



TOURISM - LUXURY - LIFESTYLE
INTERNATIONAL COMMUNICATIONS & MARKETING
ENGAGING THE WORLD SINCE 2003



Primera Parte Estudio – Tailandia como Destino Turístico LGBTI+

Open
to the
New
Summers



Tailandia como destino turístico

Segmento Principal: LGBTI+

2021



Un proyecto de **The Blueroom Project** con la colaboración de  para la **OFICINA DE TURISMO DE TAILANDIA**.

www.blueroom.es

Muestra y objetivos

Contexto

Resultados

1. Lo más destacable del destino.
2. Tailandia: un destino accesible.
3. Tailandia: un destino asequible en sus servicios/productos para el viajero.
4. Sugerencias de productos/servicios que recomiendan los entrevistados.



METODOLOGÍA Y MUESTRA

Muestra

5 entrevistados profesionales de agencias de viaje

5 comunicadores

1 Influencer

Objetivos

1. Definir los principales valores que se adscriben al destino para viajeros LGTBI.
2. Recoger sugerencias respecto a la mejora de servicios/productos para el colectivo.

Con el claro objetivo de apoyar con la información de los entrevistados la realización del cuestionario para llevar a cabo la encuesta a viajeros.

Contexto

Todos los entrevistados -comunicadores y agencias- nos aportan una gran riqueza de contenido en lo que respecta al destino Tailandia.

Todos ellos están especializados, en mayor o menor medida, con el conocimiento acerca del colectivo LGTBI y de sus demandas cuando deciden realizar viajes de turismo de largo recorrido.

En todos los casos, los entrevistados son conocedores del destino, han tenido experiencia propia de viaje y eso les influye en su mayor y mejor recomendación a sus clientes y a su audiencia.



CONTEXTO

El valor específico del destino está centrado en la libertad y tolerancia que el país muestra con respecto a los valores del colectivo LGTBI.

Tailandia se caracteriza por ser un destino:

- Tradicionalmente tolerante. Un país totalmente respetuoso con la orientación sexual de las personas.

"Las personas pueden disfrutar, no te miran raro, no te miran feo, la gente LGTBI se siente segura. En Tailandia, además de ser un paraíso natural, no hay discriminación en ningún lugar al que vayas."
(Periodista)

- Reconocido en su vanguardia a la hora de posibilitar el cambio de género. Un país que se ha mostrado al mundo con una alta capacidad sanitaria al posibilitar a la persona realizarse un cambio de sexo.

"Tailandia ha sido y es puntera en la cirugía que permite a las personas cambiar de sexo. Eso ya dice de su mentalidad abierta, cuando en países occidentales ni siquiera estaba considerado"
(Agencia)

- Un país cuya gente posee una mentalidad abierta, respetuosa con el visitante en todos los rincones del país. Es gente que muestra amor por su cultura, por su naturaleza, por su fauna.

"Son muy abiertos, y muy amables. De hecho se dice que es el País de la Sonrisa. Son amables y muy cariñosos, y eso forma parte de su cultura, de su mentalidad. Son personas absolutamente amables. Y el respeto que procesan a la Familia Real."
(Periodista)

A nivel general, Tailandia es un destino diverso, amplio, seductor y muy atractivo para todo tipo de viajero.

"Me parece un país muy bonito. Y si no has ido nunca a Asia es un destino que choca; comer en la calle, los templos, cómo es su religión ... la cantidad de templos, la cantidad de símbolos que tienen ... el tema de que no puedas doblar el billete por la mitad y arrugar la cara del rey porque se considera que está feo ... Es decir, es una cultura diferente, no es habitual y es muy atractiva, tiene vida todo el día, 24 horas ... y luego para viajar está genial." (Agencia)





Perfil viajero LGBTI+

Los entrevistados dibujan un perfil de viajero LGTBI sustentado en características singulares:

- Su gusto por disfrutar en sus viajes sin medir el gasto.
- Su deseo de no ser molestado por su demostración de afectos dada su orientación sexual.
- Su mayor demanda de "servicios extra" que aportan confortabilidad al viaje, tanto en lo que se refiere a los hoteles (para adultos, no para familias, que incluyan piscinas donde exista la posibilidad de hacer nudismo, ...), como a la diversidad en la oferta de otros servicios (spas, gimnasios, masajes, locales nocturnos de ambiente, etc.)
- Su deseo de encontrarse en lugares concretos con iguales en lo que respecta a su orientación sexual (espectáculos, discotecas, bares, restaurantes, hoteles, ...)
- Su cada vez más clara demanda respecto a que la oferta de servicios turísticos no sea un paquete, sustentado en servicios para y por el colectivo. Son viajeros que desean que la oferta turística para el colectivo esté normalizada para todo tipo de público.

De ahí que valoren especialmente el destino Tailandia por ser un país que traslada una tolerancia muy contundente y respeto por el visitante, sea cual sea su orientación sexual.



RESULTADOS DE LA PRIMERA PARTE DEL ESTUDIO

Los resultados que se muestran en esta primera etapa del estudio se apoyan en el contexto que caracteriza al destino

- Por una amplísima diversidad en su oferta turística: en grupo, en familia, en pareja, con amigos, ...
- Por la posibilidad que ofrece el destino para vivir todo tipo de experiencias dado su patrimonio natural, cultural, gastronómico, social; también caracterizado por ser un destino que promueve una amplia diversidad de actividades durante el viaje de carácter más metropolitano, isleño, o rural.



*“Este tipo de viajero cuando busca un destino internacional si no sabe ... bueno, también ahora en San Google te informas ... pero sí es importante qué libertad hay en el país. Mi agencia le informa. Nosotros nos especializamos en el viajero que decide viajar solo o en grupo pequeño con viajeros del colectivo ... estamos creciendo mucho.”
(Agencia)*

RESULTADOS

*“Para el colectivo gay-friendly Tailandia es el paraíso terrenal, aunque ellos no lo dicen, es así, y deberían comunicarlo”
(Periodista)*

*“Lo que ha hecho el gobierno es darse cuenta de una realidad que ya tenía ... los gays son muy buenos clientes.”
(Agencia)*

1. Lo más destacable del destino:

Exponemos los resultados atendiendo a cinco grandes áreas de conclusiones respecto a cuál es el valor diferencial de Tailandia como destino turístico para el colectivo LGTBI.

A nivel espontáneo los entrevistados destacan cuatro grandes singularidades del destino:

- a) Su gastronomía.**
- b) La singularidad y diversidad de su territorio.**
- c) Su patrimonio cultural.**
- d) La particular experiencia de conexión con su gente.**
- e) Su diferencial metrópoli: Bangkok como destino en el que el colectivo LGTBI encuentra un ocio amable, disfrutable, sorprendente y seguro.**

2. Tailandia: un destino accesible.

El destino es reconocido por la sencillez y facilidad en la accesibilidad al mismo. Los vuelos directos desde Europa a Bangkok y a Phuket posibilitan al turista una llegada cómoda, sin escalas fatigables y se considera que hay una alta frecuencia de vuelos.

El viajero una vez está en el país accede con facilidad a conectarse con aquellos destinos que, o bien ha planificado desde su lugar de origen, o también puede considerar contratar traslados con agencias particulares del país.

“El público gay es bastante de playa, aunque hay gente de todo tipo ... es muy asequible viajar entre islas porque hay numerosos vuelos, te puedes mover fácil. Y es fácil el país para manejarte, para moverte e ir a ver lo que te interesa”.
(Periodista)



3. Tailandia: un destino asequible en sus servicios/productos para el viajero.

Tailandia es un destino turístico muy especialmente asequible en lo que respecta a su relación calidad / precio.

Hay dos tipos de intensidades de viento.

El colectivo LGTBI no minimiza en gastos cuando está en el destino porque le gusta disfrutar, dejándose atraer si la oferta del destino es seductora y sorprendente.

Eso no quiere decir que el viajero “despilfarre” y/o no sepa apreciar la calidad de los servicios que se le ofrecen.

De cara al futuro, algunos entrevistados sugieren que se haga notar desde la política del país una mayor apertura hacia generar leyes que consoliden la tolerancia con los valores del colectivo LGTBI (Ej: legalizar los matrimonios gays).

Los entrevistados que han visitado el país por varias veces, reconocen:

- una evolución muy notable en la última década en lo que respecta a los servicios turísticos
- no se “abuse” generando servicios “guetizados” ya que mayoritariamente se considera que Tailandia es un país que por su sociedad y su cultura es LGTBI-friendly y que no necesita magnificar una oferta especializada para este colectivo.
- Bangkok.





4. Sugerencias de productos/servicios recomiendan los entrevistados

El país tiene el potencial desde la cultura y la tolerancia de su sociedad de hacer que el destino continúe siendo un lugar absolutamente LGTBI-friendly

Y considerar implicar en la oferta de servicios a una industria local que es especialmente sensible a los valores del colectivo: guías, agentes-agencias locales especializadas en este público, etc.

Servicios/productos a potenciar, a maximizar.

- Hoteles gay-friendly en una gama de calidad media-alta.
- Restaurantes, bares, locales de ocio nocturno.
- Establecimientos de uso habitual para este segmento de público: masajes, spas, gimnasios, tiendas de ropa.

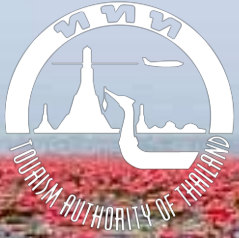
Servicios/productos a incorporar en la comunicación y en las promociones

- Rutas en velero a grupos entre 6-10 personas entre islas. Contemplando que sean rutas para el colectivo.
- Incorporar rutas de senderismo.
- Extender rutas culturales por el país: templos, naturaleza, ...

Servicios/productos a descartar.

Distanciarse de generar "guetización" con la oferta de productos/servicios para el colectivo.

Los entrevistados hacen hincapié en no crear oferta diferenciada de corte tradicional, del tipo "sólo para el colectivo". Muy al contrario, la tendencia es a compartir con otros viajeros que sí sean respetuosos con los modos de ser y de hacer de este colectivo.



amazing
THAILAND



www.turismotailandes.com

