio destino no se inculcan normas, leyes o políticas para la sociedad que ayuden, apoyen o toleren a las personas que componen el turismo rosa. Esto puede dar lugar a rechazos en la sociedad, violencia e intolerancia que afecta directamente a los visitantes LGBTQ+ y se conviertan en víctimas de homofobia o transfobia, estas consecuencias las origina el PinkWashing, creando una imagen falsa del lugar.

3. ESTUDIO DE CASO

Después de haber visto las diferentes leyes y políticas globales y estatales con relación al colectivo LGBTQ+ y las diferentes redes y asociaciones que hacen que las empresas puedan considerarse LGBTQ+ Friendly, en este punto realizamos un estudio de caso de dos empresas turísticas para valorar que no implica tener mucho poder para apoyar causas reales y de la actualidad. Como muestra he escogido Casa Cúpula ubicada en México y TWO Hotel Barcelona by Axel de la cadena Axel Hotels. Un dato que llama la atención es que la cadena se categoriza como Hetero Friendly, no hay discriminación por orientación sexual aunque esté pensado para la comunidad LGBTQ+.

Para tener un mayor conocimiento de los dos hoteles que se comparan más adelante, me gustaría proceder a una breve introducción de ambos.

TWO Hotel Barcelona by Axel (Axel Hotels, 2003), Barcelona, España:
Este hotel nace en la cadena de hoteles *Axel Hotels*, el cual ha sido una de las primeras empresas a nivel mundial dirigida a la comunidad LGBTQ+, ofreciendo servicios y productos de calidad pensados y adaptados a los miembros del colectivo. Además de proporcionar un ambiente de diversidad y respeto hacia la comunidad LGBTQ+.

Casa Cúpula (Casa Cúpula, 2002), Puerto Vallarta, México:
Este hotel abrió sus puertas hace cosa de 20 años siendo una pequeña casa de huéspedes. En los años sesenta Puerto Vallarta ya daba la bienvenida al colectivo LGBTQ+, aunque Casa Cúpula fue el primer hotel en ofrecer amenidades de alto standing dirigidas a esta comunidad.

A fin de proceder a una comparación ordenada, he dividido los puntos comparativos en cuatro: localización, dimensiones, promoción y colaboración.

3.1. LOCALIZACIÓN

Respecto a la localización nos referimos a indicar o establecer la ubicación geográfica de algo o alguien (Porto, 2019). Este punto es muy importante, ya que como hemos visto en puntos anteriores, dependiendo de la ubicación geográfica las leyes y políticas que se establecen hacia el colectivo LGBTQ+ varían o no existen.

El hotel TWO Hotel Barcelona by Axel, como bien su nombre indica se localiza en Barcelona. Barcelona es uno de los destinos más soñados por los turistas de la comunidad LGBTQ+, ya que en la mayoría del tiempo se percibe una atmosfera de libertad y respeto. Teniendo en cuenta que España recibe alrededor de 7 millones de turistas LGBTQ+ al año, una gran parte elige como destino principal Barcelona (EFE, 2021) Esta atmosfera tan agradable ha sido labrada desde los años setenta por asociaciones y colectivos que no han parado de luchar por los derechos de todas las personas, y que, aunque parezca mentira aún se sigue luchando. Un ejemplo muy importante es que el Parlamento de Cataluña aprobó la Ley contra la Homofobia, una ley precursora en España (Meet Barcelona, s.f.).

Por otro lado, Casa Cúpula esta ubicada en Puerto Vallarta, México. En México como hemos visto en los apartados anteriores no hay muchas leyes que beneficien o que legitimen los derechos de la comunidad LGBTQ+. De hecho, el Código Penal actual no menciona absolutamente nada sobre la comunidad LGBTQ+ (Vallarta, s.f.). Sin embargo, de acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo México recibió en 2019 cerca de 3.5 millones de turistas al año (García L. , 2020). Además, a diferencia de su normativa estatal, Puerto Vallarta le ha sido otorgado el título de Ciudad Más Amigable del Mundo por la revista especializada en turismo Condé Nast Traveler (Reforma (México D.F., 2003). Ya hace más de 60 años que se ha considerado como un lugar predilecto del colectivo LGBTQ+. En realidad, es la primera ciudad de México en adquirir la insignia *Gay Travel Approved (GTA)* que otorga la web gaytravel.com a los destinos que cuentan con todo tipo de amenidades para el turismo del colectivo LGBTQ+ (Mantamar, 2019).

3.2. DIMENSIÓN

Referente a la dimensión hablamos del tamaño o extensión de una cosa, en este caso la cantidad de habitaciones y de diferentes espacios que ofrezcan (Real Academia Española, RAE, s.f.).

En este caso TWO Hotel Barcelona cuenta con un total de 87 habitaciones. Como espacios adicionales al hotel encontramos un parking propio, un *Sky Bar* equipado con hamacas y una piscina, servicio de masajes, sauna y gimnasio y finalmente un *Lobby Bar* (Axel Hotels, TWO Hotel Barcelona by Axel, 2003).

Casa Cúpula a diferencia del anterior únicamente cuenta con 19 habitaciones. También cuentan con una zona de salud y bienestar, que se compone de tratamientos y masajes y de un gimnasio (Casa Cúpula, 2002).

3.3. PROMOCIÓN

Con relación a la promoción nos referimos al conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas (Real Academia Española, RAE, s.f.). En nuestro caso queremos saber si se promociona como LGBTQ+ Friendly centrándonos en su misión y en la propia definición del hotel.

TWO Hotel Barcelona pertenece a la cadena de hoteles Axel, en la cual su presidente y fundador, Juan Julià explica su visión. Su visión se basa en cumplir un sueño, abrir un hotel dirigido hacia el colectivo LGBTQ, su comunidad. Poder crear un espacio en medio de la ciudad donde los principales valores fueran la libertad, la diversidad y el respeto (Axel Hotels, TWO Hotel Barcelona by Axel, 2003).

En su página web no mencionan su misión concretamente, pero si que nos explican la filosofía que siguen en la cadena hotelera. En este caso sabemos que es una cadena orientada a la comunidad LGBTQ+ pero lo que también quieren manifestar es que lo primordial son los valores antes mencionados (libertad, diversidad y respeto). ¿Esto qué quiere decir? Pues que cualquier persona sea cual sea su identidad y/o expresión de género debe ser bien recibida, valorada y respetada.

Es por ello por lo que la compañía Axel Hotels no se define como LGBTQ+ friendly, sino que ha llevado el término más allá y ha creado uno nuevo: heterofriendly. Definido como un lugar pensado para el colectivo LGBTQ+, pero también abierto a todo el mundo. La gente podría llegar a pensar que es un detalle insignificante el catalogarse como heterofriendly sin embargo si miramos más allá este término hace lo que el colectivo no quiere que le hagan, que se discrimine. En otras palabras, usar este término hace que no haya ningún tipo de discriminación a la hora de elegir el hotel, ya que no solo invita a personas de la comunidad LGBTQ+ sino que también son bienvenidos los heterosexuales.

Por otra parte, Casa Cúpula tiene una misión social, de la cual muchas cosas hablaremos en el siguiente punto, pero destacamos en que Casa Cúpula es un pilar muy importante para la comunidad local y por ello contribuye con el compromiso de diferentes causas sociales LGBTQ+ en Puerto Vallarta. Buscan mantener un sólido compromiso en ayudar a la comunidad a la que pertenecen y para que Puerto Vallarta pueda seguir siendo un buen lugar y sostenible para todos, vecinos y turistas.

La filosofía de Casa Cúpula se divide en 3 puntos (Casa Cúpula, 2002):

1. **“Opulencia sofisticada.** Son un equipo que se dedica a ofrecer a cada cliente una experiencia agradable y personalizada”.
2. **“Diviértete con ganas, descansa con ganas.** En Casa Cúpula es cierto que hay mucha diversión, pero a la vez hay espacios para relajarse. Se encuentran cerca de zonas transitadas como playas y bares, pero al mismo tiempo lo suficientemente lejos como para que puedas descansar y relajarte”.
3. **“Todos son bienvenidos.** Siendo uno de los apoyos del colectivo LGBTQ+ local, dan la bienvenida a cada visitante amigablemente, sin juzgar tu condición sexual o tu procedencia”.

3.4. COLABORACIÓN

Nos referimos a colaboración al trabajar juntamente con otra u otras personas u organizaciones para realizar una obra o alcanzar un objetivo (Significados.com, s.f.). Para entender mejor TWO Hotel Barcelona y Casa Cúpula nos centraremos en si colaboran con asociaciones, redes empresariales u otras organizaciones. Analizar este punto es muy importante ya que demostrando que colaboran con asociaciones u organizaciones se demuestra la implicación y que no han caído en la vía fácil del PinkWashing.

Para el siguiente punto no me referiré únicamente al hotel que estamos estudiando sino a la cadena en sí, ya que la colaboración se hace de manera global y no individualizada. Por ello, Axel Hotels tiene un apartado en su página web llamado *Comunidad LGBTQ* donde se explican y mencionan las colaboraciones con proyectos y diferentes asociaciones en defensa de los derechos del colectivo LGBTQ+.

Axel Hotels busca y persigue cualquier causa social asociada al colectivo LGBTQ+ para impulsar la normalización de dicho colectivo y promover la integración y diversidad como base de los derechos humanos. Son participes de todas las campañas sociales que persiguen la igualdad a nivel mundial considerando que tienen hoteles en Berlín, Miami, La Habana entre otros localizados en diferentes localizaciones de España. Las fundaciones y organizaciones en las que Axel Hotels colabora son las siguientes:

- ONG Stop Sida
- Educo

- National LGBTQ Task Force
- Fundación lucha contra el SIDA:
- Glaad Awards:
- ACATHI

Colaborar con estas fundaciones y organizaciones a pesar de ayudar a tener un mundo mejor, hace que la empresa tenga un vínculo con el colectivo y hace que los miembros de dicho colectivo se sientan apoyados y vean que la lucha que llevan años combatiendo sirve para que grandes empresas puedan aportar su granito de arena.

Axel Hotels también colabora con una fundación mencionada en el apartado 2.2 El concepto Gay Friendly. La fundación es la IGLTA. El vínculo con la IGLTA ayuda a la empresa, proporcionándoles diferentes herramientas de planificación, proveedores y ofertas especiales. Este vínculo podría llegar a afectar en las políticas internas de la empresa en cuestión, llevando a cabo políticas no discriminatorias.

Por otra parte, la web de Casa Cúpula no ofrece información específica de sus colaboraciones. Es uno de los patrocinadores de SETAC (SETAC, 2009), que es una organización con la misión de ofrecer servicios y programas integrales de salud y bienestar, enfocados al colectivo LGBTQ+ en un ambiente libre de estigma y discriminación. Casa Cúpula además contribuye manteniendo vínculos entre la policía local y la comunidad LGBTQ+ tanto local como visitante. No obstante, si se vuelve a las leyes gubernamentales de México, se puede ver que en Puerto Vallarta no se criminaliza por orientación sexual, todo lo contrario, la policía local tiene vínculos con empresas referentes de la zona para apoyar a la comunidad LGBTQ+.

El fundador de Casa Cúpula, Don Pickens, es el encargado de la tesorería en la Asociación de Vecinos de Amapas, esta asociación que se dedica a la seguridad, infraestructura y desarrollo responsable de la zona. Del mismo modo el personal de Casa Cúpula ha contribuido en emergencias regionales como, por ejemplo, una recaudación de 40,000\$ USD para ayudar a construir casas dañadas por culpa del huracán Patricia en 2015 o por el terremoto en Chiapas en 2017.

También apoyan diferentes eventos benéficos, uno de ellos es *What a Drag!* Antes de todo el término *DRAG* (Wikipedia, Arte Drag, s.f.) se refiere a las performances de la masculinidad, la feminidad u otras formas de expresión de genero y a su vez exagerando los aspectos de género y los roles, con el fin de

entretener al público. Este evento se basa en una competición drag para hombres heterosexuales, en los que se suben al escenario y crean un espectáculo. El fin de este evento es recaudar fondos y concienciar al público sobre la violencia doméstica, a beneficio del refugio para mujeres de Bahía de Banderas (Puerto Vallarta.net, 2015).

4. DISCUSIÓN

Con lo visto en apartados anteriores se ha analizado como las leyes LGBTQ+ establecidas alrededor del mundo son muy desiguales. En España se ha apreciado un avance a medida que el avanzaba el tiempo: se ha pasado de criminalizar a los hombres homosexuales a que se permita el matrimonio igualitario y a la posibilidad de adoptar siendo pareja del mismo sexo.

Por otra parte, México ha ido avanzando, pero muy despacio, puesto que no hay leyes explícitas que defiendan o protejan al colectivo LGBTQ+, sin embargo, se ha podido ver que hay en partes del mismo país que quieren ayudar y amparar a la comunidad de modo que hacen la ley a su medida.

Así pues, las leyes gubernamentales afectan a las empresas. En el caso de España que haya leyes pro LGBTQ+ ayuda a que la empresa se pueda establecer y que tenga beneficios puesto que los turistas se van a sentir seguros a la hora de ir a destino. En el caso de México es diferente porque considerando que México no brilla por sus leyes pro LGBTQ+, tiene lugares como Puerto Vallarta que es destino estrella para el colectivo.

Gracias a estas leyes gubernamentales publicadas en ambos países, se puede llegar a la idea de que ninguna de las dos empresas está utilizando el PinkWashing para limpiar su imagen y así poder llegar al segmento LGBTQ+ y esto no es solo gracias a las leyes, sino que aquí tienen un papel muy importante las asociaciones con las que colaboran TWO Hotels Barcelona y Casa Cúpula. Estas asociaciones hacen que la empresa tenga un vínculo real con el colectivo y la causa que le sigue, evitando así promociones erróneas y mala fama.

5. CONCLUSIÓN

A modo de cierre de este trabajo, podemos señalar que la accesibilidad a estudios de investigación relacionados con la empresa y el colectivo LGBTQ+ es compleja, pese al avance de la sociedad y la tecnología no existen grandes proyectos disponibles. El resultado más significativo de este trabajo es que la presencia de asociaciones y organizaciones que se vinculan con empresas, cadenas hoteleras internacionales o hoteles boutique, categorizadas como LGBTQ+ Friendly, contribuyen a que no se caiga en el PinkWashing y se haga una promoción errónea de la empresa turística en cuestión.

De la misma manera la situación geopolítica hace que estas organizaciones se pongan en marcha y organicen diferentes planes que no solo apoyan al colectivo LGBTQ+ sino que pueden llegar a hacerse oír entre los políticos y, se logre crear leyes que apoyen la igualdad de derechos para las personas LGBTQ+, en las que no haya diferencia por ser ella, él o elle.

Este trabajo se ha basado en la empresa como destino turístico, queda para el siguiente estudio hablar de la empresa como lugar de trabajo para el colectivo LGBTQ+.

6. ANEXO

Anexo 1



DECÁLOGO

- 1** **CREAR UNA CULTURA INCLUSIVA LGBT** (LESBIANAS, GAYS, BISEXUALES Y TRANSEXUALES) EN LA EMPRESA, TRABAJANDO EN LA SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS PRINCIPIOS DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DE RESPETO A LA DIVERSIDAD LGBT E INCLUYÉNDOSE COMO VALORES DE LA EMPRESA Y DIFUNDIÉNDOSE ENTRE SU PERSONAL.
- 2** **VELAR POR LOS DERECHOS LGBT** DENTRO DE LA EMPRESA Y ENFATIZAR UNAS POLÍTICAS INCLUSIVAS LGBT, CON UNA CUIDADA ATENCIÓN HACIA SUS MIEMBROS MÁS VULNERABLES COMO JÓVENES, MUJERES O PERSONAS TRANSEXUALES, OCUPÁNDOSE DE CONOCER SUS NECESIDADES Y FOMENTANDO SU PERFECTA INTEGRACIÓN EN LA EMPRESA.
- 3** **GESTIONAR LA DIVERSIDAD LGBT** DE MANERA TRANSVERSAL, CONSIDERANDO DE ESPECIAL RELEVANCIA LA IMPLICACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA EN LA PRÁCTICA DE SUS POLÍTICAS INCLUSIVAS LGBT PARA QUE SEAN REALMENTE EFECTIVAS, Y ABARCANDO A TODOS LOS DEPARTAMENTOS DE LA EMPRESA Y EN TODOS SUS ESCENARIOS (EJECUTIVOS, TRABAJADORES, PROVEEDORES, CLIENTES Y PRENSA) CONFORMANDO ASÍ UNA INDISPENSABLE COHERENCIA.
- 4** **CONSIDERAR EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN COMO UNA HERRAMIENTA VALIOSA** PARA IMPULSAR Y DESARROLLAR UNA CULTURA INCLUSIVA LGBT DENTRO Y FUERA DE LA EMPRESA, UTILIZANDO LOS MEDIOS Y PLANES DISPONIBLES PARA ELLO COMO EL ENVÍO DE DIRECTIVAS INTERNAS, IMPARTICIÓN DE CHARLAS O PARTICIPACIÓN EN ENCUENTROS Y FOROS SOBRE DIVERSIDAD LGBT.
- 5** **PROMOVER LA VISIBILIDAD DE TRABAJADORES LGBT**, DE MANERA QUE NO TENGAN QUE INVERTIR ENERGÍA EN OCULTAR QUIÉNES SON. LA ARMARIZACIÓN REQUIERE DEDICAR UN 25% DEL CEREBRO A ESTA LABOR POR LO QUE RESULTA INJUSTO Y EN CONTRA DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.
- 6** **ESTABLECER UN GRUPO DE ACOGIDA QUE SIRVA DE REFERENTE** A NUEVOS EMPLEADOS LGBT DESARROLLANDO ACTIVIDADES DENTRO DE ESTE GRUPO DE MENTORING, DONDE ES CONVENIENTE CONTAR CON EMPLEADOS ALIADOS NO LGBT.
- 7** **NO BASAR LAS POLÍTICAS INCLUSIVAS LGBT DE LA EMPRESA EN LA TOLERANCIA** (COMO SI FUERA UN ERROR ADMISIBLE) SINO EN EL RESPETO EN EL MÁS AMPLIO SENTIDO DE LA PALABRA (RECONOCIMIENTO, RECIPROCIDAD...). DEL MISMO MODO, **NO LIMITAR ESAS POLÍTICAS INCLUSIVAS LGBT DE LA EMPRESA EN LA ACEPTACIÓN SINO EN EL APOYO A LA COMUNIDAD LGBT.**
- 8** **TENER PREVISTO UN PROTOCOLO DE ACTUACIÓN INMEDIATA** EN CASO DE DISCRIMINACIÓN O ACTITUDES HOMÓFOBAS DENTRO DE LA EMPRESA.
- 9** **ESTABLECER FORMALMENTE UNA MEMORIA ANUAL** PARA ANALIZAR LOS RESULTADOS DE LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LAS POLÍTICAS INCLUSIVAS LGBT DE LA EMPRESA Y CONSIDERAR NUEVAS ACCIONES.
- 10** **UBICAR EL DISTINTIVO GAY FRIENDLY EN LUGAR VISIBLE**, DE MANERA QUE LA EMPRESA HACE PÚBLICO SU COMPROMISO CON LAS POLÍTICAS INCLUSIVAS LGBT EN GENERAL Y CON ESTE DECÁLOGO EN PARTICULAR.

Nota. Adaptado de Decálogo de prácticas gay friendly en empresas [Imagen], por Grupo EGF, 2015, Grupo EGF (<https://www.empresasgayfriendly.com/wp-content/uploads/DECÁLOGO-DE-PRÁCTICAS-GAY-FRIENDLY-EN-EMPRESAS.pdf>).

BIBLIOGRAFÍA

- ACATHI. (s.f.). Obtenido de <https://www.acathi.org/que-hacemos/>
- Agencia EFE. (8 de Junio de 2021). *Agencia EFE*. Obtenido de <https://www.efe.com/efe/usa/mexico/colectivos-lgbt-buscan-crear-instituto-nacional-para-la-diversidad-en-mexico/50000100-4556386>
- Aguilar, C. (11 de Diciembre de 2014). *Perfect Trip*. Obtenido de <https://www.perfecttrip.com.mx/turismo/turismo-lgbt/turismo-rosa/>
- Art. 314 Código Penal. (2021). *BOE*. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/pdf/1995/BOE-A-1995-25444-consolidado.pdf>
- Art. 5 Ley General de Víctimas. (2013). *Gobierno de México*. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/112957/Ley_General_de_Victimas.pdf
- Axel Hotels. (2003). Obtenido de <https://www.axelhotels.com/es/two-hotel-barcelona/hotel.html>
- Axel Hotels. (2003). *TWO Hotel Barcelona by Axel*. Obtenido de <https://www.axelhotels.com/es/two-hotel-barcelona/hotel.html>
- Barquet-Muñoz, J. y. (2021). Pinkwashingturístico. Una aproximación desde la situación político-social de destinos rosa latinoamericanos». *América Crítica* <https://ojs.unica.it/index.php/cisap/article/view/4563>.
- Boletín Oficial del Estado. (2011). Artículo 6. Derecho a la igualdad. En *BOE, Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública* (pág. [Bloque 13: #a7]).
- Boletín Oficial del Estado. (2013). Art. 124 Normas de organización, funcionamiento y convivencia. En *BOE, Ley Organica para el Mejoramiento de la Educación* (pág. 46).
- Casa Cúpula. (2002). Obtenido de <https://www.casacupula.com/about-casacupula/?lang=es>
- Código Penal Federal México. (1931). *Oas.org*. Obtenido de <https://www.oas.org/dil/esp/Código%20Penal%20Federal%20Mexico.pdf>
- Derechos de las personas LGBTI en la política pública. (2015-2017). *Gobierno de México*. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/414485/Derechos_de_las_personas_LGBTI_en_la_Politica_Publica.pdf
- Educo. (1988). Obtenido de <https://www.educo.org/quienes-somos/somos-educo>
- Fundación lucha contra el SIDA. (1992). *FLSIDA*. Obtenido de <https://www.flside.org/es/quien-es-somos>
- Gavito, M. Á. (2010). *El baile de los 41: la representación de lo afeminado en la prensa porfiriana*.
- Glaad Media Awards. (1990). Obtenido de <https://www.glaad.org/mediaawards/32>
- Grupo EGF. (2015). Obtenido de <https://www.empresasgayfriendly.com/wp-content/uploads/DECÁLOGO-DE-PRÁCTICAS-GAY-FRIENDLY-EN-EMPRESAS.pdf>
- Grupo EGF. (2015). Obtenido de <https://www.empresasgayfriendly.com/nosotros/>
- Grupo EGF. (2015). *Empresas Gay Friendly*. Obtenido de <https://www.empresasgayfriendly.com/egf-guia/>

HMG Company. (2020). *#HMG Company*. Obtenido de <https://hmg.eu/pinkwashing/>

Homofobia de estado. (2020). *ILGA World*. Obtenido de https://ilga.org/downloads/ILGA_Mundo_Homofobia_de_Estado_Actualizacion_Panorama_global_Legislacion_diciembre_2020.pdf

Human Rights Watch. (s.f.). *Human Rights Watch*. Obtenido de <https://www.hrw.org/es/topic/derechos-de-personas-lgbt>

IGLTA. (1983). *IGLTA*. Obtenido de <https://www.igltta.org/About-IGLTA>

IGLTA. (1983). *International LGBTQ+ Travel Association*. Retrieved from <https://www.igltta.org>

ILGA World. (2017). *ILGA*. Obtenido de <https://ilga.org/es/que-hacemos>

IPSOS. (2021). *IPSOS*. Obtenido de <https://www.ipsos.com/en/lgbt-pride-2021-global-survey-points-generation-gap-around-gender-identity-and-sexual-attraction>

IPSOS. (2021). *IPSOS*. Obtenido de <https://www.ipsos.com/es-es/espana-lider-mundial-en-defensa-de-los-derechos-lgtbi>

Ley 11/2014. (2014). *BOE*. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2014/BOE-A-2014-11990-consolidado.pdf>

Ley 2/2016. (s.f.). *BOE*. Obtenido de 2016

Ley 8/2016. (2016). *BOE*. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2016/BOE-A-2016-6310-consolidado.pdf>

Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación. (2003). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/691607/LFPED.pdf>

LGBT+ Exposure & Engagement. (24 de Junio de 2021). *IPSOS*. Obtenido de <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-06/LGBT%20Pride%202021%20Global%20Survey%20Report%20-%20Rev%2003.pdf>

Mantamar. (27 de Agosto de 2019). Obtenido de <https://mantamarvallarta.com/es/blog/por-que-se-dice-que-puerto-vallarta-es-la-ciudad-mas-gay-friendly-de-mexico>

Meet Barcelona. (s.f.). Obtenido de <https://meet.barcelona.cat/es/descubre-barcelona/vive-barcelona/lgbt>

Ministerio de Igualdad, G. d. (s.f.). *Ministerio de Igualdad*. Obtenido de <https://www.igualdad.gob.es/ministerio/dgltgbi/Paginas/index.aspx>

My news. (2021). Obtenido de <https://mynews.es/que-es-el-pinkwashing-y-como-identificarlo/>

Neoattack. (27 de Agosto de 2020). *Neoattack*. Obtenido de <https://neoattack.com/neowiki/networking/>

ONG Stop Sida. (1986). Obtenido de <https://stopsida.org/nosotros/>

Pereira, K. (29 de Octubre de 2020). *Hosteltur*. Obtenido de https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024109_el-potencial-del-turismo-lgbt-para-superar-la-crisis-del-sector.html

Porto, J. P. (2019). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/localizacion/>

Puerto Vallarta.net. (2015). *What a Drag!* Obtenido de <https://www.puertovallarta.net/espanol/noticias/what-a-drag-refugio-para-mujeres-bahia-de-banderas>

Real Academia Española. (2005). *RAE*. Obtenido de <https://www.rae.es/dpd/de%20facto>

Real Academia Española. (s.f.). *RAE*. Obtenido de <https://dle.rae.es/promoción>

Real Decreto, C. C. (2005). *BOE*. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/pdf/1889/BOE-A-1889-4763-consolidado.pdf>

REDI. (Junio de 2015). *Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBTQ+*. Obtenido de <https://www.redi-lgbti.org>

REDI Red empresarial por la diversidad e inclusión LGBTI. (2015). *REDI*. Obtenido de <https://www.redi-lgbti.org>

Rockcontent. (21 de Agosto de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-stakeholder/>

SETAC. (2009). Obtenido de <https://setac.com.mx/preguntas-frecuentes/>

Significados.com. (s.f.). Obtenido de <https://www.significados.com/colaboracion/>

The Task Force. (1973). Obtenido de <https://www.thetaskforce.org/about/>

UNWTO Organización Mundial del Turismo. (18 de Enero de 2022). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-crece-un-4-en-2021-muy-por-debajo-aun-de-los-niveles-prepandemicos>

Vallarta, V. P. (s.f.). Obtenido de <https://visitapuertovallarta.com.mx/planea-tu-viaje/lgbt>

Wikipedia. (s.f.). *Arte Drag*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Arte_drag

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/LGBT-friendly>

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Obtenido de [LGBT-friendly: https://es.wikipedia.org/wiki/LGBT-friendly](https://es.wikipedia.org/wiki/LGBT-friendly)