

# Guía de Buenas Prácticas en la Comunicación Inclusiva

SELLO AMIGABLE - NIVEL PLATA





CAMARA DE COMERCIO  
LGBTQ ARGENTINA



Desde la Cámara de Comercio y Turismo LGBTQ Argentina celebramos esta Guía de Buenas Prácticas como una herramienta concreta para seguir fortaleciendo una hospitalidad más respetuosa, inclusiva y preparada para recibir a todas las personas. Promover experiencias turísticas de calidad implica también reconocer la diversidad de quienes viajan, comprender sus realidades y garantizar un trato basado en el respeto, la empatía y la igualdad.

Valoramos especialmente el camino que la Ciudad de Salta viene recorriendo a través de la articulación entre el sector público, el sector privado, las organizaciones de la sociedad civil y la CCGLAR. Estamos convencidos de que es en ese trabajo conjunto, sostenido y cercano donde se construyen destinos más inclusivos, competitivos y genuinamente acogedores, capaces de transformar los compromisos en prácticas concretas y de hacer que todas las personas puedan sentirse verdaderamente bienvenidas.

# Índice

1. Introducción

---
2. Ejes de trabajo

---
3. Buenas prácticas por rubro

---
4. Turismo LGBTQ+

---
5. Protocolo de Actuación ante  
situaciones de violencia de género

01.

## Introducción

En el marco del programa **Sello Amigable**, la comunicación ocupa un lugar central en la construcción de experiencias turísticas inclusivas, respetuosas y de calidad.

La manera en que se informa, se orienta y se interactúa con las personas influye directamente en su experiencia, en la percepción del servicio y en la posibilidad de garantizar un trato basado en el respeto y la igualdad.

En este sentido, la comunicación se constituye como una herramienta clave para visibilizar el compromiso con la inclusión y promover entornos turísticos libres de discriminación en todas sus formas.



## ¿Para qué sirve esta guía?

### PROPÓSITO PRINCIPAL

El objetivo de esta guía es brindar herramientas y recomendaciones prácticas para que los distintos actores puedan comunicar de manera clara, accesible e inclusiva las acciones que desarrollan promoviendo experiencias mas positivas y contribuyendo a prevenir, evitar y erradicar la discriminación en todas sus formas.

### BENEFICIOS CLAVE

- ⌚ Generar confianza en más personas
- ⌚ Aumentar las posibilidades de contratación
- ⌚ Evitar prácticas discriminatorias



**"No alcanza con ser inclusivo,  
hay que saber comunicarlo"**

La inclusión efectiva requiere una comunicación consciente, intencional y visible en todos los puntos de contacto con el cliente.

**Nota importante:** Esta guía está diseñada para ser implementada gradualmente, adaptándose a las capacidades y recursos de cada establecimiento.

02.

## Ejes Fundamentales

Una comunicación turística verdaderamente inclusiva  
se construye a partir de cuatro dimensiones clave:

### COMUNICACIÓN DIRECTA

---

Interacción del personal

Interacción personalizada con el cliente mediante lenguaje inclusivo y respetuoso en todos los puntos de contacto: recepción, teléfono, WhatsApp y redes sociales.

- TRATO PERSONALIZADO
- LENGUAJE INCLUSIVO
- EMPATÍA

### COMUNICACIÓN EN EL ESPACIO

---

Señalética y ambiente

Señales visibles y mensajes claros que comunican inclusión a través del diseño del espacio físico: señalética, símbolos, cartelería y ambientación.

- SEÑALÉTICA INCLUSIVA
- SÍMBOLOS
- AMBIENTE ACOGEDOR

### COMUNICACIÓN EXTERNA

---

Canales digitales

Presencia inclusiva en todos los canales digitales e institucionales: redes sociales, sitio web, comunicación corporativa y materiales promocionales.

- REDES SOCIALES
- SITIO WEB
- COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

### RETROALIMENTACIÓN

---

Mejora continua

Canales de feedback para escuchar activamente a los clientes, identificar áreas de mejora y demostrar compromiso con la inclusión.

- ESCUCHA ACTIVA
- FORMULARIOS
- MEJORA CONTINUA

03.

## **BUENAS PRÁCTICAS POR RUBRO**

-  Alojamiento
-  Gastronomía
-  Espacios Culturales
-  Espacios Naturales
-  Operadores y agencias de viaje
-  Prestadores y guías turísticos
-  Anfitriones Turísticos





3.1

## BUENAS PRÁCTICAS POR RUBRO

# Alojamiento

En este rubro es clave prevenir situaciones de discriminación vinculadas a identidades, vínculos y características personales.



### COMUNICACIÓN DIRECTA CON EL HUÉSPED

#### Recomendación

Brindar un trato personalizado desde el check-in hasta el check out, usando lenguaje inclusivo y respetuoso a través de todos los canales: recepción, teléfono, WhatsApp, redes sociales, entre otros.

#### Ejemplos

- » Saludá al huésped con su nombre, preguntá si tiene alguna preferencia y ofrecé acompañamiento en todo momento.
- » Evitá suponer vínculos o identidades. Por ejemplo, en lugar de decir '¿es su esposa?', podés decir '¿la persona que lo acompaña?'.
- » En canales digitales (WhatsApp o redes), respondé de forma clara y respetuosa, usando lenguaje inclusivo y mostrando disponibilidad para ayudar.

### COMUNICACIÓN EN EL ESPACIO

#### Recomendación

El espacio debe comunicar la inclusión a través de señales visibles y mensajes claros.

#### Ejemplos

- » Colocá la placa del Sello Amigable en la recepción y acompañala con un mensaje breve como:  
"Este es un espacio seguro e inclusivo para todas las personas" o  
"Queremos que te sientas bien durante tu estadía, acá todas las personas son bienvenidas".
- » En áreas comunes, incorporá símbolos (como un corazón diverso con los colores arcoiris) acompañados de mensajes breves que refuercen la inclusión.
- » Incorpora señalética inclusiva en distintos espacios (como sanitarios, accesos o áreas comunes), utilizando pictogramas claros que permitan a todas las personas identificarse y usar el espacio con comodidad.





## COMUNICACIÓN EXTERNA

### Recomendación

Comunicar de forma clara y coherente tu compromiso en todos los canales (redes, web y comunicación institucional), mostrando lo que hacés y cómo lo hacés.

### Ejemplos

- » Publicá en redes sociales testimonios reales de huéspedes, mostrando las instalaciones y contando cómo fue su experiencia durante su estadía. Esto genera confianza en potenciales clientes.
- » En tu sitio web, incluí una sección del Sello Amigable donde muestres acciones concretas o iniciativas que llevás adelante.
- » Incorporá el logo del Sello Amigable en piezas institucionales (firmas de mail, membretes, gráficas), reforzando tu posicionamiento.

## RETROALIMENTACIÓN

### Recomendación

Establecer canales de feedback que permitan mejorar continuamente la experiencia del huésped.

### Ejemplos

- » Creá un canal de comunicación anónimo (por ejemplo, un formulario digital) para que los huéspedes compartan sus opiniones luego de la estadía.
- » Consultá durante la estadía si la persona necesita algo o si su experiencia está siendo positiva.
- » Comunicá las mejoras realizadas a partir del feedback recibido, demostrando escucha activa.





## CHECKLIST DE IMPLEMENTACIÓN

# Alojamiento

Evalúa tu nivel de implementación de buenas prácticas comunicacionales inclusivas en tu alojamiento:



### Comunicación Directa

- ☐ ¿El personal saluda a las personas huéspedes por su nombre?
- ☐ ¿Se evitan suposiciones sobre vínculos o relaciones entre las personas huéspedes?
- ☐ ¿Se utiliza lenguaje inclusivo y respetuoso en todos los canales de atención?
- ☐ ¿Las respuestas en canales digitales son claras, respetuosas y accesibles?
- ☐ ¿Se ofrece acompañamiento personalizado durante la estadía?

### Comunicación Externa

- ☐ ¿El establecimiento cuenta con una sección dedicada al Sello Amigable en su sitio web?
- ☐ ¿Se comparten testimonios reales de huéspedes en redes sociales?
- ☐ ¿Se incorpora el logo del Sello Amigable en piezas institucionales (firmas, membretes, gráficas)?
- ☐ ¿El contenido comunica diversidad de manera real y respetuosa?
- ☐ ¿La información sobre inclusión es clara y accesible en los distintos canales?

### Comunicación en el Espacio

- ☐ ¿La placa del Sello Amigable se encuentra visible en la recepción?
- ☐ ¿El establecimiento cuenta con un mensaje de bienvenida inclusivo?
- ☐ ¿Se incorporan símbolos que representen la diversidad en áreas comunes?
- ☐ ¿Existe señalética inclusiva en sanitarios, accesos y espacios comunes?
- ☐ ¿Se utilizan pictogramas claros y comprensibles para todas las personas?

### Retroalimentación

- ☐ ¿El establecimiento dispone de un canal de feedback anónimo?
- ☐ ¿Se consulta a las personas huéspedes sobre su experiencia durante la estadía?
- ☐ ¿Se comunican las mejoras realizadas a partir de los comentarios recibidos?
- ☐ ¿Se analizan las opiniones de manera periódica?
- ☐ ¿Se implementan acciones concretas a partir de las sugerencias recibidas?

## Ψ 3.2

### BUENAS PRÁCTICAS POR RUBRO

# Gastronomía

En este rubro es clave garantizar un trato equitativo durante todo el servicio.

#### COMUNICACIÓN DIRECTA CON EL COMENSAL

##### Recomendación

Brindar un trato cercano y respetuoso, utilizando lenguaje inclusivo en todos los puntos de contacto: recepción, toma de pedido, atención en mesa y canales digitales.

##### Ejemplos

- » Recibir a las personas con un saludo amable y sin suponer vínculos o identidades (por ejemplo, evitá "¿para pareja?" y usá "¿para cuántas personas?").
- » Al tomar el pedido, ofrecé opciones sin asumir preferencias (por ejemplo, consultá si alguien tiene restricciones alimentarias o necesidades específicas).
- » En WhatsApp o redes sociales, respondé de forma clara, respetuosa y disponible, brindando información sin prejuicios.

#### COMUNICACIÓN EN EL ESPACIO

##### Recomendación

El espacio debe reflejar inclusión a través de mensajes visibles, accesibles y coherentes con el trato brindado.

##### Ejemplos

- » Colocá la placa del Sello Amigable en un lugar visible (como el ingreso o recepción) acompañado de mensajes breves en el ingreso o en la carta como: "Este es un espacio respetuoso e inclusivo, todas las personas son bienvenidas".
- » Diseñá cartas/menús claros y accesibles, indicando opciones (vegetarianas, veganas, sin TACC, etc.) de forma visible.
- » Incorporá señalética inclusiva en distintos espacios (como sanitarios o accesos), utilizando pictogramas claros que faciliten la identificación y el uso por parte de todas las personas.





## COMUNICACIÓN EXTERNA

### Recomendación

Comunicar el compromiso con la inclusión en todos los canales digitales: redes sociales, sitio web y comunicación institucional.

### Ejemplos

- » Publica en redes sociales imágenes o videos que muestren diversidad de personas disfrutando del espacio.
- » En tu sitio web o perfil digital, destaca de forma clara opciones inclusivas del menú (ej: opciones sin gluten, veganas, accesibles).
- » Incorpora el logo del Sello Amigable en piezas gráficas, redes y materiales institucionales.

## RETROALIMENTACIÓN

### Recomendación

Generar instancias de escucha para mejorar la experiencia de todas las personas.

### Ejemplos

- » Ofrecé un canal de opinión (QR en la mesa o formulario digital) para que las personas dejen sugerencias.
- » Durante el servicio, consultá si la experiencia está siendo satisfactoria o si necesitan algo adicional.
- » Comunicá en redes o en el espacio las mejoras realizadas a partir de los comentarios recibidos.





## CHECKLIST DE IMPLEMENTACIÓN

# Gastronomía

Evalúa tu nivel de implementación de buenas prácticas comunicacionales inclusivas en tu establecimiento gastronómico:



### Comunicación Directa

- ☐ ¿El personal saluda con amabilidad evitando suposiciones sobre vínculos o identidades?
- ☐ ¿Se utiliza lenguaje inclusivo y respetuoso en todos los canales de atención?
- ☐ ¿Las respuestas digitales (WhatsApp, redes) son claras y respetuosas?
- ☐ ¿Se consultan restricciones alimentarias o necesidades específicas sin asumir preferencias?
- ☐ ¿Se brinda acompañamiento personalizado durante la experiencia?

### Comunicación Externa

- ☐ ¿Existe una sección dedicada al Sello Amigable en su perfil digital y/o sitio web?
- ☐ ¿Se publican contenidos que muestran diversidad real de personas?
- ☐ ¿El logo del Sello Amigable está presente en piezas gráficas y materiales institucionales?
- ☐ ¿La comunicación digital incluye mensajes claros sobre inclusión y respeto?
- ☐ ¿Se comparten testimonios o experiencias de personas que visitaron el espacio?

### Comunicación en el Espacio

- ☐ ¿La placa del Sello Amigable se encuentra visible en el ingreso o recepción?
- ☐ ¿El espacio cuenta con un mensaje de bienvenida inclusivo?
- ☐ ¿Las cartas cuentan con opciones visibles: vegetarianas, veganas, sin TACC?
- ☐ ¿Existe señalética inclusiva en sanitarios, accesos y espacios comunes?
- ☐ ¿Se utilizan pictogramas claros y universales en distintos espacios?

### Retroalimentación

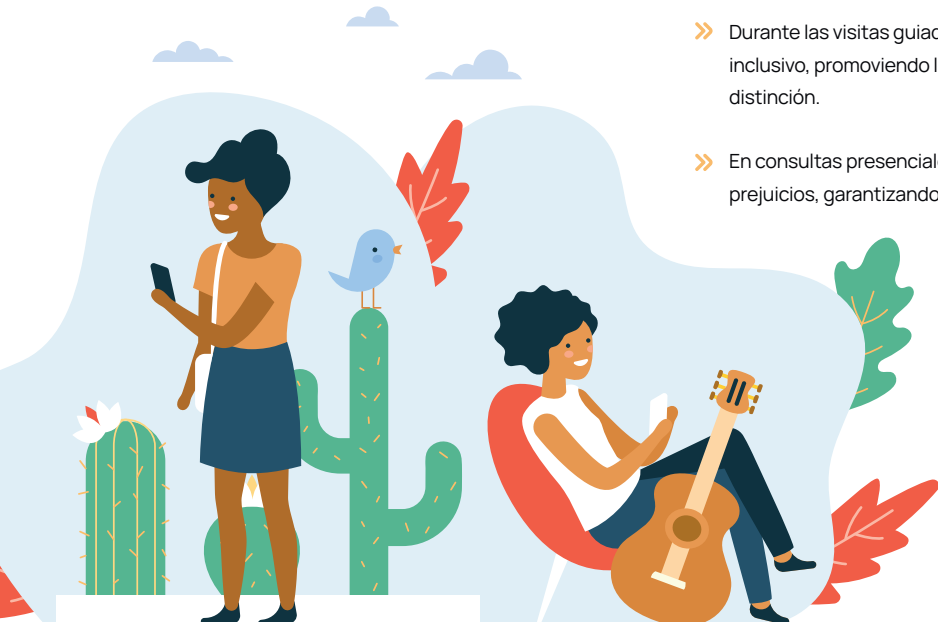
- ☐ ¿Existe un canal de feedback anónimo (QR, formulario digital)?
- ☐ ¿Se consulta a las personas durante el servicio sobre su experiencia?
- ☐ ¿Se comunican las mejoras realizadas a partir de los comentarios recibidos?
- ☐ ¿Se analizan las opiniones de manera periódica?
- ☐ ¿Hay plan de acción ante sugerencias recibidas?



### BUENAS PRÁCTICAS POR RUBRO

## Espacios Culturales

En este rubro se busca garantizar el acceso a la información y la participación sin discriminación.



#### COMUNICACIÓN DIRECTA CON EL VISITANTE

##### Recomendación

Brindar un trato respetuoso e inclusivo en todos los puntos de contacto, promoviendo una interacción amigable y abierta a la diversidad.

##### Ejemplos

- » Al recibir a las personas, saludá de manera cordial y evitá suposiciones sobre sus intereses, identidades o conocimientos.
- » Durante las visitas guiadas, utilizá un lenguaje claro, accesible e inclusivo, promoviendo la participación de todas las personas sin distinción.
- » En consultas presenciales o digitales, respondé con respeto, sin prejuicios, garantizando un trato digno en cada interacción.

#### COMUNICACIÓN EN EL ESPACIO

##### Recomendación

El espacio debe reflejar el compromiso con la diversidad, el trato digno y el respeto, a través de mensajes visibles, amigables y coherentes.

##### Ejemplos

- » Colocá la placa del Sello Amigable en un lugar visible (como el ingreso o recepción), acompañada de un mensaje breve que refuerce el compromiso con la inclusión y el respeto.
- » Incorporá cartelería con mensajes que promuevan el respeto, utilizando lenguaje claro e inclusivo.
- » Utilizá señalética inclusiva en espacios como sanitarios, accesos y áreas comunes, facilitando que todas las personas puedan recorrer el espacio con comodidad.





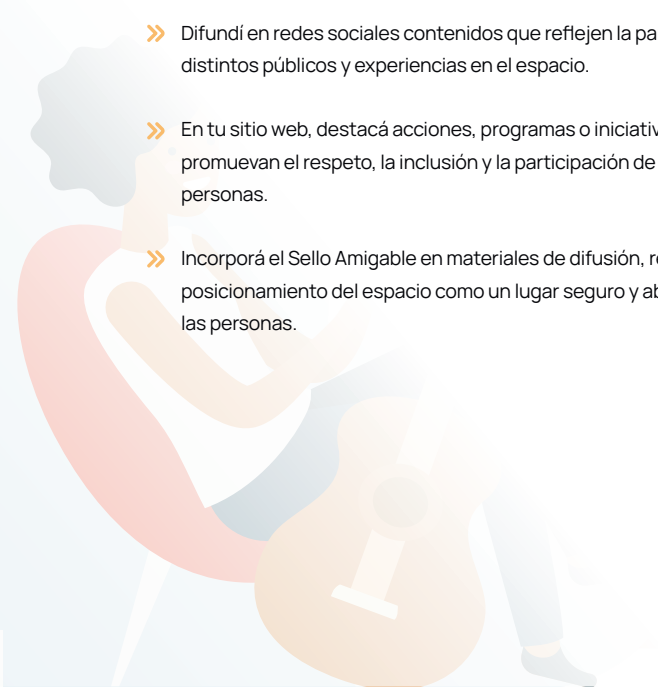
## COMUNICACIÓN EXTERNA

### Recomendación

Comunicar de forma clara y coherente el compromiso del espacio en todos los canales externos (redes sociales, sitio web y materiales de difusión)

### Ejemplos

- » Difundí en redes sociales contenidos que reflejen la participación de distintos públicos y experiencias en el espacio.
- » En tu sitio web, destacá acciones, programas o iniciativas que promuevan el respeto, la inclusión y la participación de todas las personas.
- » Incorporá el Sello Amigable en materiales de difusión, reforzando el posicionamiento del espacio como un lugar seguro y abierto a todas las personas.



## RETROALIMENTACIÓN

### Recomendación

Promover la escucha activa para mejorar la experiencia de quienes visitan el espacio.

### Ejemplos

- » Al finalizar el recorrido o actividad, invitá a las personas a compartir su experiencia a través de un código QR, formulario breve o libro de sugerencias.
- » Durante las actividades o visitas guiadas, generá momentos de intercambio donde las personas puedan hacer preguntas, opinar o compartir cómo se sintieron.
- » Revisá los comentarios recibidos y realizá ajustes concretos (por ejemplo, en la información brindada o en la señalización), comunicando luego esas mejoras en el espacio o en redes.





## CHECKLIST DE IMPLEMENTACIÓN

# Espacios Culturales

Evalúa tu nivel de implementación de buenas prácticas comunicacionales inclusivas en tu espacio cultural:



### Comunicación Directa

- ☐ ¿El personal saluda de manera cordial evitando suposiciones sobre vínculos y/o identidades?
- ☐ ¿Se garantiza un trato digno en cada interacción durante la visita?
- ☐ ¿Se promueve la participación de todas las personas durante las actividades?
- ☐ ¿Las consultas presenciales o digitales se responden con respeto y sin prejuicios?

### Comunicación Externa

- ☐ ¿Se publican contenidos que reflejen la participación de distintos públicos?
- ☐ ¿El sitio web comunica acciones o iniciativas vinculadas a la inclusión y el respeto?
- ☐ ¿El Sello Amigable está presente en materiales de difusión institucional?
- ☐ ¿La comunicación digital refuerza el compromiso con un ambiente inclusivo?
- ☐ ¿Se comparten experiencias o testimonios de personas que visitan el espacio?

### Comunicación en el Espacio

- ☐ ¿La placa del Sello Amigable se encuentra visible en el ingreso o recepción?
- ☐ ¿El espacio cuenta con mensajes que refuercen el compromiso con la inclusión y el respeto?
- ☐ ¿Existe cartelería que promueva la no discriminación y el trato digno?
- ☐ ¿Hay señalética inclusiva en sanitarios, accesos y áreas comunes?
- ☐ ¿Se utilizan pictogramas claros y universales que faciliten el uso y el recorrido del espacio?

### Retroalimentación

- ☐ ¿El espacio dispone de un canal de feedback anónimo (QR o formulario)?
- ☐ ¿Se consulta a las personas durante el servicio sobre su experiencia?
- ☐ ¿Se comunican las mejoras realizadas a partir de los comentarios recibidos?
- ☐ ¿Se revisan los comentarios de manera periódica?
- ☐ ¿Hay plan de acción ante sugerencias recibidas?

# Espacios Naturales

En este rubro es importante garantizar el acceso igualitario al uso del espacio, promoviendo la convivencia, el respeto y la inclusión en ámbitos de recreación y esparcimiento de uso público:



## COMUNICACIÓN DIRECTA CON EL VISITANTE

### Recomendación

Brindar un trato respetuoso en la interacción con quienes utilizan el espacio, promoviendo la convivencia y el acceso igualitario a la experiencia.

### Ejemplos

- » Al interactuar con las personas, utilizá un lenguaje claro y respetuoso, evitando suposiciones sobre sus capacidades, intereses o formas de uso del espacio.
- » Brindá información clara sobre el uso del espacio, actividades disponibles o normas de convivencia, adaptándola según las necesidades de cada persona.
- » Promové un trato amable y disponible, generando confianza y facilitando el uso del espacio por parte de todas las personas.

## COMUNICACIÓN EN EL ESPACIO

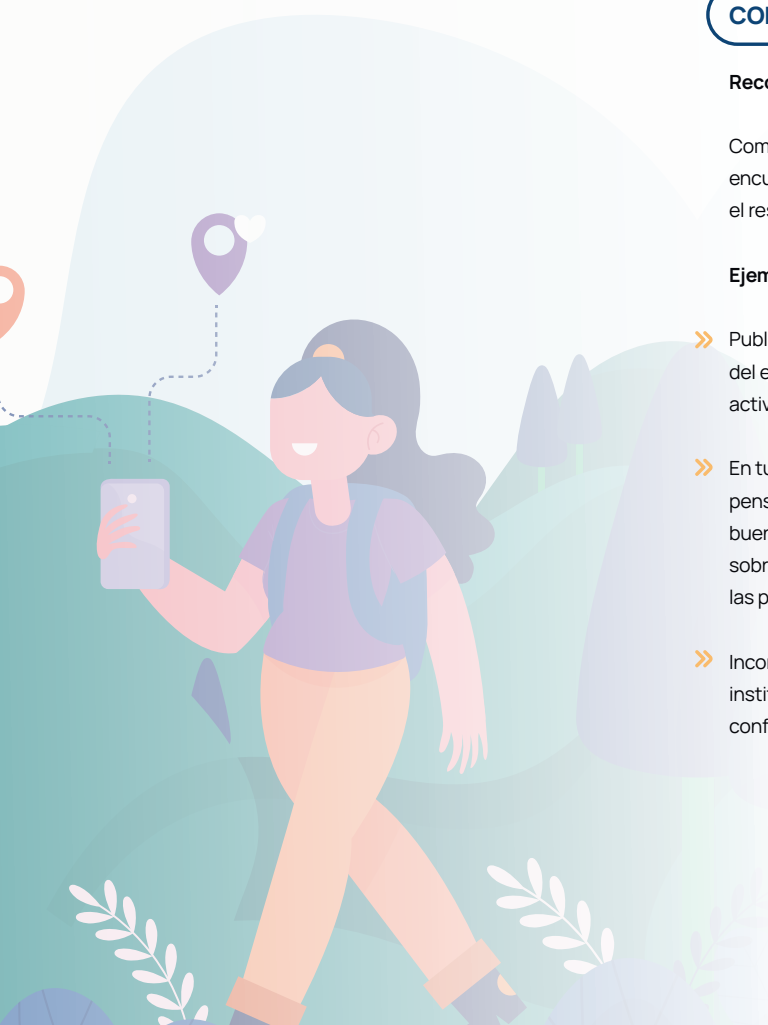
### Recomendación

Incorporar mensajes visibles que promuevan la convivencia, el respeto entre las personas y el uso compartido del espacio.

### Ejemplos

- » Colocá la placa del Sello Amigable en el ingreso o en un punto visible, acompañada de un mensaje como: 'Este es un espacio de convivencia y respeto, todas las personas son bienvenidas'.
- » Incorporá carteles en distintos puntos del parque con mensajes que promuevan las normas de convivencia, el respeto entre las personas y el uso compartido del espacio.
- » Utilizá señalética y/o símbolos inclusivos en accesos, sanitarios y áreas comunes, con pictogramas claros que faciliten la orientación y el uso del espacio por parte de todas las personas.





## COMUNICACIÓN EXTERNA

### Recomendación

Comunicar en los canales externos el espacio como un lugar de encuentro, recreación y convivencia, mostrando cómo se promueve el respeto, la inclusión y el acceso para todas las personas

### Ejemplos

- » Publica en redes sociales contenidos que muestren distintos usos del espacio (familias diversas, personas mayores, jóvenes, actividades recreativas).
- » En tu sitio web, describi los servicios destacando que están pensados para diferentes públicos, subrayando la importancia del buen trato y la seguridad en cada actividad. Inclú mensajes claros sobre tu compromiso con la inclusión y el respeto por la naturaleza y las personas.
- » Incorpora el Sello Amigable en piezas digitales y materiales institucionales, reforzando tu posicionamiento como un prestador confiable y comprometido.

## RETROALIMENTACIÓN

### Recomendación

Promover la participación de las personas para mejorar la experiencia en el espacio natural (parques urbanos)

### Ejemplos

- » Invita a las personas a dejar su opinión mediante un código QR al finalizar el recorrido.
- » Consultá de manera directa a visitantes sobre su experiencia durante la visita.
- » Utilizá los comentarios recibidos para mejorar la señalización, recorridos o información brindada, y comunicá esas mejoras.





## CHECKLIST DE IMPLEMENTACIÓN

# Espacios Naturales

Evalúa tu nivel de implementación de buenas prácticas comunicacionales inclusivas en espacios naturales de uso público:



### Comunicación Directa

- ☐ ¿El personal interactúa de manera cordial, evitando suposiciones sobre vínculos y/o identidades?
- ☐ ¿Se brinda información clara sobre el uso del espacio y normas de convivencia?
- ☐ ¿Se responde a las consultas de forma respetuosa y sin prejuicios?
- ☐ ¿Se adapta la información según las necesidades de cada persona?
- ☐ ¿Se promueve un trato amable y disponible en la interacción?

### Comunicación Externa

- ☐ ¿Se publican contenidos que reflejen la participación de distintos públicos?
- ☐ ¿El sitio web comunica acciones o iniciativas vinculadas a la inclusión?
- ☐ ¿La comunicación digital refuerza el compromiso con un ambiente inclusivo?
- ☐ ¿El Sello Amigable está presente en materiales digitales o institucionales?
- ☐ ¿Se comparten experiencias o testimonios de personas que visitan el espacio?

### Comunicación en el Espacio

- ☐ ¿La placa del Sello Amigable se encuentra visible en el espacio?
- ☐ ¿Existen mensajes que promuevan la convivencia y el respeto entre las personas?
- ☐ ¿Hay cartelería que fomente el uso compartido y el cuidado del espacio?
- ☐ ¿Existe señalética inclusiva en accesos, sanitarios y áreas comunes?
- ☐ ¿Se utilizan pictogramas universales que faciliten el uso y el recorrido en el espacio?

### Retroalimentación

- ☐ ¿El espacio cuenta con un canal de feedback anónimo (QR u otros medios)?
- ☐ ¿Se consulta a las personas sobre su experiencia en la visita?
- ☐ ¿Se registran y analizan los comentarios recibidos?
- ☐ ¿Se realizan mejoras a partir de las sugerencias?
- ☐ ¿Hay plan de acción ante sugerencias recibidas?



3.5

BUENAS PRÁCTICAS POR RUBRO

# Operadores y Agencias de Viajes

Los operadores y agencias de viajes diseñan, organizan y comercializan la experiencia turística en su totalidad. Por ello, son responsables de garantizar que todos los servicios incluidos en el paquete se desarrollen con criterios de accesibilidad, trato digno y no discriminación.



## COMUNICACIÓN DIRECTA CON EL VISITANTE

### Recomendación

Brindar información clara, respetuosa y accesible en todos los puntos de contacto con potenciales clientes, promoviendo un trato basado en el respeto y la consideración de distintas necesidades.

### Ejemplos

- » Respondé consultas (presencial, telefónico o digital) con lenguaje claro y respetuoso, evitando suposiciones sobre las personas.
- » Escuchá activamente las necesidades del cliente para ofrecer propuestas acordes a sus intereses y posibilidades.
- » Utilizá canales como WhatsApp, mail o redes para brindar información completa y accesible sobre los servicios.

## COMUNICACIÓN EN LA PROPUESTA DEL SERVICIO

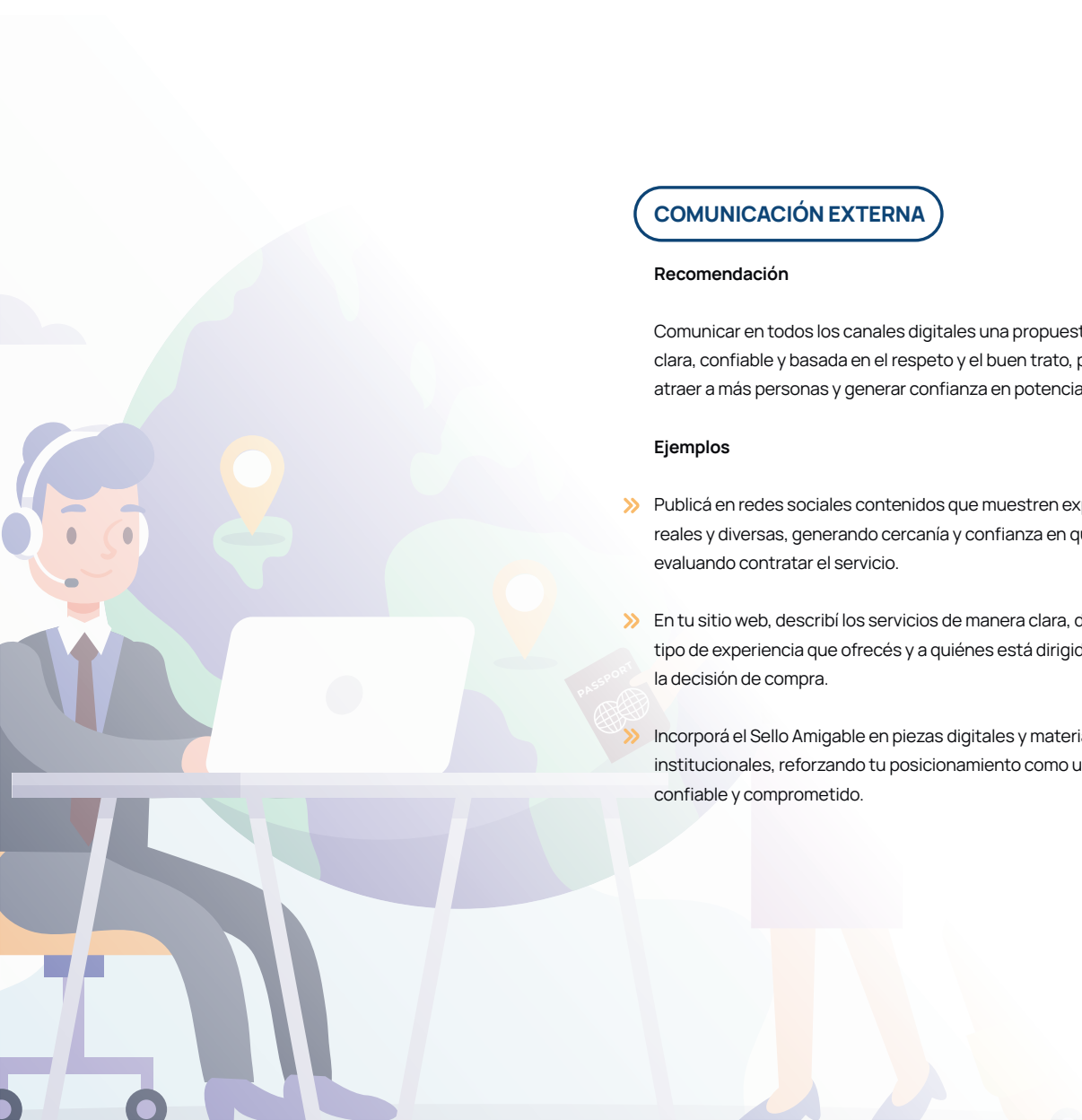
### Recomendación

Diseñar y comunicar propuestas de viaje de forma clara, coherente e inclusiva, contemplando distintos perfiles de personas, necesidades y formas de viajar.

### Ejemplos

- » Al diseñar paquetes o excursiones, incluí descripciones claras que contemplen distintas configuraciones familiares y grupos diversos.
- » Incorporá información detallada sobre el servicio (ritmo de actividades, accesibilidad, condiciones físicas, características del recorrido), para que cada persona pueda evaluar si la propuesta se ajusta a sus necesidades.
- » Seleccioná prestadores (alojamientos, transporte, guías) alineados con estos valores y reflejalo en la forma en que presentás el servicio.





## COMUNICACIÓN EXTERNA

### Recomendación

Comunicar en todos los canales digitales una propuesta de viaje clara, confiable y basada en el respeto y el buen trato, permitiendo atraer a más personas y generar confianza en potenciales clientes.

### Ejemplos

- » Publica en redes sociales contenidos que muestren experiencias reales y diversas, generando cercanía y confianza en quienes están evaluando contratar el servicio.
- » En tu sitio web, describi los servicios de manera clara, destacando el tipo de experiencia que ofrecés y a quiénes está dirigida, facilitando la decisión de compra.
- » Incorpora el Sello Amigable en piezas digitales y materiales institucionales, reforzando tu posicionamiento como un prestador confiable y comprometido.

## RETROALIMENTACIÓN

### Recomendación

Promover la escucha activa para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.

### Ejemplos

- » Luego del viaje, enviá un formulario o mensaje para conocer la experiencia del cliente.
- » Consultá específicamente sobre aspectos vinculados al trato recibido y la adecuación del servicio a sus expectativas.
- » Utilizá la información recibida para mejorar futuras propuestas y comunicá estos ajustes cuando sea pertinente.





## CHECKLIST DE IMPLEMENTACIÓN

# Operadores y Agencias de Viajes

Evalúa tu nivel de implementación de buenas prácticas comunicacionales inclusivas como operador y agente turístico:



### Comunicación Directa

- ☐ ¿Se genera un clima de confianza desde el primer contacto?
- ☐ ¿Se utiliza un lenguaje claro, amable e inclusivo?
- ☐ ¿Se evitan suposiciones sobre las personas o grupos?
- ☐ ¿La comunicación se adapta a las necesidades de cada cliente?
- ☐ ¿Las consultas se responden de forma clara y respetuosa?

### Comunicación Externa

- ☐ ¿Las propuestas se comunican de forma clara en los distintos canales?
- ☐ ¿Se muestran experiencias reales y diversas en la comunicación?
- ☐ ¿Se explican claramente las características y el valor de la experiencia ofrecida?
- ☐ ¿Se reflejan distintos perfiles de personas en la comunicación?
- ☐ ¿Se incorpora el Sello Amigable en perfiles y materiales digitales?

### Comunicación en la Experiencia

- ☐ ¿Las propuestas se presentan de forma clara y comprensible?
- ☐ ¿Se contemplan distintos perfiles de personas y formas de viajar en el diseño del servicio?
- ☐ ¿Se brinda información detallada sobre características del servicio?
- ☐ ¿Se seleccionan prestadores alineados con el enfoque inclusivo?
- ☐ ¿La propuesta comunica de manera coherente el compromiso con la inclusión y el respeto?

### Retroalimentación

- ☐ ¿Cuenta con un canal de feedback anónimo (QR u otros medios)?
- ☐ ¿Se habilitan canales posteriores (WhatsApp, mail u otros) para recibir sugerencias?
- ☐ ¿Se registran y analizan los comentarios recibidos?
- ☐ ¿Se realizan mejoras a partir de las sugerencias?
- ☐ ¿Hay plan de acción ante sugerencias recibidas?



3.6

BUENAS PRÁCTICAS POR RUBRO

## Prestadores y Guías Turísticos

Los prestadores y guías turísticos son quienes ejecutan la experiencia en contacto directo con las personas, por lo que su rol es determinante en la percepción del destino.

A través del trato, el lenguaje y las intervenciones durante la actividad, pueden favorecer experiencias positivas, inclusivas y respetuosas, o por el contrario, generar situaciones de incomodidad o exclusión.

### COMUNICACIÓN DIRECTA CON EL VISITANTE

#### Recomendación

Generar interacciones claras, empáticas y accesibles, adaptándose a las características de cada persona para favorecer una experiencia positiva.

#### Ejemplos

- » Al recibir al grupo, presentate de forma cercana y explicá cómo se desarrollará la actividad, generando un clima de confianza desde el inicio.
- » Utilizá un lenguaje claro y amable durante toda la experiencia, evitando tecnicismos o expresiones que puedan resultar confusas o incómodas.
- » Prestá atención a las consultas o necesidades del grupo y respondé de manera flexible, ajustando la comunicación según cada situación.

### COMUNICACIÓN EN LA EXPERIENCIA

#### Recomendación

Desarrollar la actividad promoviendo la participación, la escucha y una convivencia armónica entre quienes forman parte de la experiencia.

#### Ejemplos

- » Generá momentos de intercambio durante la actividad para que las personas puedan opinar, preguntar o compartir su mirada.
- » Proponé dinámicas o relatos que contemplen distintas perspectivas, favoreciendo una experiencia más abierta y participativa.
- » Intervení de manera adecuada ante situaciones incómodas o comentarios inapropiados, cuidando el clima del grupo.





## COMUNICACIÓN EXTERNA

### Recomendación

Presentar la experiencia de manera clara y cercana en los distintos canales, destacando su valor y generando confianza en potenciales clientes.

### Ejemplos

- » Compartí en redes sociales imágenes o relatos de experiencias reales, mostrando distintos tipos de participantes.
- » Describí tus actividades destacando qué tipo de experiencia ofrecés (relajada, participativa, cultural, etc.), facilitando que las personas se identifiquen.
- » Incorporá el Sello Amigable en tus perfiles y materiales digitales, reforzando tu posicionamiento como prestador comprometido.

## RETROALIMENTACIÓN

### Recomendación

Fomentar la participación de las personas para recoger opiniones que permitan mejorar y fortalecer la experiencia ofrecida.

### Ejemplos

- » Al finalizar la actividad, preguntá de forma directa cómo fue la experiencia, generando un espacio breve de devolución.
- » Envió un mensaje posterior (WhatsApp o mail) invitando a compartir opiniones o sugerencias.
- » Revisá los comentarios recibidos y ajustá aspectos de la experiencia (dinámica, tiempos, comunicación), incorporando mejoras concretas.





## CHECKLIST DE IMPLEMENTACIÓN

# Prestadores y Guías Turísticos

Evalúa tu nivel de implementación de buenas prácticas comunicacionales inclusivas en tu rol de prestador y/o guía turístico:



### Comunicación Directa

- ☐ ¿Se genera un clima de confianza desde el inicio de la experiencia?
- ☐ ¿Se explica claramente cuales son las normas de convivencia en el grupo?
- ☐ ¿Se utiliza un lenguaje claro, amable e inclusivo para explicar cómo se desarrollará la actividad?
- ☐ ¿Se evitan tecnicismos o expresiones confusas o excluyentes?
- ☐ ¿Se atienden consultas y necesidades del grupo de manera flexible?

### Comunicación Externa

- ☐ ¿Se incorpora el Sello Amigable en perfiles y materiales digitales?
- ☐ ¿La experiencia se comunica de forma clara en los distintos canales?
- ☐ ¿Se comparten imágenes o relatos de experiencias reales?
- ☐ ¿Se refleja diversidad de participantes en la comunicación?
- ☐ ¿Se explican claramente las características y el valor de la experiencia ofrecida?

### Comunicación en la Experiencia

- ☐ ¿Se promueve la participación de todas las personas durante la actividad?
- ☐ ¿Se generan espacios de intercambio (preguntas, opiniones, reflexiones)?
- ☐ ¿Se incorporan distintas perspectivas en relatos o dinámicas?
- ☐ ¿Se fomenta un clima de respeto y convivencia en el grupo?
- ☐ ¿Se interviene adecuadamente ante situaciones incómodas o inapropiadas?

### Retroalimentación

- ☐ ¿Cuenta con un canal de feedback anónimo (QR u otros medios)?
- ☐ ¿Se habilitan canales posteriores (WhatsApp, mail u otros) para recibir sugerencias?
- ☐ ¿Se registran y analizan los comentarios recibidos?
- ☐ ¿Se realizan mejoras a partir de las sugerencias?
- ☐ ¿Hay plan de acción ante sugerencias recibidas?



3.7

BUENAS PRÁCTICAS POR RUBRO

## Anfitriones Turísticos

Un buen anfitrión, es el que brinda información y hace que las personas se sientan bienvenidas, orientadas y acompañadas desde el primer momento.



### ¿QUÉ TENÉS QUE TENER EN CUENTA?

#### » Brindá información clara

Usá un lenguaje simple, directo y fácil de entender, evitando tecnicismos o explicaciones confusas.

#### » Escuchá y orientá

Antes de responder, prestá atención a lo que la persona necesita. Adaptá tu respuesta según cada situación.

#### » Atendé con amabilidad y respeto

Generá un trato cordial, sin hacer suposiciones y respetando la diversidad de quienes visitan la ciudad.

#### » Promové espacios con Sello Amigable

Informá y orientá sobre servicios y espacios que forman parte del programa, facilitando experiencias inclusivas.

#### » Derivá cuando sea necesario

Si no tenés la información, orientá hacia el lugar, área o persona adecuada.



04.

## TURISMO LGBTIQ+: Un segmento de mercado estratégico para visibilizar compromiso con la inclusión

El turismo LGBTIQ+ es reconocido como uno de los segmentos más dinámicos, diversos y en crecimiento dentro de la industria turística global. Se estima que representa alrededor del 10% del mercado mundial, con un nivel de gasto promedio por viajero significativamente superior al del turista tradicional. Este dato refleja su relevancia económica, y también su potencial como motor de desarrollo para destinos que apuestan por la diversidad y la inclusión.

Desarrollar propuestas dirigidas a este segmento requiere un enfoque integral que incluya la capacitación del personal, la implementación de una comunicación inclusiva, la generación de alianzas con la comunidad LGBTIQ+ local y el diseño de productos turísticos que celebren la diversidad.

En este marco, resulta estratégico planificar acciones a lo largo de todo el año, aprovechando fechas conmemorativas clave que funcionan como momentos de mayor visibilidad y conexión con el público.

A continuación, compartimos un calendario de fechas relevantes que pueden servir como disparadores para que los prestadores turísticos de la ciudad desarrollen acciones, eventos, experiencias y campañas orientadas a este segmento, fortaleciendo una oferta turística más diversa, representativa y competitiva a lo largo de todo el año.

### EFEMÉRIDES Y CONMEMORACIONES DE LA DIVERSIDAD LGBTIQ+

- » **1 de marzo:** Día Internacional de la Visibilidad Trans
- » **26 de abril:** Día de la Visibilidad Lésbica
- » **17 de mayo:** Día Internacional contra la Homofobia, Transfobia y Bifobia
- » **Junio (todo el mes)** Mes del Orgullo
- » **28 de junio:** Día Internacional del Orgullo LGBTIQ+
- » **14 de julio:** Día Internacional de la Visibilidad No Binaria
- » **10 de agosto:** Día Internacional del Turismo LGBTIQ+
- » **23 de septiembre:** Día de la Visibilidad Bisexual
- » **11 de octubre:** Día Internacional de Salir del Armario (Coming Out Day)
- » **Noviembre Mes de la Diversidad Sexual** - Marcha del Orgullo LGBTIQ+ en Salta





05.

## Protocolos de Actuación en Situaciones de Violencia de Género

Te compartimos una herramienta adicional para implementar en tu establecimiento que te permitirá actuar de manera adecuada, oportuna y centrada en el cuidado de las personas ante situaciones de violencia de género.

**CLICK AQUÍ PARA ABRIR**



Línea 144 (Violencia de género)  
Emergencias 911

**Si hay riesgo grave, no dudes  
en pedir ayuda externa.**









CAMARA DE COMERCIO  
LGBTQ ARGENTINA

