



TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

# Panorama Turístico

AÑO VI. NO. 11. MAYO 2021



## Turismo de Romance

MOTOR PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO • TENDENCIAS ACTUALES • CREATIVIDAD: FORTALEZA PRINCIPAL

# AMOR A PRIMER BOCADO

La marca Savant Oils llega a México para cuidar tu salud y consentir a tu paladar con aceite de salvado de arroz.

El aceite de arroz es reconocido por tener propiedades que resaltan el sabor y textura de los alimentos. Durante años ha sido el favorito en países asiáticos como Bangladesh, Japón, India y China. Sus nutrientes lo hacen ideal para el uso en el hogar y en la industria.

El aceite de arroz Savant Oils se produce en Estados Unidos con el arroz que se cosecha en la cuenca del río Mississippi. Viene en presentaciones de 250 y 500 ml. Es ideal para hacer frituras, coberturas, alimentos a la parrilla, horneados, salsas, tempuras, salteados, para aliñar ensaladas o hasta en postres.

## SUS BENEFICIOS



- **Resalta los sabores:** es neutro y no compite con los sabores de los alimentos.



- **Capacidad de calentamiento:** el punto de humo es de 254°C, ideal para saltear y freír alimentos sin que absorban demasiada grasa, dejándoles una sensación crocante y fresca. Gracias a esta resistencia térmica, no pierde sus propiedades nutritivas.



- **Es 'non GMO':** proviene de granos de arroz que no han sido modificados genéticamente.



- **No contiene conservadores** ni aditivos sintéticos: Su contenido natural de Oryzanol, antioxidante natural, mantiene la estabilidad del aceite.



- **Es libre de grasas trans:** y rico en grasas monoinsaturadas y poliinsaturadas, en Omega 3 y 6.



- **Es duradero:** su alto contenido de antioxidantes naturales, contribuye a una vida más larga en el anaquel y a una vida útil prolongada del producto.



- **Está certificado:** es apto para la alimentación kosher y no es alérgeno.



- **Sus propiedades:** el aceite también es rico en vitamina E —amiga del sistema inmune—; antioxidantes de fácil absorción como el escualeno y altos índices de fitosteroles y tocotrienol, que ayudan a reducir el nivel de absorción del colesterol en el torrente sanguíneo.

Adquierelo en Mercado Libre con envío gratis:



**ENCUÉTRALO, AQUÍ**

***“Aquellos que dicen que no puede hacerse, no deberían interrumpir a quienes lo están haciendo.”***  
***Proverbio chino***

México es un destino romántico por naturaleza; quien no recuerda que Acapulco ha sido motivo de inspiración para compositores como Agustín Lara, las veladas con la trova en Mérida, las noches en Mazatlán o en destinos coloniales tan románticos como Zacatecas, Guanajuato, San Miguel de Allende y Morelia, entre tantos otros que han sabido explotar esta tendencia como un producto de viaje a través del turismo de romance.

En este segmento de la actividad turística se ha consolidado el mercado de bodas destino, un nicho que está registrando un gran crecimiento

con una infinidad de variantes y que, por sus características técnicas, se engloba dentro de la industria de reuniones.

Por su impacto económico permea a la cadena de valor de los destinos ya tradicionales para bodas, como los de playa, y ha dado la oportunidad de surgir a otros de tipo colonial que han incorporado ese romanticismo que las envuelve para fortalecer su oferta de experiencias.

Por su enorme potencial dentro del sector turístico nacional es que dedicamos esta edición de **Panorama Turístico** a analizar la nueva realidad de este gran mercado. Expertos en el tema nos comparten su visión, así como tendencias y recomendaciones en torno a este creciente segmento que se está adaptando a las

nuevas necesidades del público, y que sin duda, también contribuirá a la reactivación de los viajes y de la industria de reuniones en México.

Panorama Turístico

PANORAMA TURÍSTICO  
**AÑO VI / No. 11**  
**MAYO 2021**

---

**GUSTAVO CONTRERAS  
GONZÁLEZ**

Director General / Publisher

**AURA LUZ MENESES LUNA**

Directora de Arte y Diseño

**GRACIAS POR COLABORAR EN  
ESTA EDICIÓN:**

Carla Galindez, Ilse Diamont,  
Silvana Bonsignor, Paula Abreu,  
Mayra Olmos, Andrea García,  
Gabriela Marín, Nicolás Gascón,  
Leonardo Artigas, José García Frías,  
Leonardo Fabela, Mario Delgadillo,  
Edgar Morales "El Castor" y  
Magnolia Aristondo.

**RAUL MENDOZA WALDO †**  
Presidente Grupo Panorama

Anuncia tu producto o  
servicio en Panorama  
Turístico

• 55 4510 1116 •

[contacto@  
panoramaturistico  
.com.mx](mailto:contacto@panoramaturistico.com.mx)

---

Revista Panorama Turístico, Año VI, No. 11, MAYO 2021 es una publicación mensual en formato digital publicada por Gustavo Contreras González, Mirto 38-1, Col. Sta. María la Ribera, C.P. 06400, CDMX. Tel: 55 5541-0487. Editor responsable: Gustavo Contreras González.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido sin la autorización por escrito de los editores. Los productos, servicios y destinos que aquí se exhiben son responsabilidad exclusivamente de los anunciantes. PANORAMA TURÍSTICO no se hace responsable del contenido, calidad, oferta y precios de los mismos.

---

ÚNETE & REÚNETE  
**MÉXICO**

**DÍA  
MÉXICO**



**IADWP®**  
International Association of  
Destination Wedding Professionals

MEDIO ALIADO

<b>Editorial</b> .....	<b>02</b>
Directorio .....	05
<b>El mercado de bodas en México registra un extraordinario crecimiento</b> .....	<b>09</b>
Y el Premio a la Pareja del Año es para... ..	17
<b>El amor se encuentra en el Altiplano Potosino</b> .....	<b>24</b>
Los Secretos en la reactivación de las Bodas en Riviera Maya .....	31
<b>El Turismo de Romance impulsa nuevos negocios</b> .....	<b>41</b>
La creatividad, fortaleza principal para el turismo de romance .....	48
<b>¿Qué se necesita conocer para una boda destino?</b> .....	<b>55</b>
El Boom de las Bodas Postpandemia .....	62

<b>Novios en Fuga</b> .....	<b>71</b>
¡Sí acepto, la Nueva Realidad! .....	78
<b>Donde las almas se encuentran</b> .....	<b>91</b>
"Destinos emergentes": el futuro cercano del Turismo de Romance .....	96
<b>Desaprender para enfrentar la nueva normalidad</b> .....	<b>105</b>
Turismo de Romance .....	110
<b>El agente de viajes... ¿el psicólogo de la luna de miel?</b> .....	<b>117</b>
El turismo de romance en la industria de reuniones .....	123
<b>Un gran líder concluyó su gestión al frente del COMIR con grandes logros a pesar del COVID-19</b> .....	<b>128</b>
Monografía de los errores turísticos de la 4T .....	138
<b>De Romance... Mmmmmmmmm</b> .....	<b>147</b>





# ILOROJO

H O T E L B O U T I Q U E

**SAN MIGUEL DE ALLENDE  
CURAMORIA COLLECTION**

Las emociones y las experiencias se hilvanan al corazón de quien visita Ilo Rojo Curamoria Collection, hotel boutique de sofisticado estilo y pelicular diseño arquitectónico, ideal para una escapada de lujo. Por su diseño y espacios exclusivos es el lugar para quienes desean rodearse de serenidad e intimidad, disfrutar de un servicio personalizado de primera calidad y una exquisita propuesta culinaria en su propia terraza y con la mejor vista de San Miguel de Allende. Ésa es la belleza de Ilo Rojo: ser el fino cordón que enlaza el destino del viajero con la inspiración y belleza en un paisaje de infinitos colores que lo conectan con la vida.



reservaciones@ilorojohotel.com  
Tel. 415 1549888 • Cel 415 1028988  
Salida Real a Queretaro 136  
Col. Centro. San Miguel de Allende.

# El mercado de bodas en México registra un extraordinario crecimiento

— POR: JOSÉ GARCÍA FRÍAS\* —



La diversificación del producto turístico ha derivado en una serie de segmentos especializados, y uno de los que ha registrado un mayor crecimiento es la ya denominada “industria” de las bodas, posicionándose como un caso de éxito en el panorama nacional, e inclusive desde hace algunos años se ha popularizado la labor de experto en

bodas, quienes se especializan en la realización de los enlaces matrimoniales en todos los aspectos que comprende.

De acuerdo a las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en México se realizaron 501,298 matrimonios legales en el 2018, y con una tendencia a la alza, de los cuales 497,939 fueron entre parejas de mujeres y hombres, mientras que 3,359 entre personas del mismo sexo.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) estima que 76% de las novias que llevan a cabo una boda de destino internacional lo hace en un lugar al aire libre, 56% lo prefiere en la playa y 30% en un resort.

Mientras que la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), reporta que el gasto promedio en una boda fluctúa entre 80,000 y

440,000 pesos, aunque la realidad es que el costo podría cambiar mucho de acuerdo a diversas variables, en el caso de las bodas destino pueden ser más económicas que una tradicional, ya que el número de asistentes puede ser menor y se aprovecha para unas vacaciones de los novios y sus invitados, aunque depende de las diferentes opciones y los lujos que se pudieran elegir, sin



contar el vestido, que puede ser de diseñador, lo cual vuelve complicado cualquier cálculo.

Hay que recordar que esta tendencia se inició recreando las bodas de las celebridades que se casaban en playas y otros destino exóticos, en patios de museos, por ejemplo, pero muchas de las locaciones se realizaban al aire libre, y empezar a cobrar gran popularidad. Hoy los expertos aseguran que en México el mercado de las bodas tiene un valor de casi 5 millones de dólares.

Pero no todo es bodas en el turismo de romance, ya que comprende además una diversidad de prácticas que se suelen amalgamar en el mismo concepto, como: entregas de anillo, lunas de miel, despedidas de la soltería, aniversarios de boda y hasta de noviazgo, renovación de votos, último viaje antes del nacimiento del bebé (Baby Moon), segundas

nupcias, viaje con la familia (Family Moon) y un nicho novedoso que ha crecido exponencialmente con las condiciones epidemiológicas y económicas actuales, las “bodas de fuga”, o sea, huir en pareja para casarse, ahora muy común entre parejas millennials.

Hay diferentes fuentes que reportan los lugares de México más elegidos para realizar bodas destino, aunque todas difieren, sólo mencionaremos el Top Ten que refiere ExpoTu Boda, como expertos en la materia: Cozumel, Cancún, Guadalajara, Ixtapa-Zihuatanejo, Los Cabos, Morelia, Querétaro, Riviera Maya, San Miguel de Allende y Chiapas.

Pero no podemos dejar de referir los destinos que más se repiten en otras referencias: Cancún y la Riviera Maya, Puerto Vallarta, Mérida, San Miguel de Allende, Zacatecas, Oaxaca, Valle de Bravo, San Cristobal de las Casas, Morelia, Los Cabos,



Queretaro, Ixtapa-Zihuatanejo, Valle de Guadalupe, Sayulita y Campeche, entre otros. La realidad es que cada uno brinda algo especial para el tan esperado y planeado momento de “dar el sí”.

Lo que es un hecho es que el turismo de romance, en general, es muy rentable para los destinos nacionales, dado el impacto en la economía local

e integración de toda la cadena de valor que hace posible esta industria.

En la actualidad representa un eficiente motor del desarrollo económico en diferentes lugares de nuestro país, contribuyendo a la modificación de la infraestructura, brinda impulso de otras actividades productivas e incide en la revalorización de los recursos culturales, el equilibrio en la inclusión social y la sustentabilidad.

El panorama en México se centra en la cadena de valor de diversos destinos que se están especializando en este segmento, realizando un importante número de bodas destino anualmente, donde el escenario predilecto para las parejas son nuestras hermosas playas, sin embargo, las nuevas generaciones están siendo atraídas también por destinos coloniales y de aventura.



Lo importantes es que el turismo de romance no sólo se centre en las bodas destino, sino continuar buscando la integración de otros productos turísticos y experiencias en torno a esa especial ocasión que permita la incorporación de la población local y contribuir así a elevar su calidad de vida; ya la proveeduría local en algunos casos se ha incorporado, como las comunidades de artesanos, cocineras tradicionales, los agronegocios y cooperativas, logrando el desarrollo social con perspectiva de género e inclusión.



\* JOSÉ GARCÍA FRÍAS ES DIRECTOR GENERAL EN TRAVIATIC, MEDIO TURÍSTICO Y FACILITADOR ONLINE DE VIAJES.  
**WWW.TRAVIATIC.COM**



AL CONTENIDO

# Y EL PREMIO A LA PAREJA DEL AÑO ES PARA...

— POR: MARIO DELGADILLO\* —



Por mucho tiempo, antes de empezar a organizar Bodas de destino, y cuando escuchaba pláticas de Amigos y conocidos con respecto a casarse fuera de su ciudad de origen, principalmente en la playa, me comentaban que habían contactado a una Agencia de viajes o al hotel directamente, y que ellos al presentarles sus “Paquetes de Bodas” ya les incluían a un coordinador para “el día del evento” ...

Al igual que el mito que existe de que casarse en la playa es “gratis”, sabemos que la realidad es otra, y que la evolución de las Bodas, y todos los detalles que van implícitos en un evento tan importante como estos, nos lleva sí o sí a buscar una relación comercial, y una sinergia entre una Agencia de viajes o un Hotel, con un Wedding Planner.

Créanme, el trabajo en equipo ayudará de una manera importantísima para el éxito del evento,

porque estaremos uniendo esfuerzos y experiencias para un mismo fin.

El mismo hotel o la agencia de viajes podrán enfocarse en vender el destino para Los Novios y todos sus invitados, con la tranquilidad de que un especialista podrá enfocarse al 100% en todos y cada uno de los detalles que los Novios, pero especialmente la Novia, nos pide.

Entendemos perfecto el esquema de negocio de un hotel, y de la alianza comercial con proveedores "in house", pero considero que en la actualidad el grado de especialización de proveedores que pueden ser considerados para una Boda sobrepasa en muchas ocasiones a los paquetes "básicos" que pueden ofrecer, incluso en el tema específico de la "coordinación del evento" que ya no es solo el asignar a una persona de la misma agencia de viajes,

o del hotel, para que supervise principalmente el servicio de alimentos, y que al terminar dicho servicio se retiren dejando a sus clientes a cargo del capitán de meseros, o del gerente de AyB, sino de muchísimas cosas más.

Al día de hoy un Wedding Planner especializado puede quitarles muchos dolores de cabeza, y permitirles enfocarse en otros muchos detalles importantes en lugar de cuidar sólo la llegada de los Novios y sus Invitados y el servicio de alimentos.



Creo que vale la pena reestructurar la visión de realizar Bodas de Destino en esta pandemia, y sin duda alguna la capacitación y la especialización de los Wedding Planners marcará la diferencia. Un caso muy claro son los “fees” o pagos que el cliente tiene que hacerle al hotel para que puedan entrar los proveedores que el Wedding Planner les ha sugerido. Todo esto con intención de realizar un mucho mejor evento. Considero que en muchas de las ocasiones, el incremento en costo que significa el pagar estos “fees” hace que el cliente decline su idea de tener un evento muy detallado, por no pagar una cantidad considerable “extra” al evento. Creo que estos pagos deben desaparecer, para dar entrada a propuestas innovadoras, pero muy seguras para el Venue.


La Pareja del año 2021 sin duda será la alianza comercial que puedan lograr por un lado la agencia

de viajes o el hotel, y por el otro el Wedding Planner. Esta alianza permitirá superar las expectativas de nuestros clientes, quienes sin duda recomendarán la experiencia con sus familiares y amigos.

Les invitamos a acercarse con Asociaciones de prestigio, como la A.B.C. (Association of Bridal Consultants), y la I.A.D.W.P. (International Association of Destination Wedding Professionals) para conocer más de la labor de un Coordinador Profesional de Bodas y de cómo exponenciar sus ventas, delegando una de las responsabilidades más importantes en manos de un profesional.



\* EL ING. MARIO E. DELGADILLO OCHOA ES DIRECTOR DE A.B.C. CAPÍTULO AGUASCALIENTES, Y DIRECTOR DE I.A.D.W.P. CAPÍTULO MÉXICO.

 **@MARIODELGADILLOWP, @BODASABC, @IADWP.**



AL CONTENIDO



# EN CASA NARÉ

LAS HABITACIONES TE ENVUELVEN, LOS  
DESAYUNOS TE DELEITAN Y NOSOTROS  
TE APAPACHAMOS.

- Ven a descansar, a disfrutar y a consentirte a San Miguel de Allende.
- Una copa de vino, una mirada de amor, una pedida de mano, una boda llena de encanto.
- Te queremos consentir aquí, en Casa Naré.

---

Calle del Doctor Ignacio Hernandez Macias 18. Zona Centro.  
San Miguel de Allende Gto. 37700 Mexico.  
(415) 126 2477.



Click para mayor información

[www.casanare.com.mx](http://www.casanare.com.mx)



El amor se  
encuentra en el

# Altiplano Potosino


— POR: NICOLÁS GASCÓN\* —

Fotografía: Alfonso Carrillo.

*Entre cactáceas, minerales y los colores del desierto, el Altiplano Potosino es el escenario ideal para vivir tu propia historia. Un lugar donde podrás disfrutar de paisajes únicos y diferentes.*

Para arrancar la aventura, tienes que conocer el pueblo mágico de Real de Catorce, el rincón más rico del país. Literal, durante la época de la colonización española se desbordaba la plata que era enviada directamente a España. Su arquitectura se encuentra intacta, el tiempo no se refleja en sus casas ni edificios; convirtiéndolo en un lugar lleno de historias.

"Catorce" es perfecto para aquellos viajes en pareja en donde el objetivo es pasarla tranquilamente y llenarse de buena energía. Sus restaurantes, hoteles y galerías le darán un toque especial a tu viaje. Las actividades que no te puedes perder son el recorrido a caballo con destino a Real Viejo, al Cerro del Quemado o por las calles empedradas del pueblo. El recorrido en Willy (camioneta todo terreno de los años 50´ s) por la "Cuesta del Arrepentido" te pondrá a prueba, donde tendrás

A man in a tan jacket and dark pants is carrying a woman on his back. The woman is wearing a wide-brimmed hat, glasses, and a tan jacket. They are standing on a rocky, uneven ground next to a stone wall. The man is looking towards the woman, and she is smiling. The background shows a rugged, rocky landscape under a clear sky.

que demostrar tu  
valentía y sentido  
de aventura cuando  
observes los acantilados.  
En éste lugar podrás  
contemplar la cactácea  
sagrada: el Hikuri, mejor  
conocida como peyote.

Una atracción reciente radica en el bar “El Templo”, el cual instaló un piso de cristal encima del cerro, donde podrás disfrutar de una espectacular vista. Sin duda la gastronomía local te permitirá probar las más exóticas flores desérticas, como son los cabuches, chochofas o garambullos. Si eres católico o disfrutas de la historia, debes conocer al patrón del pueblo: San Francisco de Asís; de quién se dice es muy milagroso en cuestiones del amor, ¡aprovecha para pedirte un empujoncito!.

Además de Catorce, el Altiplano tiene mucho más que ofrecer, otra de sus joyas es el Maguey, el cual nos concede el exquisito mezcal. Si te gusta saborear los destilados mexicanos, no puedes perderte la "Ruta del Mezcal". Donde podrás caminar por las mezcalerías, disfrutando de un hermoso atardecer acompañado de un delicioso mezcal y esa persona especial. En esta región

conocerás los diferentes procesos de elaboración del mezcal: el ancestral, artesanal y semi industrial. ¡Un lugar perfecto para una sesión de fotos con tu pareja!



Además, imagina que en medio de las grutas más populares de la región llamadas “Las Candelas” (en el municipio de Guadalcázar), realices tu propuesta de matrimonio. Aquí vivirás una experiencia íntima, especial e inolvidable, creando así un momento perfecto que vas a recordar para toda la vida.

Y ya que andamos en estos temas del amor, si tu plan es casarte, el Altiplano Potosino cuenta con hermosas haciendas que te sorprenderán, como lo son Vallumbroso, Corcovada, Peotillos y Peñasco. Sus casonas, patios y jardines te ayudarán a crear la celebración más especial e inigualable. En la capital, encontrarás al equipo de profesionales creativos, originales, versátiles, y comprometidos, que garantizaran la perfección en cada uno de los detalles de tu evento, para que tú y tus invitados disfruten de cada instante, en ese día tan importante.

¡Te invito a descubrir éstas y más maravillas que nos ofrece Altiplano Potosino, ven y recorre cada rincón y horizonte, en donde el amor, los paisajes, el romanticismo y la buena vida serán los protagonistas de tu historia!

**Escríbenos a: [viajesytours@trotatour.com](mailto:viajesytours@trotatour.com)**



\* MARTÍN NICOLÁS GASCÓN MATA ES CEO DE TROTATOURS, OPERADORA TURÍSTICA DE EXPERIENCIAS Y TOURS EN LAS CUATRO REGIONES DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ

**TROTATOURS**  **TROTATOURSLP**

**WWW.TROTATOUR.COM**



AL CONTENIDO



# Los Secretos en la reactivación de las Bodas en Riviera Maya

---

— POR: ILSE DIAMANT\* —

La pandemia afectó a muchos destinos del país que se conocían como populares en la industria de romance nacional y tuvo varias consecuencias a raíz de la incertidumbre y de los semáforos cambiantes.



Sin embargo, en 2021 la situación que Riviera Maya atraviesa dista mucho de la realidad de nuestros similares en México; ya que las bodas vienen con mas fuerza que antes de la pandemia y a decir verdad, nunca se dejaron de hacer.

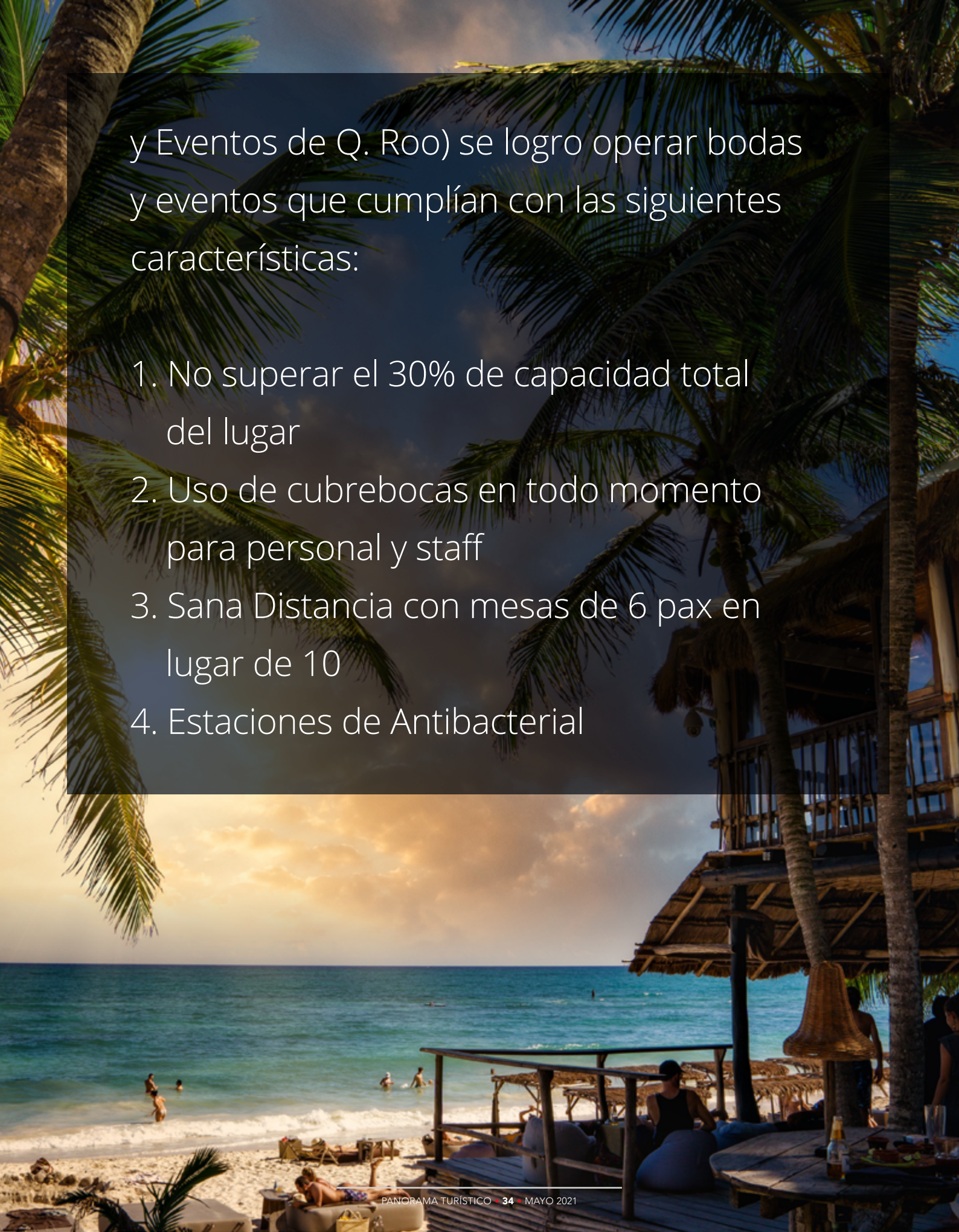
La versatilidad que presenta este destino activó de manera inmediata entre el sector hotelero, la iniciativa privada y las asociaciones dedicadas al rubro de bodas y evento una evolución drástica que nos forzó a adaptarnos a la nueva normalidad, debido a que el gobierno reactivó los vuelos y las actividades turísticas desde el verano de 2020.

Por esta razón los que formamos parte de la cadena de valor de una boda destino creamos ventajas competitivas en las que pudimos comenzar a ofertar productos y servicios para este nicho de mercado, mediante alianzas estratégicas que beneficiaron

altamente tanto a nacionales como extranjeros quienes sin importar las circunstancias continuaron efectuando sus eventos en este paraíso.

A través de la Destination Wedding Specialist Association obtuvimos datos de una encuesta realizada a una muestra de 1700 proveedores, hoteles, wedding planners y locaciones para eventos durante el mes de agosto de 2020 de los cuales el 90% de los responsables de productos y servicios para el segmento turístico de romance, reportaba encontrarse listo para operar con protocolos y con todas las medidas que el gobierno del estado exigía en ese momento.

Gracias a estos datos y a las acciones en conjunto del Club de Bodas del Caribe Mexicano y de la ACIBEP (Asociación de Coordinadores de Bodas

A tropical beach scene at sunset. The sky is a mix of orange, yellow, and blue. In the foreground, there are palm trees and a thatched-roof building. In the middle ground, there is a wooden deck with people sitting on it. In the background, there is a sandy beach and the ocean with people swimming.

y Eventos de Q. Roo) se logro operar bodas y eventos que cumplían con las siguientes características:

1. No superar el 30% de capacidad total del lugar
2. Uso de cubrebocas en todo momento para personal y staff
3. Sana Distancia con mesas de 6 pax en lugar de 10
4. Estaciones de Antibacterial

5. Toma de temperatura en la entrada de invitados y proveedores
6. Aforo limitado para transportes y otros sitios de interés


Estos factores durante el verano y previos a la temporada alta de invierno fueron preparados al destino para gestionar eventos con prueba y error, en los cuales se presentaron estrategias de seguimiento para conocer la efectividad de los protocolos.

En Octubre con un muestreo de 120 wedding planners que DWSA realizó a sus miembros 2020, se obtuvieron 7 casos de contagio después del viaje a Riviera Maya, sin poder comprobar si sucedió durante el evento o en cualquier lugar del destino durante la vacación. Esta dinámica refleja que las bodas y los eventos no constituyen un alto riesgo

de contagio cuando se implementan los protocolos necesarios para la misma. Ya que de 120 eventos menos del 10% arrojó contagios posteriores al mismo.

Riviera Maya es y será un destino punta de lanza, no solo en la organización que este sector presenta a través de las gremiales que trabajan de la mano con el gobierno y los enlaces de turismo, si no que también puede garantizar que esta preparado para seguir haciendo eventos.

La situación actual es un panorama bastante esperanzador para el resto de los destinos de nuestro país, ya que sí utilizan como ejemplo la unión y la estrategia que Riviera Maya ha implementado en todos los niveles de la cadena de valor de este gran destino, sin duda alguna podrán reactivarse aún con mayor velocidad. Aunado a esto

A photograph of a person standing on a circular stone platform in a cave. The person has their arms raised in a gesture of triumph or joy. A bright beam of light shines down from an opening in the cave ceiling, illuminating the person and the platform. The cave walls are dark and textured, with some stalactites visible. The water in the cave is a deep blue color.

el Caribe Mexicano es líder en el concepto de alianza estratégica permitiendo a otros profesionales de bodas de destino poder unirse con su similares locales para lograr realizar eventos como si fueran una filial de estas empresas.

Una de las primeras empresas que integro este sistema es Diamant Events, que utiliza la mejor herramienta que uno pudiera implementar para salir adelante en la pandemia: Maquiladora de Bodas a distancia. La explicación nos la ofreció Franco Muñoz Director de Logística, compartiendo que realmente es mucho más práctico para el cliente final si una agencia de viajes o negocio de wedding planner en otra ciudad fuera de Riviera Maya tiene una sucursal con oficina propia, staff y disponibilidad para atender a los clientes en sitio.

Nos explicó que, creando alianzas con empresas locales, se puede lograr una representación en el destino. – Nos ponemos la camiseta de tu empresa y trabajamos como una extensión de la misma. Es un ganar-ganar sobre todo para el cliente final que se evita gastos innecesarios, que en estos momentos

muchos clientes prefieren ocupar para algo más en su evento.

Las bodas nunca se fueron de Riviera Maya y con este tipo de estrategias sin lugar a duda ahora están más fuertes que nunca. El beneficio de tener un destino unido siempre será el valor diferenciador en esta industria tan competitiva. Se necesita solamente generar una idea y que haya quien la lideré para que se llegue a la meta. Si Riviera Maya puede todos podemos, trabajemos en beneficio de nuestros destinos de boda y demostremos que unidos somos más fuertes.



\* ILSE DIAMANT  
LUXURY ROMANCE AMBASSADOR  
 @DIAMANTEVENTS







# El Turismo de Romance

*impulsa nuevos negocios*

— POR: LEONARDO ARTIGAS\* —



El turismo de sol y playa es la marca que ha distinguido a países de América y Europa durante muchos años, posicionado en el Top 1 como fuente de ingreso de divisas para muchas ciudades. Todo venía muy bien hasta marzo del 2020 donde Europa y la mayoría de países de Latinoamérica iniciaron su confinamiento, muchos de ellos al día de hoy siguen bajo el mismo estado de total cuarentena y en otros en forma intermitente. Bajo esta crisis que ha afectado a todos los sectores -y en especial al Turismo- han surgido nuevas alternativas de negocio que, si bien antes se trabajan con un perfil bajo, ahora resurgen como el Ave Fénix y con más fuerza que nunca.

Lo que antes los organizadores de congresos y convenciones, DMC y agencias de viajes veían como algo muy alejado de su modelo de negocio ahora lo ven como una nueva fuente de ingresos.

El turismo de romance se define como el dedicado a aquellas parejas que efectúan un viaje para celebrar un motivo especial: Despedidas de solteros, Family Moons, Lunas de miel, Pedidas de Mano, Renovación de votos y Bodas en Destino.

Así, cuando se habla de bodas en destino, se hace referencia a un grupo de personas que se desplaza a un lugar determinado y distinto a su lugar de residencia para acudir a una boda por un tiempo superior a 24 horas.

Se puede comparar con el Turismo de Reuniones, en el que un grupo de personas se desplaza para acudir a un evento, en un lugar previamente determinado.

La diferencia entre el Turismo de Romance y el Turismo de Reuniones radica en que las



motivaciones, los servicios a contratar y las actividades a realizar son distintas.

La industria del turismo de bodas mueve al año cerca de 80 mil millones de dólares, lo que representa el 27% del total de la industria de bodas, valorado en 298 mil millones de dólares.

Según datos de la SECTUR (Secretaría de Turismo de México), éste país recibe el 23% del total de la industria de romance a nivel mundial y sus principales destinos son: Riviera Maya, Cozumel, Cancún, Los Cabos, Puerto Vallarta, Riviera Nayarit, San Miguel de Allende, Puebla, Mazatlán, Yucatán, Oaxaca, entre otros.

Ecuador, por ejemplo, también quiere subirse al barco del Turismo de Romance, y bajo el eslogan "Ecuador es amor", el país promueve que parejas visiten sus paraísos naturales, en un esfuerzo conjunto con la empresa privada.

En Europa, los países más demandados para la celebración de bodas son, principalmente, los de sur del continente: Italia, Francia, Portugal y Grecia y España, países que gozan de climas templados y donde la oferta de turismo de sol y playa permite

hacer frente a las demandas de las parejas de novios.

Precisamente la ciudad de Florencia lidera la lista de destinos de bodas en todo el mundo. La ciudad ingresa cada año cerca de 100 millones de euros por este concepto, de los que se benefician hoteles, bares, comercios y transportistas.

Para finalizar podemos concluir que el Turismo de Romance genera unos ingresos muy altos en destino y que se trata de una modalidad de turismo que está en alza. Sin embargo, en Europa y en la mayoría de los países de Latinoamérica, se trata de un segmento de turismo que todavía no se ha sabido explotar.

El Turismo de Romance es una oportunidad de negocio para los hoteles con la celebración de

bodas fuera del periodo estival, y ayudaría, en parte, a desestacionalizar el turismo en una zona donde es predominante el turismo de sol y playa, puesto que se presenta como una alternativa al modelo tradicional.

Del mismo modo, sería una manera de potenciar alianzas estratégicas entre diferentes profesionales del sector de cada destino y ayudaría a darles una mayor visibilidad en el extranjero.



\* MG. LEONARDO ARTIGAS ES ESPECIALISTA EN TURISMO DE ROMANCE Y TURISMO DE REUNIONES, DIRECTOR EN LEONARDO ARTIGAS CONSULTING & MENTORING, CONSULTORA E INCUBADORA INTERNACIONAL PARA EMPRENDEDORES Y EMPRESAS ORGANIZADORAS DE BODAS Y EVENTOS, HOTELERÍA Y VENUES PARA EVENTOS  
**[WWW.LEONARDOARTIGAS.COM](http://WWW.LEONARDOARTIGAS.COM)**







La creatividad,

fortaleza principal para el

*Turismo de .....*  
*..... Romance*

— POR: CARLA GALINDEZ\* —

Las emociones están más que nunca a flor de piel, por lo cual celebrar fechas especiales pasadas o presentes, reconciliarse, concretar decisiones de vida o crear momentos memorables con un viaje o evento, es parte del anhelo que tienen muchas parejas y un área de oportunidad para organizadores de eventos y Wedding planners, principalmente.

Otro punto muy claro, es que hay más oferta que demanda, por lo cual hoteles, restaurantes y escenarios especiales, además de agencias especializadas, deben ir más allá de la acostumbrada “Cena o la Escapada Romántica” para poder satisfacer las diferentes necesidades que en la actualidad se van dando, tan amplias y diversas como los gustos de las personas.

El adaptar diversos elementos y que sean diferenciadores para que el contratante pueda decir “Sí” depende de la creatividad de los responsables de comunicar y gestionar esas experiencias con o sin “pétalos de rosas” comenzando con dedicarle tiempo al solicitante y “conectar” con la situación, sus expectativas y presupuesto.

Los destinos son determinantes en la decisión de una celebración específica, ya sea antes, durante o después de una visita a ese lugar, logrando ser una inspiración para tomar dicha decisión, por lo cual como “Miel a la abeja” hay que crear el escenario ideal para que pueda darse, sembrar esa semilla para que podamos estar en el orden de preferencias de la persona que lo solicita, tener opciones que puedan inclinar la balanza a nuestro favor, con las alianzas apropiadas que sumen a ese momento inolvidable, dentro o fuera de los espacios

que creemos idóneos para lograrlo, saber comunicar con creatividad, es la clave.

Conocer a nuestros clientes, gestionar de manera eficiente sus requerimientos y saber administrar

sus datos (con la delicadeza que ello implica), es algo que aún no se aprovecha al 100%. Estamos en la era de la digitalización de procesos, más conectados y visibles que nunca y aún no se logra concretar el ampliar los servicios en cuanto al



Turismo de Romance y fidelizar a los clientes con las experiencias que cada etapa de la vida requiere una celebración per se, por lo cual tenemos de frente a un segmento que puede crecer aún más, especializándonos y siendo más creativos.

El perfil de cliente también define la producción, la esencia y vivencias del viaje o evento. Como es obvio, no se puede hacer “de todo” sólo por captar clientes, hay que elegir un nicho dentro del nicho y transmitir de manera eficiente lo que estamos en capacidad de ofrecer, a fin de sincronizar, desde el léxico promocional hasta lo que involucra el itinerario, una experiencia sin igual de principio a fin. México es para enamorarse!! Contamos con escenarios naturales e infraestructura en diversos destinos que son la envidia de muchos, con gente comprometida en superar las expectativas del cliente y más, pero la sustentabilidad del turismo

de romance se mantendrá en la medida de que podamos ser más creativos y gestionemos mejores prácticas para no sólo ganar el liderazgo que se merecen nuestras marcas, sino para fortalecer al país en este tema.

El tema “Romance” no sólo está vigente, sino que es una oportunidad en la reactivación económica de pequeños y grandes establecimientos, ya que se puede fomentar con los protocolos que los tiempos actuales ameritan y permea una derrama más significativa para el prestador de servicio.



\* CARLA GALINDEZ ES CEO DE  
DESTINOS Y NEGOCIOS LATAM.  
MICE – PRESS & MARKETING  
**CARLA@DESTINOSYNEGOCIOS.COM.MX.**





# *¿Qué se necesita conocer para una boda destino?*

— POR: SILVANA BONSIGNOR\* —

La celebración de una boda en un lugar diferente al que residan los novios implica una serie de puntos a conocer para que la elección sea la correcta. Uno de los destinos más elegidos son las playas, ya que



celebrar una boda a orillas del mar es soñado por muchas parejas, sin embargo los meses de verano no son iguales en distintos países. Paris suele ser uno de los destinos de bodas más elegidos, ahora bien, esto implica realizar un viaje largo que no solo puede incluir a los novios, sino también sus invitados y toda la logística que conlleva una boda.

Sin dudas, el experto en turismo de romance realizará una planificación que tendrá en cuenta muchos aspectos como las costumbres del lugar elegido, el manejo de los proveedores y, quizás, la búsqueda de un colega nativo de la zona para trabajar en conjunto y, que todo sea más práctico y sencillo. Otros puntos te lo mencionaremos a continuación:

## **-La época del año**

Es fundamental conocer cuál es la temporada alta

o baja de bodas en el país destino, como se dijo los meses de primavera-verano no son iguales en México que en países de América del Sur, por lo tanto, si se planifica una celebración en Uruguay es necesario saber que el período estival comienza en diciembre hasta marzo. Además coincide con muchos turistas que toman sus descansos y esto trae aparejado mayor reserva en hoteles, restaurantes y pueden resultar intrusos en muchas fotografías de la pareja de novios en lugares emblemáticos. Recuerda entonces no todos los lugares del mundo comparten temporada alta o baja, y que muchos de los destinos elegidos son diferentes al lugar de residencia en cuanto a lo que el clima se refiere.

## **-La distancia del destino de bodas**

El tiempo que demande un viaje según su trayecto es fundamental conocerlo para calcular con



exactitud la estadía en el destino elegido. Toma nota que cuando se necesitan más de siete horas de avión, el destino visitado trae consigo cambios horarios que, además de sumarse a las horas de vuelo, reducen mucho los días.

## **-Invitados viajeros**

La costumbre de viajar será un factor importante para elegir a los invitados, muchas personas están familiarizadas con aeropuertos, a moverse en transportes especiales, sin embargo, otras pueden padecer fobias de subirse a un avión. Viajar es una aventura apasionante, pero no todas las personas están preparadas para cualquier tipo de viaje.

Lo ideal es con suficiente antelación contactar a cada invitado y consultarle sobre si posee alguna dificultad para trasladarse, hacerles conocer cuál sería el itinerario de vuelo para llegar al destino de la boda y, si están dispuestos a aplicarse vacunas que muchos países piden al ingresar.

## **-Las costumbres del destino de bodas**

Para que no sea un shock de información al aterrizar en el lugar donde se celebrará la boda es recomendable que el wedding planner se

contacte con una agencia de viajes especializada en turismo de romance y así informarse sobre las costumbres del país en cuestión y, en caso de no tener condiciones seguras que brinden tranquilidad a todos, lo ideal sería cambiar de destino.

Y tener siempre presente que cuando se habla de costumbres no solo serán las de otros países, sino también de cada región dentro del propio y que en muchas localidades varían las tradiciones. Así es conveniente conocer a fondo cada rincón ayudados por agentes de viajes u oficinas de turismo, como así también especialistas en ceremonial que podrán facilitar datos sobre cómo saludar, que códigos de vestimenta serán necesarios, qué tipo de comidas, etc.

## **-Respetar las normas del destino de bodas**

Recuerda que se estará de visitas, por lo tanto, se

deberá respetar las reglas de buena conducta y las normas legales del lugar elegido. Serán los novios e invitados quienes deberán adaptarse a estos requisitos.

El turismo de romance, además de brindar un escenario único y de ensueño a los novios, ayudará a conocer aspectos a tener en cuenta para que todos los invitados puedan disfrutar de lugares nuevos y cada uno traerse un pedacito de esa tierra en el recuerdo de una boda destino.



\* SILVANA BONSIGNOR ES ANALISTA EN RR.PP. CON ESPECIALIZACIÓN EN CEREMONIAL Y PROTOCOLO. ACTUALMENTE SE DESEMPEÑA COMO COORDINADORA ACADÉMICA PARA TODOS LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS QUE CONFORMAN LA RED DE SOCIOS DE NOUN EVENTOS & CAPACITACIÓN EJECUTIVA, ADEMÁS DE CUMPLIR CON LA TAREA DOCENTE VIRTUAL EN DIPLOMADOS CON LA CÁTEDRA DE CEREMONIAL Y PROTOCOLO.





El Boom de las  
*Bodas Postpandemia*

— POR: PAULA ABREU\* —

Fotografía: Memo Márquez & Uriel Mateos.

En 2020 el sector de las bodas fue uno de los sectores más golpeados por la Pandemia del Covid-19. El estado de Puebla y la Ciudad de México fueron de los destinos donde más se castigó al sector y donde muchos de los proveedores dejaron de operar por más de un año y sin un plan de apoyo concreto hacia esta industria que generaba millones de pesos en derrama al destino y miles de empleos.

Como wedding planner y miembro activo de esta industria les puedo dar testimonio de que jamás había visto una crisis que golpeara tan fuerte a nuestro gremio que además demostró ser sumamente responsable, comprometido y dispuesto a hacer todo por sus clientes.

Durante todo 2020 gran parte del sector se dedicó a capacitarse, a invertir en equipo para llevar a cabo protocolos y contener el virus para disminuir





el riesgo de contagio en las celebraciones, sin embargo muchos de los esfuerzos fueron nulos, ya que varios de los destinos de México, por decreto estatal cancelaron o prohibieron cualquier tipo de celebración. Los planes de boda y celebraciones fueron pospuestos y cancelados por más de un año, paralizando por completo la industria en la mayor parte de nuestro país.

En 2021 el panorama es un poco más alentador, gracias a la capacitación y al compromiso de la iniciativa privada junto con los gobiernos estatales, se han tomado medidas para la celebración de bodas y eventos de forma segura, la industria se ha especializado y transformado para cumplir con las nuevas expectativas y prioridades de los clientes.

Durante este tiempo el mercado ha cambiado y ahora las parejas tienen nuevas expectativas y preferencias para celebrar, es un hecho que así como en los años 20´ s al terminar la pandemia de la gripe española, la gente estaba ávida por celebrar a lo grande, después del COVID-19 comienza a verse un gran “boom” de bodas, sin embargo, las preferencias han cambiado y la industria deberá transformarse, estas son algunas de las preferencias que tienen las parejas actualmente:



- Celebraciones petite: Durante esta pandemia la gente recortó su círculo social, y es por eso que ahora las parejas prefieren tener celebraciones más íntimas con su círculo más cercano.
- Pop UP Weddings: Las bodas Pop UP Weddings, fueron creadas por el Top Wedding Planner Rui Mota Pinto en Portugal y es una franquicia mundial. En México se pueden celebrar bodas íntimas

con experiencias memorables que cada destino aporta en la Ciudad de México, Puebla, Veracruz, Guanajuato, Oaxaca, Riviera Maya & Yucatán. Las bodas Pop Up son ideales para parejas que no quieren “batallar” con el proceso de planeación y que quieren vivir experiencias memorables en los diferentes destinos de México.

- Celebraciones al aire libre: Haciendas, Jardines y Playas son parte de las locaciones preferidas por las parejas para celebrar su boda evitar así los riesgos de contagio.
- Destinos preparados: Aquellos destinos que se hayan adaptado a la “nueva normalidad”, implementando protocolos y dando seguridad a sus visitantes, serán los ganadores después de la Pandemia, la salud se ha vuelto una de las grandes prioridades de los clientes, así que aquellos destinos



que reciban turistas pero bajo un entorno seguro, son aquellos que se recuperarán más rápido. Sin duda alguna el mercado ha cambiado y el turismo de romance deberá adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes, las bodas siempre seguirán siendo un motivo de celebración sin embargo, es necesario que la industria escuche a sus clientes y esté dispuesta a transformarse ante las nuevas necesidades para poder lograr una recuperación de manera más efectiva.



\* PAULA ABREU ES EXPERTA EN BODAS, CON MÁS DE 15 AÑOS DE EXPERIENCIA. AUTORA DEL LIBRO "CHISPA Y CORAZÓN: 12 PASOS PARA DESTACAR EN LA COMPETIDA INDUSTRIA DE LAS BODAS" CATALOGADO COMO UN "MUST READ" PARA LA INDUSTRIA. FUNDADORA DE **WEDSITE** LA PRIMERA COMUNIDAD DIGITAL EN MÉXICO QUE PROMUEVE, PROFESIONALIZA Y CONECTA A PROVEEDORES DE BODAS GARANTIZADOS CON PAREJAS QUE QUIEREN CELEBRAR UNA BODA DESTINO EN MÉXICO.



AL CONTENIDO



# Novios en Fuga

— POR: MARYA OLMOS\* —

El *Turismo de Romance* es relevante para la gran mayoría de los destinos en México por el gran impacto en las economías locales, así como en la





integración de toda la cadena de valor que hace posible esta industria.

En México, cada año esta cadena de valor se ha especializado un poco más en este segmento, realizando un número significativo de *Bodas Destino* anualmente, donde el escenario preferido por las parejas son los destinos de playa, pues éstas brindan la atmósfera perfecta para celebrar la unión de dos personas con una extraordinaria puesta de sol como marco. No obstante, los *Centennials* (*generación Z*) casaderos se están interesando en destinos coloniales y de aventura.

Este segmento turístico abarca no sólo bodas destino, sino también entregas de anillo, lunas de miel, despedidas de solteros, aniversarios nupciales y de noviazgo, renovación de votos, Baby Moon (último viaje romántico de la pareja antes del

nacimiento del primer bebé), segundas nupcias y ahora también, un nuevo nicho que está creciendo de manera exponencial por el tema epidemiológico que actualmente vivimos: las **“BODAS EN FUGA”**- elopement weddings.

## ¿Qué es una Boda en Fuga?

El vocablo inglés elopement significa “huir secretamente con la intención de contraer matrimonio, generalmente sin el consentimiento de los padres”. Este término fue escuchado por primera vez en el año 1593, y hacía referencia a las esposas que dejaban a sus maridos para escapar con sus amantes. Posteriormente, alrededor de los primeros años del siglo XIX, se utilizó para referirse al acto de una joven pareja de fugarse y contraer matrimonio a escondidas, pues sus familias no aprobaban la unión. Más tarde fue ampliando su significado, usándose ahora también con parejas que se



fugaban para casarse, pero por otro tipo de razones, principalmente económicas, pues estas no tenían la solvencia para celebrar una boda tradicional y sus familiares tampoco podían apoyarles.

En la actualidad, una **boda en fuga** hace referencia a una pareja que decide casarse acompañados únicamente de las personas más cercanas a ellos, o inclusive, ellos solos. El celebrante y un fotógrafo que inmortalice la unión, en un lugar diferente al de su residencia, y la intimidad de la ceremonia, es la principal característica de este tipo de uniones. Aunque ahora las razones no son el que los familiares no aprueben su unión, ni por cuestiones económicas, lo hace para alejarse de las ceremonias fastuosas y multitudinarias tradicionales y centrarse en vivir la experiencia de lo que realmente les importa, **el amor que se tienen.**

Las parejas deciden hacer una **boda en fuga** pues desean experimentar su unión de manera diferente. Es por ello que escogen destinos turísticos que les permitan vivir este gran día de manera única e inolvidable, en un lugar donde jamás imaginaron poder casarse, con grandes escenarios, experiencias gastronómicas increíbles, fotos dignas de compartir en sus redes sociales, que les permita tiempo después compartirlas con sus familiares y amigos en una reunión muy íntima, pero no por ello menos importante.

La ventaja de este tipo de bodas es que la pareja utiliza su dinero en uno o varios destinos para celebrar su unión, olvidándose del estrés que genera planear la boda, crear una lista de invitados, elegir un pastel, comida, flores y un sinfín de detalles para celebrar su boda de manera tradicional. 2020 fue el año en que todo cambió, donde

se puso a prueba nuestra habilidad para vivir y reinventarnos, y el mundo de las bodas no fue la excepción; por el contrario, las parejas están llegando cargadas de energía total y completamente renovadas, con gran fuerza y enorme inspiración. Es momento de redefinir la manera de concebir y proyectar las bodas. Es momento de estar ahí, para ellos.



\* MARYA OLMOS CUENTA CON MÁS DE 10 AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA INDUSTRIA HOTELERA, CON ESPECIALIDAD EN ADMINISTRACIÓN DE EVENTOS, GRUPOS Y CONVENCIONES. SU CONOCIMIENTO Y ESPECIALIZACIÓN EN EL MUNDO DE LAS BODAS, LA UBICAN DENTRO DEL TOP 30 DE LOS MEJORES WEDDING PLANNER DE LA CIUDAD DE MÉXICO.



AL CONTENIDO

*¡Si acepto,  
La nueva realidad!*

**10 Tips de Planner para una Boda  
Visible - Presente - Inolvidable**

— POR: ANDREA GARCÍA PONDS\* —

Y de pronto cuando ya dominábamos los procesos de planeación, logística y operación de nuestros eventos, las reglas cambiaron y tuvimos que renovarnos, capacitarnos y aceptar el reto que la nueva realidad nos presenta, ya no sólo debemos crear celebraciones dónde haya gozo y diversión, actualmente lo más importante es que como profesionales transmitamos y pongamos el ejemplo a nuestros clientes de que podemos llevar a cabo eventos seguros minimizando riesgos.

1. La pandemia nos hizo reflexionar y ver nuestro día a día desde otra perspectiva, entender esto es fundamental para conectar con las parejas:

**EMOCIONES:** reconectamos con lo que sentimos y nos hace sentir.

**PRIORIDADES:** se reacomodó nuestro entorno para dedicar lo más valioso, nuestro tiempo, a lo que más nos importa y amamos.



**REVALORAR:** cobró fuerza y valor todo lo que sí y no tenemos para darnos cuenta de los afortunados que somos.

**UNIDAD:** al cuidarnos a nosotros mismos estamos contribuyendo a cuidar al otro y con empatía y responsabilidad aportar a mejorar la situación.

**AGRADECER:** por esta pausa que nos dio la oportunidad de disfrutar, compartir pero sobre todo estar en el aquí y ahora.

2. El Wedding Planner desde el primer contacto debe mostrar que está preparado, conoce de los protocolos de bioseguridad y que incluso antes de tocar el tema la pareja ya perciba que está ante un verdadero profesional que les podrá ayudar a resolver la pregunta ¿y ahora cómo le vamos a hacer? Algunas parejas aún dudan si es el momento para celebrar su boda o esperar y aquí es donde es fundamental la labor del Wedding Planner para en



base a lo que la pareja desea plantear los escenarios que ofrezcan seguridad, control y confianza a los novios.

3. Manejo de reducción de riesgos, antes, durante y después de la boda, platicar sobre el proceso de la aplicación de las pruebas de antígenos, si se realizarán un día antes o el día del evento y

cómo funciona la logística que hemos creado junto con nuestros aliados expertos para la adecuada aplicación y obtención de resultados y bitácoras correspondientes.

4. Alianzas con proveedores, es muy importante que solicitemos a cada proveedor sus protocolos de bioseguridad y supervisar que se lleven a cabo, así mismo es indispensable armar un cronograma y minute by minute de montaje para que de acuerdo a la complejidad de lo que cada proveedor instalará, la cantidad de staff que llevan y el tiempo que tardarán se haga una programación escalonada para evitar demasiadas personas en el lugar del evento al mismo tiempo. Esto muy pocas veces lo ven los novios sin embargo saber que se lleva a cabo les da confianza en la forma de operar de su planner y en cómo se maneja su evento.

5. Los momentos de incertidumbre hicieron que muchas parejas confirmaran y reafirmaran su deseo de continuar su camino juntos, pensando en enlaces más emotivos y también no debemos perder de vista que son mucho más conscientes, desean celebrar su boda con responsabilidad social y ambiental, por lo que debemos tener opciones que cubran estas necesidades, por ejemplo, en bodas de destino incluir a la comunidad local de alguna manera da trascendencia a ese gran día del “sí acepto”.

6. Dar las opciones tecnológicas como complemento para enriquecer la boda y no como protagonistas. Hoy sabemos que el celular y la tecnología jamás suplirán el afecto, los abrazos, la felicidad de tener cerca y bien a todos los que aprecias, el valor del tiempo y la libertad de ir a donde desees, cuando quieras y que a través de una pantalla podemos

vernos y comunicarnos pero la comunicación y convivencia nunca será igual que cara a cara, por ello las parejas no están tan dispuestas a celebrar de manera virtual su enlace y siguen soñando ese gran día donde celebraran su amor entre las personas más significativas en sus vidas. Sin embargo les encanta a las parejas marcar tendencia y sorprender por lo que la tecnología usada a favor de los requerimientos del evento como un adicional que enriquece y complementa la experiencia, es muy bien aceptado.



7. Con la tendencia de tener menos invitados y que asistan los verdaderos testigos y cómplices de los protagonistas de la historia de amor que se celebra, se tiene la oportunidad de llevar el detalle al extremo y más que nunca la personalización juega un papel importante para halagar a los invitados pero también para brindar seguridad como por ejemplo el tener bien identificados sus vasos y/o copas así como cualquier otro artículo que se les otorgue.

8. Dar mayor relevancia, atención y tiempo a la experiencia gastronómica para que los invitados se deleiten, disfruten y lo guarden en sus memorias. Comer es un festín donde es importante el papel que juegan en cada platillo los colores, formas, emplatado, aromas, texturas sin dejar de lado el maridaje para sellar las sensaciones que consiguen crear las conexiones a ese momento, lugar y a las



personas con las que se compartió ese instante.

9. Ideas que podrían hacer VPI (Visible – Presente – Inolvidable) la boda:



- Estaciones de sanitización en diversos puntos de la locación.
- Personal que controle en sanitarios y sanitice constantemente.
- Tener un animador o una persona de parte del grupo musical que haga divertida la sana distancia entre parejas a la hora del baile y recuerde el uso constante del cubrebocas o careta.



- Dinámicas diferentes para otorgar la liga y el ramo evitando aglomeraciones y sorprendiendo a los invitados con lo inesperado.
- Atreverse a proponer y seleccionar destinos y locaciones fuera de lo común que hagan aún más memorable este gran día.
- Crear una lista de reproducción de Spotify que inicien los novios y la continúen los invitados con los temas imperdibles en la boda.

10. La labor del Wedding Planner cobró relevancia, hoy las parejas ya no sólo buscan quién les ayude a hacer realidad el gran sueño del día de su boda con todos los detalles lindos y vistosos, más toda la gran labor de planeación de la que no siempre son conscientes hasta que lo viven, requieren de verdaderos profesionales preparados y con un equipo de proveedores calificados para llevar a cabo eventos en esta nueva realidad sin excusas,

teniendo la tranquilidad de poner uno de los días más importantes en la vida en manos que tendrán el control y sabrán resolver lo que se presente durante el proceso e incluso una negociación en caso de cambios de fechas ante situaciones inesperadas. Una inversión que da seguridad y tranquilidad que es invaluable.

Podemos y hemos operado bodas y eventos con gran éxito ya que nos preparamos para ello teniendo consciencia de que se requiere de la colaboración, responsabilidad y participación coordinada de la pareja, planner, proveedores, locación e invitados.



\*ANDREA GARCÍA PONDS. CEO EN ZAHÍR SPECIAL EVENTS & MEETINGS, EVENT PLANNER CON 16 AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS Y SOCIALES. INTÉRPRETE DE IDEAS, CREADORA DE EXPERIENCIAS VPI (VISIBLES – PRESENTES - INOLVIDABLES), EXPLORADORA DE EMOCIONES Y SABORES. INSTRUCTOR AVALADO DE EL EFECTO WOW® LÍDER ALFA DE LA IADWP®




@ZAHIREVENTS #BODASVPI #HAZLOMEMORABLE #HAZLOVPI #YOSOYVPI



AL CONTENIDO





# DONDE LAS ALMAS SE ENCUENTRAN

— POR: LIC. GABRIELA MARÍN COLÍN\* —

El amor, el amor, parte de esas cosas maravillosas que le acontecen al hombre en su búsqueda de la felicidad, y cuando coinciden el tiempo y el lugar perfecto es una experiencia que acerca poco a poco a la divinidad. Romeo y Julieta, en el medievo de la antigua Europa, no sería esa historia que nos hace suspirar sin sus balcones, casonas,

monasterios, callejones, pasajes ocultos que elevan la imaginación. La Nueva España tiene mucho que contar, con Sor Juana, Juan Ruiz de Alarcón, Bernardo de Balbuena; y en nuestra independencia la historia romántica de Leona Vicario y Andrés Quintana Roo que huyendo de la Ciudad de México de la persecución de la corona Española que buscaba aplacar la llama libertaria, llegan para culminar su amor en el Convento de San Francisco, joya arquitectónica de 1601 en la bella Tlalpujahua.

Las haciendas señoriales de ese mítico Estado que es Michoacán, Charo, Contepec, Zitácuaro, Alvaro Obregón, Senguio, Cuitzeo, etc. sus jardines en Tzintzuntzan, sus emblemáticos templos como el Santuario de Ntra. Sra. Del Carmen en Tlalpujahua, La Catedral de Guadalupe de estilo gótico de Zamora, El exconvento de Guadalupe y la majestuosa Catedral en Morelia, la Iglesia

neogótica de la Inmaculada Concepción de Angangueo, edificios de gran valor arquitectónico donde la belleza inspira para ese juramento a los enamorados y hacen de este destino el lugar ideal para la celebración de ensueño. Pasar por el callejón del romance en Morelia, por la orilla del lago de Pátzcuaro o el de Zirahuén, caminar tomados de la mano por las calles de Tacámbaro, de Jiquilpan, esas historias que se cuentan en novela se viven de forma mágica en todos los rincones de estas tierras. Y si de enamoramiento hablamos, desde la vista comienza, los rituales ancestrales de las culturas purépecha, mexicana u otomí complementan el embrujo, leyendas de fuego, de amor y de pasión en sus zonas arqueológicas de la meseta purépecha y San Felipe de los Alzati. No puede faltar para esa experiencia mágica el amor del paladar, la diversidad de platillos especiales para tal celebración, la variedad de sus moles, sus tortillas, sus birrias y

barbacoas, las tradicionales carnitas y esas bebidas fermentadas que ponen el toque de éxtasis a flor de piel comenzando con el pulque, el tequila, la charanda, el mezcal, para completar el gran banquete de ocasión tan especial.

Michoacán goza de diversidad de climas, de montaña, de playa, de flores y vegetación. Lugares lunamieleros a gusto de las parejas, Maruata playa que ofrece la emoción inigualable de la práctica



Catedral de Morelia.

del surf, paraísos perfectos donde el mar y el sol conjugan espacios íntimos para el amor. Pero hay también para otros gustos, el frío de las montañas que siendo una paradoja hace más acogedor el romance ahí en la zona oriente del Estado. En Tlalpujahua, Angangueo, Zitácuaro, Los Azufres, el amor es entre montañas, chimeneas, aguas termales y experiencias afrodisiacas de Spa.

Pensar en romance es pensar en Michoacán, es la suma de elementos, tradiciones, lugares, experiencias, que satisfacen la expectativa de los amantes para dejar el sello eterno de la promesa de amor.



\* GABRIELA MARÍN COLÍN ES EMPRESARIA HOTELERA. SOCIA FUNDADORA DE FERATUM. FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE FANTÁSTICO. PROMOTORA TURÍSTICA DE TLALPUJAHUA, MICHOACÁN.



AL CONTENIDO



# “Destinos emergentes”:



*El futuro cercano  
del Turismo de  
Romance*

— POR: LEO FAVELA\* —

Hacienda Las Trancas.

Nos hemos cansado de escuchar a recientes fechas todo lo trágico que ha dejado la pandemia (la cual nos tomó por sorpresa...). Para muchos fue la oportunidad de renovarse; para otros, desafortunadamente, representó el fin de una etapa en proyectos profesionales y personales.

De malas noticias y cuestiones negativas ya hemos leído un sinfín de artículos y escuchado mil palabras. Por ello, en esta publicación quiero mostrarte un panorama que nos ha venido a regalar esta pausa.

Sin duda alguna, y al margen de lo complicados y dolorosos que han sido estos tiempos, se han presentado algunos puntos positivos y uno de ellos es la oportunidad de los “destinos emergentes” para poder mostrar la infraestructura con la que cuentan. Voltar a ver a estos sitios los cuales ofrecen una gran alternativa para la industria de romance y

que en el pasado cercano eran poco visibles considerando que hay destinos que se volvieron emblemas para realizar bodas con grandes producciones, sitios con recintos espectaculares, grandes hoteles de cadena o destinos que por sí solos regalaban paisajes espectaculares y una experiencia de visita muy grata.

¿Por qué digo que la oportunidad ahora es de los “destinos emergentes”? Los recientes cambios y la pausa tan prolongada han traído, entre tantas cosas, una recesión económica. Sin embargo, las parejas no han pausado el amor. Las parejas se querrán casar y se seguirán casando y la enorme necesidad de los seres humanos por reunirse y compartir con sus seres queridos momentos maravillosos nos obligará a celebrar de una u otra forma el amor.

Por lo anterior es notoria la oportunidad de estos destinos poco conocidos para proyectar todo lo que tienen por ofrecer. Pongo como ejemplo un pequeño pueblito en el estado de Guanajuato llamado Dolores Hidalgo. Por muchos años fue un lugar para el turismo de paso sin poder lograr la pernocta y mucho menos atraer al turismo de romance. Un sitio donde el turista no conocía (repito: no conocía) toda la infraestructura que este



bello pueblo tiene para realizar bodas y ofrecer experiencias mágicas.

En Dolores Hidalgo (lugar al cual a través de una ola de webinars y charlas digitales hemos podido difundir y dar a conocer y el resultado ha sido palpable) no solo se podrá comer un helado tradicional en la plaza principal, sino que también se tiene la posibilidad de visitar un circuito de viñedos, talleres artesanales, recintos históricos y hoteles boutique donde se pueden desarrollar eventos pequeños (que son los que podremos tener en el futuro cercano) pero también eventos de gran formato (los cuales seguramente en algún momento regresarán).

Esta pausa obligada nos ha regalado también la oportunidad de valorar lo genuinamente importante. Uno de esos puntos es regresar a las

bases y permitirnos realizar ceremonias pequeñas donde lo relevante será la celebración del amor con pocos invitados: la familia y amigos cercanos. Esto nos da otro elemento para apostarle a destinos nuevos o poco conocidos.

Así, las bondades de los “destinos emergentes” son muchas: son lugares poco conocidos por lo cual tu evento marcará precedente y lo volverá totalmente memorable; reducirás los costos en forma considerable respecto a si lo hicieras en un destino emblemático; brindarás la generación de experiencias totalmente distintas a las que ha vivido la mayoría de las personas al asistir a una boda de destino...

Aparte de lo anterior, hay que reconocer que en el corto y mediano plazo la dinámica del turismo será apostarle al turismo local. Seguramente las

bodas de extranjeros regresarán (aún no sabemos cuándo), pero la oportunidad ahora es mostrarle al turismo nacional y regional de qué estamos hechos y que tenemos una oferta turística que le permita desarrollar sus eventos y bodas en pueblos mágicos o destinos emergentes bajo dos premisas: 1) aprovechar las riquezas naturales, históricas y gastronómicas que tenemos cerca, 2) impulsar económicamente a los destinos pequeños, los cuales su fuente de ingresos proviene en su mayoría de servicios turísticos.

Quizá suene bastante utópico el romper o dejar de lado sitios tan famosos y conocidos y empezar a ver estos otros destinos que aunque fascinantes no tienen tanto renombre. Pero seamos claros en algo: nuestra industria ha sido de las más golpeadas por esta pandemia y hoy por hoy, la gran forma de lograr una pronta recuperación es haciendo una


evaluación exhaustiva de lo que nos ofrece cada destino, ofrecer “destinos emergentes” y generar grandes y maravillosas nuevas experiencias.

Si bien es cierto que no estoy descubriendo el hilo negro de lo que viene para la industria de romance, sí que te invito a hacer una inspección de lo que tienes a tu alrededor, proyectar tu marca y volverte pionero de esos “destinos emergentes” como un gran cofre del tesoro que nadie ha volteado a ver.

Cómo dicen por ahí: “el que pega primero...”.



\* LEO FABELA ES MERCADÓLOGO DE PROFESIÓN, APASIONADO POR LAS BODAS, CEO DE WEDDINGS & EVENTS BY LEONARDO FAVELA. DEDICADO AL DISEÑO, LOGÍSTICA, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE BODAS Y EVENTOS DESDE 2014. HASTA LA FECHA EL CRECIMIENTO DE SU MARCA HA SIDO NOTABLE, TENIENDO COMO PRINCIPAL OBJETIVO DISEÑAR EXPERIENCIAS INOLVIDABLES.

 [FACEBOOK.COM/WELEONARDOFAVELA/](https://www.facebook.com/weleonardofavela/)



AL CONTENIDO







# Desaprender para enfrentar la nueva normalidad

— POR: MAGNOLIA ARISTONDO\* —

Desde que la pandemia fue declarada, hemos tenido que adaptarnos a muchos cambios. Y si queremos continuar con nuestras vidas, proyectos y sueños debemos adaptarnos a los cambios a paso

veloz. El cambio es un proceso de aprendizaje y desaprendizaje, donde desaprender es mejor que aprender.

Pensemos que el aprendizaje es como estar en un viaje continuo. Y que constantemente tenemos que vaciar el equipaje, dejar lo que ya no es útil para el nuevo destino y empacar aquello que sí lo es. Así mismo debemos hacer para adaptarnos a esta nueva normalidad, primero tenemos que cuestionar todo lo que nos ha funcionado hasta antes de la pandemia, quedarnos solo con lo que se adecue a los nuevos tiempos y eliminar todo lo que no funciona más. A este proceso lo llamamos "desaprender"

¿Por qué nos cuesta tanto desaprender en tiempos de pandemia?

Desaprender tiene relación con nuestra capacidad

de adaptarnos. Y la crisis actual nos está exigiendo cambios inmediatos, prácticamente sin chance al proceso de adaptación. El tiempo es clave. No es tarea fácil, mirar hacia dentro para reconocer que debemos soltar y que no. Son muchos años de hábitos aprendidos y maneras de ser arraigadas en nuestro ser.

Para enfrentarnos a esta nueva normalidad debemos estar equipados con la mejor actitud y dispuestos a desaprender para volver aprender, y continuar evolucionado en tiempos de pandemia.

5 pasos para enfrentar esta nueva normalidad.

1. Haz un tiempo para tomar consciencia de lo que está sucediendo. Apaga tu mente de todo lo pueda distraerte y observa cómo te sientes en relación con estos nuevos tiempos.

2. Escúchate qué piensas y siente al respecto.

Permítete sentir miedo, enojo o ansiedad. Lo que sientes estará bien.

3. Toma responsabilidad. Quieras o no, esto está sucediendo en tu vida y está sucediendo para algo.

4. Acepta la situación actual tal como es, sin cambiar ni corregir simplemente aprende a transitar con ello.

5. Toma acción, no solo se consciente o comprende la nueva normalidad. Intégralo a tu vida, aprende a adaptarte.



\* MAGNOLIA ARISTONDO, WEDDING COACH, MENTORA DE WEDDINGS PLANNERS DE ALTO IMPACTO. LÍDER ALFA DE AIDWP, DIRECTORA EN PERÚ DE IWEA (INTERNATIONAL WEDDING & EVENT INDUSTRY ASSOCIATION) DIRECTORA DE LA CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL WED Y FUNDADORA DE LA COMUNIDAD WED PRIMERA COMUNIDAD WEDDING PLANNER EN PERÚ.



AL CONTENIDO





# *Turismo de* **Romance**

Hablemos de viajes de romance... todos siempre pensamos en "el viaje de nuestros sueños", ya sea para la pedida, la luna de miel, algún aniversario, babymoos o simplemente una escapada

romántica. No hay nada más mágico e irrepetible que tu luna de miel y nunca es tarde para planear una segunda luna de miel, teniendo todo tu tiempo para planear solamente este viaje.

Siempre queremos “el mejor viaje” y para lograrlo tenemos que pensar muy bien en varios puntos y sobre todo contar hoy más que nunca con la asesoría de un profesional. Esto no aumentará el costo de tu viaje y sí garantizará que todo esté bien organizado y que tengas el respaldo de tu agencia de viajes, el cual te apoyará si surgen cambios inesperados y así puedan seguir disfrutando su viaje.

- Elegir tu destino o destinos...
- ¿Con qué presupuesto cuentas?
- ¿Cuántos días puedes dedicarle a ese viaje?
- Qué tipo de viajeros son: Activos, pasivos...  
amantes de la playa, de la naturaleza



- El tipo de viaje: luna de miel, aniversario, babymoon, etc. Esto para decidir el mejor destino. ¿Les gusta la aventura, son medio hiperactivos, les gusta llenar el día con actividades o tours? Mezclar días activos y días de descanso es ideal, incluso en los diferentes destinos podemos ofrecer hoteles más sencillos cuando vamos solamente a dormir y mejores hoteles o resorts cuando van a disfrutar realmente el hotel, por ejemplo en playa después de unos días agitados. ¿Les gusta la cultura o prefieren un viaje de descanso?

Hay tantos destinos culturales para este tipo de viajes como por ejemplo:

Asia: Tailandia, Cambodia y Vietnam - India con Nepal y Maldivas quizás agregando Dubai que sigue estando de moda.

Europa: Unir 2 o 3 países para disfrutar algunas de

sus ciudades a tu tiempo, incluyendo algunos tours básicos en cada destino, en auto, en tren o en avión.

Siempre tendremos la opción que buscas con beneficios especiales para tu viaje, dependiendo de los hoteles en que te hospedes.

Los cruceros son una excelente opción, ya que hay infinidad de destinos por ejemplo el Caribe



o Alaska, Europa o Asia, o por ríos. Cuentan con todo en un solo lugar: Actividades recreativas, shows, spa, casino, experiencias culinarias, etc. Solos o combinando con unos días pre y post crucero en diferentes lugares. Y no tienes que estar desempacando y empacando en cada hotel. ¡Cuando despiertas ya estás en otro destino! Listos para disfrutar... Y dependeremos totalmente de la fecha... Por ejemplo: Alaska su temporada es Mayo a Septiembre. O si quiere viajar a Antártida o Patagonia su temporada es Noviembre a Marzo. Y así sucesivamente.

Otro destino increíble para parejas es la Polinesia Francesa o Maldivas. Imagínate hospedándote en un bungalow sobre el agua. ¡Disfrutando amaneceres y atardeceres de ensueño!

Por otro lado, los safaris son una gran idea. Es increíble viajar en la naturaleza y conocer en su hábitat natural a los cinco grandes: rinoceronte, elefante, león, leopardo y búfalo. Visitar diferentes aldeas, disfrutar los románticos atardeceres en la sabana y descansar en hermosos hoteles y lodges. Siempre los personalizaremos para que sea el viaje que haz soñando y te asesoraremos en todos aspectos del mismo: destino, vuelos, seguro, hoteles, visas, vacunas, etc.

Ahora si vas a tu babymoon puedes elegir un resort de playa donde aprovechen las actividades y delicias culinarias.

Hoy día dependemos de los países que estén abiertos y los requisitos que solicita cada uno como pruebas PCR, vacunas, cuarentenas y sobre todo

les recomendamos viajar siempre con un seguro de viaje, incluyendo protección para COVID-19.

Cada viaje es una experiencia irrepetible, contar con un asesor especializado que le brinde atención personalizada, los mejores tips y beneficios exclusivos le asegurará un respaldo de inicio a fin en su viaje. Usted encontrará en las socias AFEET una gran experiencia y podrá estar seguro que tendrán un gran respaldo.



[WWW.AFEET.ORG](http://WWW.AFEET.ORG)

GRACIELA ABUD | TOUR & TRAVEL ACURLINES



**AFEET**  
[FACEBOOK.COM/AFEETMEXICO](https://FACEBOOK.COM/AFEETMEXICO)



AL CONTENIDO



## El agente de viajes... ¿el psicólogo de la luna de miel?

Toda tradición en una boda tiene una razón de ser o un significado y tal es el caso de la luna de miel. Sus orígenes son inciertos, pero parece un concepto muy antiguo; a la luna, las culturas antiguas le atribuían propiedades espirituales y usaban su

ciclo como medida del tiempo. En Babilonia la dote de la novia era la hidromiel, que el novio debía beber durante el ciclo lunar; para los nórdicos, a los hombres ingerir este líquido en las noches de pasión, aumentaba sus posibilidades de procrear un hijo varón; en la Antigua Roma, se dejaba una vasija de miel en el dormitorio de los novios para desarrollar su fertilidad, además de que les daba suerte; en la Edad Media las bodas se realizaban en las noches de luna llena como símbolo de iluminación, y así hay innumerables ejemplos. Pero lo que es una realidad es que el viaje de novios como se conoce en la actualidad tiene su origen en Reino Unido en el siglo XIX, los nuevos esposos hacían un tour nupcial para visitar a los parientes y amigos que no habían podido acudir al enlace y más adelante se fueron haciendo viajes más emocionantes y divertidos, parecidos a los actuales.

La decisión de unir nuestra vida a alguien más es uno de los momentos más complejos y exultantes que vivimos; para algunas parejas es más fácil la planeación del enlace que para otras y también un instante donde descubrimos algunos detalles de nuestro prometido que nos enamora más o nos puede hacer dudar. Muchos detalles a considerar y llegado el momento de organizar la luna de miel puede llevar a la pareja a continuar con el camino de rosas o hacerlo cuesta arriba; aquí es donde entra el “psicólogo de la luna de miel”, el agente de viajes.

Comencemos por decir, que en experiencia de aquellos que manejan este segmento, quién tiene el control de la decisión del tipo de experiencia que quieren vivir, es la novia; llegan en ocasiones con ideas hasta inviables, así que aquí empieza el consejo y acompañamiento. Lo primero es conocer sus expectativas, que han visto, donde se



han informado, que les han dicho sus conocidos, como se imaginan el momento, etc. Hay que platicar mucho con la pareja, darles seguridad, ya que hay parejas más complicadas que otras. Sin desilusionarlos pero sin quedarse “corto” hay que aterrizar y el descenso viene al llegar al presupuesto, y con la creatividad del agente de viajes se hacen cosas increíbles.

Hoy en día, los destinos más solicitados a nivel nacional son las playas, Riviera Maya, Tulum (destino de moda), Holbox, Bacalar; todos románticos, algunos rústicos pero todos muy actuales. En el extranjero muy recomendable y altamente solicitada es la Polinesia Francesa (Bora Bora), un concepto mágico lleno de naturaleza; también esta Hawaii, República Dominicana (Punta Cana), entre otros. Los especialistas de viajes recomiendan viajes de entre 12 a 15 días dependiendo del presupuesto,

menos es poco tiempo y más puede ya salir muy caro; dentro del territorio nacional la luna de miel puede costar aproximadamente \$ 60,000.00 pesos e internacional se puede ir al doble o triple de inversión; tiene mucho que ver la categoría de los servicios que se escojan.

Con respecto a las condiciones de viaje, es importante estar acompañado durante la organización por un agente, ya que guía en todos los momentos que forman la luna de miel y también en protocolos y requerimientos de cada uno de los destinos que se quiere visitar, sobre todo ahora ante la crisis sanitaria.

**Sin duda alguna, un agente de viajes coadyuva a crear la magia del amor.**



AL CONTENIDO

# EL VENUE DE TU PRÓXIMO EVENTO



## VIRTUAL VENUE®

Son tres elementos fundamentales los que un evento "On Line" debe tener, para brindar una experiencia con **impacto** y **memorabilidad**:



### PRESENCIA

En **Virtual Venue** estás realmente presente y comprometido durante el evento. No sólo como espectador de contenido.



### COMUNIDAD

Los asistentes se reúnen por un interés común. Puedes ver, conocer y hablar con otros profesionales a tu alrededor.



### AUTONOMÍA

Tienes la capacidad de elegir a qué sesión asistir y así personalizar tu experiencia, además de la libertad física para moverte y explorar el campus.



Esto y más lo encuentras en **Virtual Venue**.

SOLICITA UNA DEMO: [virtualvenue@creatividad.com](mailto:virtualvenue@creatividad.com)

PLATAFORMA  
OFICIAL DE

ReactivaMéxico  
1a. Expo Virtual  
de la Industria de Reuniones

# EL TURISMO DE ROMANCE EN LA INDUSTRIA DE REUNIONES

— POR: FRANCISCO CACHAFEIRO, PRESIDENTE DE MPI MEXICO CHAPTER\* —

Como ya sabemos, la Industria del Turismo ha sido una de las más afectadas a raíz del surgimiento de la pandemia, pues prácticamente todos los que formamos parte de la cadena de valor nos vimos obligados a pausar nuestras actividades y adaptarnos a los nuevos cambios que se venían.

Sin embargo, el Turismo de Romance se ha mantenido de



pie a lo largo de este tiempo pues, aunque parezca increíble, las bodas no han dejado de llevarse a cabo. Es bien cierto que se han modificado muchos aspectos para que estas se puedan realizar, ya que por lo menos en estos momentos seguiremos sin ver una boda de cientos o miles de invitados. Por el contrario, nos encontramos con que las microbodas son la tendencia actual, en las cuales se puede contar con una gran celebración solo para unas cuantas personas bajo diferentes escenarios.

Aun así, los wedding planners deben de apegarse a los protocolos de bioseguridad establecidos, pues el hecho de realizar celebraciones con pocos asistentes no garantiza que el riesgo de contagio sea nulo. Es importante que los espacios sean de preferencia al aire libre o en caso de tratarse de un espacio cerrado, asegurarse de que sea

lo suficientemente grande para respetar la sana distancia entre los invitados.

¿Y qué decir de las bodas virtuales o híbridas?

Como lo he comentado en ocasiones anteriores, los eventos virtuales llegaron para quedarse y aunque pareciera extraño realizar una boda bajo esta modalidad, se ha convertido en una buena opción para todos aquellos que no desean cancelar o posponer ese día especial.

Se deben cuidar todos los detalles necesarios para ofrecer un día inolvidable. Y bajo este esquema, los recintos de bodas deben tener presente que lo de hoy es contar con una excelente conexión a internet, pues al tratarse de una celebración tan importante lo que se busca es inmortalizar ese día y dado que las circunstancias por el momento no permiten

reunir a todos sus seres queridos lo que desean es contar con su presencia de manera virtual.

Ya sea que se opte por llevar a cabo una celebración pequeña con unos cuantos invitados y retransmitirla posteriormente u organizar un banquete con las medidas de seguridad pertinentes y el aforo permitido contando a su vez con la transmisión en vivo del evento para las personas que no puedan acudir de manera presencial.



Como podemos ver opciones hay, siempre y cuando no se baje la guardia.

En este caso el wedding planner juega un papel muy importante, pues al tratarse de una celebración tan íntima, los asistentes se sienten más en confianza e inconscientemente pueden llegar a ignorar los protocolos de seguridad. Es ahí cuando más se debe estar al pie del cañón y asegurarse de hacer todo lo que esté en las manos del organizador para evitar cualquier riesgo de contagio.



\* FRANCISCO CACHAFEIRO ES SOCIO FUNDADOR DE CORAD EVENT STRATEGIC DESIGNERS PRESIDENTE MPI CAPÍTULO MÉXICO 2020 - 2021.



AL CONTENIDO





# Un gran líder concluyó su gestión al frente del COMIR con grandes logros a pesar del COVID-19

— POR: JOSÉ GARCÍA FRÍAS —

Inmediatamente después de dejar la presidencia del Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR), Jaime Salazar Figueroa, hizo un balance de su gestión al frente del organismo durante el peor periodo para el turismo que se ha registrado en el mundo a causa del COVID-19.

Destacado por ser uno de los grandes líderes de la industria de reuniones que supo enfrentar la adversidad encabezando a uno de los sectores más afectado por la crisis sanitaria, el pasado 23 de abril entregó la estafeta del cargo en manos de Alejandro Ramírez Tabche. Después de tres años en esta trinchera retomará la operación de sus empresas, aunque siempre dispuesto a apoyar y asesorar a sus sucesores, así como a los Presidentes de cualquier otra agrupación.

En entrevista, Salazar Figueroa, comentó: “Me tocó el tema de la pandemia global y eso nos descolocó por completo en todas las actividades turísticas incluyendo la industria de reuniones, sin embargo, han sido tres años de éxitos y muchas frustraciones, que hay que señalar cuando se hace un balance”.

Agregó: “Logramos la consolidación del COMIR dándole personalidad jurídica y patrimonio propios; había buenas intenciones, acciones, objetivos claros y una misión bien trazada, pero faltaba el esqueleto jurídico que le diera certidumbre, incluyendo cuestiones fiscales y laborales. Además, se crearon dos reglamentos importantes, uno enfocado en la admisión de cámaras y asociaciones, y el segundo, centrado en las elecciones para dar claridad en las reglas de juego”.

Explicó que se lograron tres años de solvencia económica, a pesar de la pandemia, cuando se redujeron las cuotas de los socios y de sus eventos, pero gracias a una disciplina de costos y creatividad en generación de ingresos se pudo hacer, y aunque no tiene fines de lucro, requiere de presupuesto para acciones como la representación de los intereses e impulsar una serie de estudios.

Se desarrollaron acciones novedosas, por ejemplo, generar sus propias encuestas que trimestralmente permiten medir el pulso de la industria de reuniones, particularmente durante el año de la crisis sanitaria, y con cifras sólidas y argumentos se plantearon las necesidades de la industria a las autoridades.

También se creó el “Manual de Protocolos de Desinfección para la Nueva Normalidad”, que se actualiza constantemente, además de otros



comparativos de la Ley del IVA para el tema de la Tasa Cero, en México, Estados Unidos y Canadá, en el marco del Tratado de Libre Comercio, logrando hacer un análisis que demuestra que México es el gran perdedor, ya que a un participante internacional en un evento de México, le cuesta 16% más, el IVA,

a diferencia de Estados Unidos y Canadá, lo cual se pudo demostrar y enviar a la Comisión de Hacienda y a la SECTUR, gracias a la solvencia económica del COMIR”.

Otro éxito fue haber iniciado su dirigencia con ocho asociaciones y la está entregando con 16, incluyendo la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara, gracias al reglamento respectivo, siendo un reconocimiento a la gestión de todos en el Consejo en favor de la industria de reuniones.

“Lo más difícil ha sido la frustración, cuando estás viendo como se desmorona la industria de reuniones y tienes oídos sordos de un gobierno federal que no dialoga ni le interesa. En dos años de trabajo con el Secretario de Turismo Federal, me di cuenta que él no es el problema, sino el gobierno de la 4T que impone su agenda sin cambiarle una

coma, entonces no nos escucha y eso para mi ha sido tremendamente difícil, viendo el desempleo, cerrar empresas y a empresarios que han tenido que poner su patrimonio para salir adelante”, enfatizó.

Pero aún en este contexto, se dio la oportunidad de abrir el diálogo con autoridades estatales para resolver problemas de carácter local, “como debió ser siempre, pero no lo entendíamos, al estar acostumbrados a resolver todo con el gobierno federal. Fue una gran lección entender que hay más poderes fácticos que pueden ayudar colaborando conjuntamente, como el trabajo en equipo con Quintana Roo, Los Cabos, Zacatecas, Yucatán y Jalisco, así como Guadalajara”.

Consideró que su mayor logro a nivel personal fue armar un gran equipo dentro del COMIR,

conformado por Presidentes que son empresarios talentosos, y el administrativo, “ahora, Alejandro Ramírez Tabche, un PCO con gran reconocimiento en el mercado, con inteligencia y capacidad de trabajo, estoy seguro que lo va a hacer muy bien, inclusive mejor que yo”.

Precisó que un COMIR tiene que tener visión de largo plazo, ver más allá de esta administración; tendrá retos importantes, como retomar la promoción del país en el extranjero antes de que termine la pandemia, porque después ya perdimos, nos van a ganar otros destinos internacionales.

Además, “tenemos que reposicionar a México, con o sin la SECTUR; ya había un convenio con Grupo CIE para operar el pabellón de México en las principales ferias internacionales que se quedó congelado por



la pandemia, pero como IP con objetivos claros hay que buscar estos esquemas de promoción”.

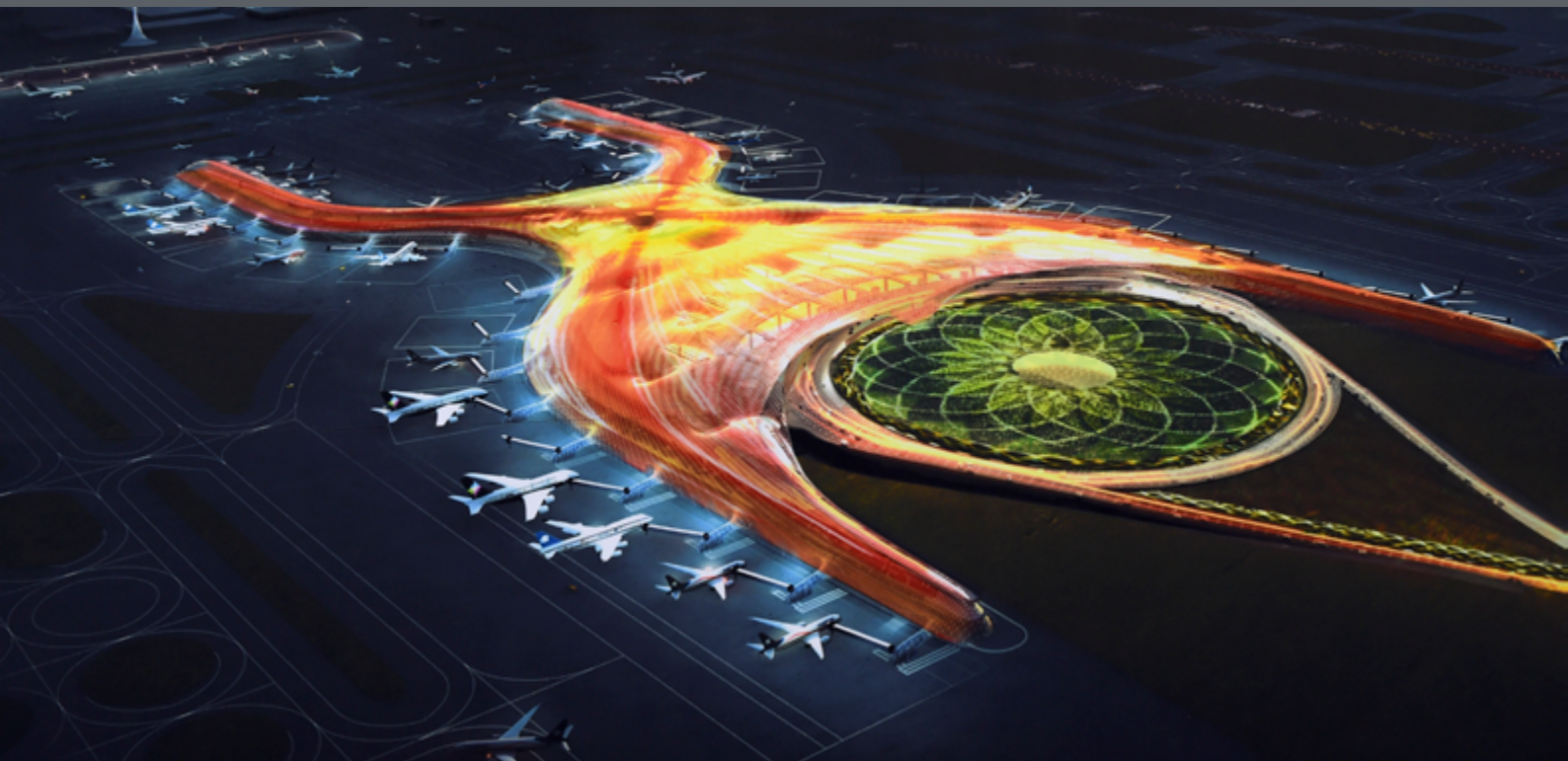
También refirió el dar continuidad a proyectos que no lograron concretarse, entre otros: la Tasa Cero de la Ley del IVA, de lo cual ya hay un avance por parte de la SECTUR; la eliminación del visado para quienes vengan a nuestra reuniones; y desarrollar esquemas de trabajo conjunto con la Secretaría de Economía, que nos permitan tener financiamiento a través de Nacional Financiera y, sobre todo, gestión para poder apoyar a las pymes del sector y volver a echarlas a andar.

Por último, estimó que 2021 será aún más complicado para las empresas de la industria, observando que se va a dar un efecto de consolidación, habrá alianzas y fusiones entre empresas pequeñas, medianas y grandes para

poder aprovechar las sinergias y sortear los retos financieros de corto plazo, pero algunos proveedores más chicos de la cadena de valor no van a poder más, “habrá consolidación y menos jugadores hacia el fin de año”.



AL CONTENIDO



# Monografía de los errores turísticos de la 4T...

— POR: IAN POOT FRANCO\* —

El turismo es una de las actividades más importantes que tiene México, según cifras del INEGI, tan sólo en 2019 aportó el 8.9% del PIB Nacional, además nuestro país se encuentra dentro del top 10 de los países más visitados del mundo, por lo que esta actividad es fundamental para el desarrollo económico.

Sin embargo, durante el desarrollo del presente sexenio el turismo ha sido golpeado varias veces, desde el inicio del mandato se marcó ese desdén, empezando con la desaparición del Consejo de Promoción Turística, fue sin duda el primer batazo hacia el sector. Se ha dicho que es como si Coca-Cola o Pepsi decidiera desaparecer su departamento de marketing y dejar de hacer publicidad. Tenemos la gallina de los huevos de oro, un país con hermosas playas, megadiverso, con casi todos los climas, cenotes, montañas, cientos de Pueblos Mágicos y una gastronomía espectacular, pero sin promoción este motor económico puede desquebrajarse. Estos serían los primeros pasos para desarticular el dinamismo de una industria en la que, según datos del primer trimestre de 2020, existen casi 4,5 millones de puestos de trabajo.

Parece nulo el trabajo de la Secretaría de Turismo, y bastó con ver el vergonzoso stand, que fue denominado por algunos medios de comunicación como “patético”, que presentó nuestro país en la Feria ITB 2019 en Berlín, en donde todos hacen uso de un presupuesto para comercializar sus países. Pero la Secretaría de Turismo, con ese pretexto de austeridad que ha anunciado el gobierno actual con bombo y platillo, mostró ante el mundo un México descolorido y poco atractivo para viajar. Debemos mostrarnos ante el mundo para como una potencia turística, que lo somos. En cambio se muestra el desinterés de la 4T hacía cualquier cosa que no sean sus proyectos prioritarios como la Refinería de Dos Bocas o el Tren Maya.

Otro tema que ha sido marcado por la supuesta austeridad fue el cambio de la página Visit Mexico, la que por varios días dejó de funcionar y mostraba



una leyenda mencionando que existía una suspensión por falta de pago. La página de turismo es sin duda una de las herramientas de promoción más importantes de un país, y México quedaba otra vez en entredicho ante el mundo, mostrándose como un país bananero, mostrando conflictos internos entre proveedores y desarrolladores de dicho website que se concesionó a terceros,

ocasionando este desastre mediático que le dio la vuelta al mundo. Pero la cosa no acaba ahí, ya que la página “restaurada” traía varios errores de traducción, por ejemplo el Estado de Guerrero aparecía como “Warrior” o Tulum como “Jumpsuit” ocasionando nuevamente un escándalo vergonzoso en algo tan básico como hacer una buena traducción de un portal de promoción.

Quizás el problema más grande en temas turísticos y que dejará a México sumido en una deuda tras sexenal y que ha sido el peor error en conectividad turística es la cancelación del Nuevo Aeropuerto de la Ciudad de México (NAIM), que según datos de la Auditoría Superior de la Federación (ASF), el costo de la cancelación será de 113 mil 327.7 millones de pesos, algo así como un FOBAPROA turístico que tardará años en pagarse. Un aeropuerto que resolvería los problemas de conexión turística de

los próximos 100 años, que podría operar una capacidad máxima de 120 millones de pasajeros anuales en su etapa final.

El NAIM iba a ser construido por el mejor arquitecto de aeropuertos, Norman Foster, y en cambio se construye un aeropuerto en Santa Lucía que ha sido criticado por diversas asociaciones como IATA, que declaró inoperante dicho proyecto. Varias aerolíneas, sobrecargos, pilotos, turismólogos se han pronunciado destacando los problemas técnicos que tendría operar tres aeropuertos como lo propone el actual gobierno federal. Pero la necesidad sobrepasa la razón en la 4T, que actúa contra toda lógica, incluso omitiendo que existe un cerro que complica más las operaciones del proyecto Aeroportuario “Felipe Ángeles”.



Y que decir del logo de dicho aeropuerto, una joya a la mediocridad, y otro ejemplo de que la austeridad hace que se realicen cosas de mala calidad, mal hechas y resta competitividad y genera una mala percepción hacia lo hecho en México.

Que podemos decir del Tren Maya, con decenas de ordenes de suspensión de obras, que no contemplo el desastre medio ambiental que generaría en la selva maya y que está demás decir que muy pocos trenes de larga distancia son rentables en el mundo, lo cual nos deja claro que será un proyecto que



tendrá que ser subsidiado, y mientras que el NAIM sería un negocio redondo, este tren representará un gasto para su operación y que además se ha llevado todo el presupuesto de FONATUR, que ha quedado desbancado por querer jugar al trenecito. Cabe mencionar que varios de los constructores de la línea 12 del Metro en donde ocurrió la tragedia en días pasados en Ciudad de México, están a cargo de la obra en el proyecto en la Península de Yucatán.

Todavía no entramos al tema COVID, que si bien golpeo a todo el mundo en diferentes industrias, sobre todo a las de servicios, México ha tenido uno de los peores manejos de la pandemia que desató finalmente con el cierre del turismo con Canadá y otras regiones, mientras otros países avanzan hacia la reactivación del turismo.

Además la rápida vacunación en países desarrollados ha generado un turismo de vacunación y nuestro país muestra un claro rezago y no puede terminar de inocular ni al 20% de su población a la fecha.

En conclusión, no ha sido un sólo golpe al turismo por parte de la actual administración, sino varios batazos directos a la columna vertebral de esta actividad económica, que ha sido azotada por el COVID, y por la visión cerrada de los operadores de esta mal llamada 4T.



\* IAN POOT ES DIRECTOR GENERAL POOT TRAVEL. VIAJERO, PROFESOR UNIVERSITARIO, ESCRITOR, EMPRESARIO Y CONFERENCISTA.



AL CONTENIDO

# *De Romance...* *Mmmmmmmmm*

— POR: EDGAR MORALES "EL CASTOR"\* —



Utilizo la expresión pícaro del “morro del OXXO” que se ha hecho viral en las redes sociales para dar a entender que el segmento de Turismo de Romance tiene astucia, viveza y un poquito de engaño ingenuo, porque sin hacer tanto ruido tiene un potencial liderazgo.

Solo para advertir el empuje de este segmento turístico en México, su valor en el mercado ronda los 320 mil millones de pesos, mientras que la Industria Restaurantera tiene un valor aproximado de 250 mil millones de pesos. En el comparativo luce fuerte, ¿cierto?

El Turismo de Romance no se restringe a Bodas, incluye también los “Family moons”: viajes para recordar aniversarios de matrimonio; “Baby Moons”: descanso que se toma la pareja previa al nacimiento del bebé; “Despedidas de Solteros”, “Viajes de

Compromiso”: para la entrega del anillo que sellará el pacto de casamiento.

Faltaría además; “Renovación de Votos y Aniversarios” son recorridos para avivar la llama del amor; “Viajes de Luna de Miel”; “Bodas Destino” realizar el ritual en un escenario natural; y “Bodas Pop Up” ceremonias que por la pandemia se popularizaron, ya que duran poco y se limita a menos de 15 invitados.

En cualquiera de estos motivos para viajar se invierten de 3 a 7 días, a excepción de la Luna de Miel que puede doblar la suma. Son experiencias donde el gasto regular sube al de los turistas promedio, tan solo cada boda estadounidenses en nuestro país deja una derrama más o menos de 20 mil 800 dólares ¡y se realizan más de medio millón de ellas en México!

Los nuevos tiempos abren las puertas para todos los destinos, porque las recientes generaciones de viajeros (parejas X o Z) no solo desean locaciones en playas (que acaparan más del 90 por ciento del mercado) buscan experiencias en la selva, en el desierto, en comunidades indígenas, que puedan hacer la diferencia a la hora de contar una historia o al subirla a Instagram.



Para el segundo semestre del año con los semáforos sanitarios en verde, que no resulte extraño que la invitación a la boda sea en lunes o martes por la cantidad de ceremonias pospuestas que existen y tampoco será sorprendente que la invitación sea a un cenote en Yucatán, una cueva en la Huasteca Potosina o en una comunidad rarámuri en Chihuahua.

Hay oportunidades para todos, solo hay que estar capacitados y ser creativos.



\* EDGAR MORALES "EL CASTOR"  
ES TRAVELER, CONFERENCISTA  
MOTIVACIONAL INSPIRADO EN VIAJES  
Y ANALISTA EN ALTAVOZ-TURISMO.

 **ELCASTOROFICIAL**





ANUNCIA • REACTIVA • COMPARTE • REPOSICIONA



LA AUDIENCIA MÁS INFLUYENTE DEL TURISMO Y  
LA INDUSTRIA DE REUNIONES ESTÁ EN:

# Panorama *Turístico*

Como tú, otras 14,999 personas están viendo este anuncio, y todos tienen en común la misma pasión.

55 45101116 • [contacto@panoramaturistico.com.mx](mailto:contacto@panoramaturistico.com.mx)