

Análisis del impacto turístico de la organización de bodas en la zona del Caribe

Tourism impact analysis of Caribbean area wedding planning

GLORIA JIMÉNEZ-MARÍN * [gloria_jimenez@us.es]

PEDRO CORREIA ** [pacorreia@staff.uma.pt]

IRENE GARCÍA MEDINA *** [Irene.Garcia2@gcu.ac.uk]

Resumen | Los nuevos tipos de turismo surgidos en el siglo XXI a raíz del cambio de sociedad y la era digital, han llegado a transformar incluso el clásico concepto de contraer matrimonio. La industria turística de 'bodas destino' está despegando a ritmos agigantados alrededor del mundo, siendo un mercado altamente lucrativo para los países receptores. El Caribe despunta como destino favorito de las parejas para celebrar su enlace, ya que cumple con los requisitos exigidos para la celebración del evento. Se alzan como destinos predilectos en la zona del Caribe los países de: México, República Dominicana y Jamaica. La presente investigación se centra en estos tres mercados, siendo el tema principal del trabajo, y enfocándose en comprender el impacto económico, social y turístico que presenta esta industria, en ocasiones muy poco estudiada e incluso devaluada por la sociedad pese a su alto potencial.

Palabras-clave | Bodas, Caribe, comunicación, destino, luna de miel, marketing, turismo

Abstract | New types of tourism that have emerged in the 21st century as a result of the changing society and the digital age have transformed even the classic concept of getting married. The 'destination wedding' tourism industry is taking off at a rapid speed around the world and is a highly lucrative market for host countries. The Caribbean is emerging as a favorite destination for couples to celebrate their nuptials, as it meets the requirements for the celebration of the event. The most popular destinations in the Caribbean are Mexico, Dominican Republic, and Jamaica. This research focuses on these three markets, being the main subject of the work, and focuses on understanding the economic, social, and tourism impact of this industry, which is sometimes little studied and even devalued by society despite its high potential.

Keywords | Caribbean, communication, destination, honeymoon, marketing, tourism, wedding

* **Directora** de ALUMNI US - Asociación de Antiguos Alumnos de la Universidad de Sevilla. **Vicerrectorado** de Análisis y Planificación Estratégica. **Professora Catedrática** da Faculdade de Comunicação da Universidade de Sevilla, Espanha

** **Professor** de Marketing e **investigador** na Universidade da Madeira, Portugal

*** **Professora** de Marketing na Glasgow Caledonian University (Glasgow, Reino Unido)

1. Introducción

Existe infinidad de tipologías en el ámbito turístico que han ido surgiendo y desarrollándose con el paso del tiempo en función de las diferentes motivaciones de los viajeros. Debido a que los viajes giran en torno a un incentivo motivacional, en los últimos años la lista ha ido creciendo en virtud de la evolución, tendencias y desarrollo social, hasta encontrar un sinfín de tipos de turismo en el que es difícil exactamente determinar cuántas tipologías hay.

El turismo de romance es una tipología de viaje surgido por el cambio del concepto de bodas en la mente de las parejas, en el que se abandona el enfoque más tradicional, abarcando perspectivas más novedosas y originales.

El sub-segmento con más mercado, lucrativo y emergente dentro del turismo de romance es el turismo de bodas-destino (Jiménez, 2018; Armenta, 2015), que es el objeto de estudio en este trabajo, en el que el negocio de los matrimonios se define como el tema principal, siendo una industria turística altamente creciente (Jiménez, 2018). En esta línea, el término 'turismo de bodas' suele indicar el flujo de turistas generado por las bodas que se celebran en un destino en el que no viven ni la novia ni el novio (Daniels & Loveless, 2013). El turismo de bodas consiste, pues, en viajar para estar presente con personas significativas y, por tanto, puede calificarse como una forma de turismo para estar con amigos y familiares (Daniels & Loveless 2013). Pero el turismo de bodas no solo consiste en estar en un lugar nuevo, sino también en cumplir con las obligaciones familiares y reproducir las redes sociales (Olwig 2002; Larsen, Urry y Axhausen 2007; Uriely 2010; Obrador 2012).

El mercado del turismo de bodas es un segmento relativamente nuevo, que va ganando terreno respecto a otras tipologías de la industria turística, no encontrándose en la actualidad estudi-

ado en profundidad. Se ve por tanto la necesidad de ahondar sobre el tema tratar y profundizar en una industria que mueve más de 80.000 millones de dólares anuales en el mundo (Sampedro, 2018) de acuerdo a datos del Congreso Anual de Organizadores de Bodas 2016.

Según los datos extraídos de los informe SECTUR (2016), Forbes Advertorial (2017) y los aportados por Jiménez (2018), podemos afirmar que una de las zonas geográficas por excelencia que eligen las parejas para la celebración de su boda se focaliza en la zona del Caribe, en el que países como Costa Rica, República Dominicana, Puerto Rico, Jamaica o Bahamas, se encuentran entre algunos de los países más elegidos; México es el país que encabeza la lista recibiendo el 23% del total de la industria de romance a nivel mundial, según datos de la Secretaría de Turismo de México.

El tema que se investigado se centra en la investigación del desarrollo y celebración de bodas en los diferentes países del Caribe, entendiendo estos como principales destinos para la realización de una boda en un lugar diferente al lugar de residencia de los protagonistas. El objetivo principal de este estudio se centra en analizar el impacto económico, social y turístico de este tipo de eventos en los países del Caribe.

El trabajo está organizado en 3 grandes bloques: por una parte, se presenta una justificación de la elección de objeto de estudio, con los objetivos que se pretenden seguir y alcanzar, junto con la mención de la metodología y fuentes que va a ser utilizada; por otra parte, se analizará el objeto de estudio con un enfoque global, en el que más tarde se llevará a cabo un estudio específico centrándonos en la zona del Caribe. Por último, se destaca el desarrollo de la investigación basado en 3 casos de estudio, que serán los 3 países con mayor demanda y relevancia de turismo de bodas destino del Caribe, plasmando más tarde las conclusiones halladas tras el estudio.

1.1. Impacto económico del turismo de bodas

Desde la década de 1970, impulsado por el creciente consumismo, el individualismo, así como la búsqueda de la perfección nupcial y corporal, el día de la boda ha pasado de ser un ritual, religioso o civil, a un espectáculo cultural moderno en el que el consumidor busca crear una experiencia memorable a medida (Boden, 2003; Carter, 2017). Aunque la necesidad social de casarse está disminuyendo en las sociedades occidentales a medida que se relajan las normas culturales, estos acontecimientos reafirman las tradiciones (Carter y Duncan, 2017). Las tendencias socioculturales y los cambios legales en el Caribe y, en general, en toda Latam, en las últimas décadas han influido en cómo se perciben, construyen y consumen las bodas.

El coste de una boda ha aumentado (Statista, 2019) aunque las bodas religiosas han disminuido. Se hace digno destacar también que la legalización de las uniones civiles para parejas del mismo sexo ha hecho que esto haya propiciado casi 7000 matrimonios entre personas del mismo sexo en 2017 (el 44% eran parejas de hombres y el 56% de mujeres) (ONS, 2020). Además, desde la existencia legal del divorcio, se ha llevado a cabo un número creciente de ceremonias de boda para segundas nupcias. Igualmente, el envejecimiento de la población amplía la demanda de ceremonias de renovación de votos (Major et al., 2010).

En este sentido, el turismo se configura como parte de este proceso, desarrollo y gestión del evento. Así, se configura una nueva tipología de turismo, el denominado turismo de bodas, diferente al de la Honey Moon. El turismo de bodas es en la actualidad un fenómeno con un gran crecimiento, que provoca que, hoy en día, alrededor del 22% de parejas que desean casarse en todo el mundo elijan un destino caribeño para su gran día (Traveltraderibbean, 2018).

La motivación principal de la elección de este tema se debe a una gran predilección personal por

la zona del Caribe unido al apasionante mundo de las bodas, en el que esta combinación hace que sea un tema tanto fascinante, interesante como enriquecedor.

1.2. Objetivos

Partiendo de la importancia a nivel mundial del turismo como actividad económica, se plantea como objetivo principal analizar y estudiar qué es el turismo de bodas y el impacto, tanto económico como turístico, que presentan los países del Caribe respecto al auge de este tipo de turismo en sus destinos. Lo que se pretende conseguir, por tanto, a través de esta investigación teórica es analizar, examinar y estudiar cómo ha influido este nuevo concepto de boda en los diferentes países del Caribe a nivel económico como turístico y/o social, viendo cómo ha ido evolucionando en los últimos años, cómo se encuentra su situación actual y cómo se verá en un futuro.

Objetivos secundarios

- Definir el perfil de turista de bodas-destino
- Definir tanto la evolución en los últimos años, como la situación actual y futura del turismo de bodas-destino en la zona del Caribe
- Investigación y análisis de los principales destinos del Caribe que reciben una mayor demanda del turismo de bodas-destino
- Elección de los mejores destinos del Caribe para la realización de bodas.

2. Marco teórico

2.1. La zona del Caribe

El Caribe es una región geográfica conformada

por el mar Caribe; lo forma un gran listado de países e islas que tocan este mar paradisíaco, en el que destacan países continentales con costas caribeñas e infinidad de islas divididas en: Antillas Mayores, Antillas Menores (islas de sotavento, islas de barlovento e islas ABC) y las islas pertenecientes a las Lucayas (Caribbeanislands, 2019; Association of Caribbean States, 2012). Un total de más de 7000 islas, de ello, 13 países insulares independientes y algunos son dependencia o territorio de ultramar de otras naciones (WorldAtlas, 2016). La región es, pues, la zona formada por el mar Caribe, sus islas y las costas que rodean a este mar, desde el sureste de América del Norte, al este de América Central, desde el oeste de América Insular al norte de América del Sur; en concreto, hablamos del Caribe para hacer alusión a países como: Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Colombia, Costa Rica, Cuba, Dominica, Granada, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Venezuela.

El Caribe se encuentra, a nivel mundial, entre la elección por excelencia del turismo de bodas de playa en el mercado internacional. La intervención de Gobierno por parte de las Secretarías encargadas del turismo en los países pertinentes, junto con el trabajo de las cadenas hoteleras, permite potenciar estas playas como destinos turísticos para concebir el matrimonio. El perfil de contrayentes que viaja al Caribe para celebrar un día tan especial es sus vidas, provienen principalmente de países cercanos geográficamente, como Estados Unidos y Canadá (García, 2018; Caribbeannewsdigital, 2018; Datatur, 2018).

La elección por parte de las parejas en celebrar uno de los días más importantes de su vida en la zona del Caribe se debe, por una parte, a los escenarios y atractivos naturales que presenta esta zona geográfica, apoyado por precios competentes y facilidad de trámites que favorece la

elección de destinos que tocan el Mar Caribe. Por otro lado, los principales destinos caribeños presentan muchas facilidades legales a la hora de concebir matrimonio respecto a otros países del mundo, destacando la no necesidad de vivir en el destino, no estar un largo periodo de tiempo antes de la boda en la isla/costa caribeña, poca burocracia, al igual que los competitivos y originales paquetes turísticos que hacen despreocuparse en gran nivel a las parejas (Publiboda, 2017).

May Abu Jaber, fundador The Wedding Haven, a través The International Wedding Trend Report 2019, subraya que la mayoría de las parejas de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido, optan elegir como destination wedding, algún lugar del Caribe, siendo, por ejemplo, Jamaica, Islas Turcas y Caicos, Bahamas y la República Dominicana los principales destinos para bodas.

Las cadenas hoteleras son parte imprescindible de esto, ampliando y mejorando la variedad de ofertas y paquetes turísticos para amplificar el mercado de celebración de bodas en estas empresas, unido a un marketing publicitario basado en la existencia de que un prominente índice extranjero opta por unir sus vidas en costas paradisíacas (Caribbeannewsdigital, 2018).

De igual modo, las agencias de viajes son otro de los eslabones de gran relevancia que hacen posible el turismo romance en la zona del Caribe. Las agencias se encuentran cada vez más especializadas, debido a la exigencia de las parejas en el mercado, ofreciendo paquetes turísticos completos en concepto de una boda en el Caribe. Se proporciona a los novios precios más competitivos, servicios personalizados, seguridad, comodidad y tranquilidad, gestión de trámites y documentación; todo lujo de detalle para la celebración de su boda en un país extranjero.

Por último, los hoteles y cadenas hoteleras se están saltando el paso de la intermediación con las agencias de viajes, especializándose también en estos eventos especiales, ofreciendo a sus clientes en función de su exigencia los 'paquetes de boda per-

fecto', que incluye muchos de los elementos para que ese día sea impecable

2.2. El turismo nupcial

El turismo es uno de los fenómenos sociales y económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo; unido a su continuo crecimiento durante décadas y siendo determinante para la economía mundial, se ha observado una profunda diversificación en función de las amplias motivaciones que presenta la sociedad, surgiendo una infinidad de tipos de turismo en el que cada vez es más la lista que nos encontramos (OMT, 2018).

El turismo de romance es uno de los tantos tipos de turismo que existen, surge como consecuencia de cómo está cambiando el concepto de bodas en los últimos años, en el que se va alejando lo clásico y tradicional, siendo la originalidad, lo exótico y la personalización lo que va ganando terreno en las parejas. Este tipo de turismo surge debido a un cambio en la motivación de las parejas al casarse, en el que buscan que su boda sea memorable y original, con una experiencia única y mágica a la vez, presentando como opción celebrar su boda en un lugar idílico y determinado (Vital, Rodríguez, Sánchez, Romero & Palma, 2015: 3) distinto a su lugar de residencia.

Además de lo mencionado, entre los factores que han hecho surgir y potenciar este tipo de turismo se asemeja a los referentes del propio turismo como actividad mundial; aumento del poder adquisitivo de los países emisores, estabilidad económica y política, necesidad de conocer diferentes culturas, viajes aéreos más asequibles, mejora de conectividad aérea y terrestre, inversión en mejores infraestructuras y servicios, cambios tecnológicos, nuevos modelos de negocios, mayor facilidad de trámites y documentación, serían los más destacados, entre otros, tal y como podemos extraer de noticias publicadas en diferentes medios (Europapress, 2019; Sampedro, 2018; Gastesi, 2018).

El Turismo de Romance como hoy lo conocemos surge de manera espontánea en el año 2011, cuando se llevan a cabo investigaciones por parte de SECTUR con el objeto de análisis de los nuevos nichos crecientes en el país mexicano. Al percibir que una parte importante de los turistas provenían en concepto de una boda en destino con el impacto económico y turístico pertinente, surge y se define el concepto de Turismo de Romance por parte de la Secretaría de Turismo del Gobierno de México al igual que sus subsegmentos de bodas de destino, Luna de Miel, Despedida de Soltero/a, Family Moments, etc (SECTUR, 2015). Hoy no se encuentra definido por parte de la Organización Mundial de Turismo (OMT) al igual que no se encuentran datos, publicaciones o estadísticas referidos al tema a tratar por parte del organismo internacional.

En los últimos 10 años se ha presentado a nivel mundial gran auge de demanda de este tipo de turismo, como es el turismo de bodas, en el que el estudio realizado por XO Group refleja el aumento exponencial en el número de bodas en destino siendo el 20% del total de bodas en el mundo en el 2009, a 1 de cada 4 bodas (24%) en el 2011, a reflejar en los últimos años más del 25% (Group-Travel, 2018; Love and Lavender, 2017; Breslow, 2019). Una verdadera fuerza en la industria que supone consecuentemente un gran impacto económico, turístico como social en los países receptores.

El subsegmento del turismo de bodas en destino o destination wedding se considera el más demandado y lucrativo dentro del turismo de romance, por lo que es de destacar la importante influencia económica y turística que supone a los países receptores, involucrando a grandes sectores como son el sector hotelero, agencias de viajes o transportes aéreos y terrestres, al igual de un amplio abanico de proveedores como banquetes, floristas, fotógrafos, decoración, músicos, guías, entre otros (Jiménez, 2018; Armenta, 2015).

El turismo de bodas en destino no es un segmento de mercado relativamente nuevo, sino que se trata de un mercado virgen en el que por el

momento no se le ha dado el valor que requiere, viendo la necesidad de una investigación debido a la falta y escasez de estudios fiables sobre el tema a tratar, cuyo potencial puede ser extraviado si no se profesionaliza y se invierte el tiempo que requiere. Debido a la insuficiencia de estudios, el trabajo se sustenta por tanto en recabar datos que permitan consolidar este subsegmento del turismo, destacando la falta de respaldo de autores en este sector debido a la carencia de investigaciones académicas (Vital et al. 2015: 3-4).

El presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV), Jorge Hernández, informó que anualmente, se ha percibido cómo la industria del turismo de bodas ha progresado, al grado que ya existen agencias especializadas en este segmento que ofrecen un sinfín de paquetes para ofrecer un viaje ideal que incluya el avión, iglesia, hotel, invitaciones, transportes, etc (Valadez, 2019). De igual modo, la situación ha requerido que los profesionales se especialicen y surja, cada vez más conocido, el profesional del wedding planner, que puede trabajar por cuenta propia o cada vez son más los hoteles que presentan entre su plantilla profesionales de esta tipología debido a la exigencia del mercado de poder ofrecer el servicio más personalizado y de calidad posible.

2.3. Visión global

El turismo del “sí quiero” es el subsegmento del turismo de bodas que mueve cerca de los 80.000 millones de dólares de acuerdo con datos del Congreso Anual de Organizadores de Bodas para el año 2016 (Sampedro, 2018), representando alrededor del 27% de la industria anual de bodas en el mundo, que genera en total unos 300.000 millones de dólares al año (Breslow, 2019).

Destination Weddings Travel Group es una de las empresas líder a nivel mundial de viajes románticos. Además de la plataforma DestinationWeddings.com, presenta otros dos sitios es-

pecializados en viajes de celebración en todo el mundo: GayDestinationWeddings.com y LuxuriousDestinationWeddings.com. Habiendo trabajado con unas 25.000 parejas y medio millón de invitados en bodas destino durante los últimos diez años, gracias al amplio abanico de profesionales del sector, desde el año 2015 han elaborado un Informe Anual analizando la industria global al igual que sus bodas reales, para ofrecer los últimos puntos destacados, los costos promedios e incluso predicciones futuras.

De acuerdo con el Trend Report 2018, elaborado por Destination Weddings Travel Group, 1 de cada 4 parejas elige tener una boda destino, en el que la mayoría de estas busca una experiencia única e irrepetible junto a sus familiares y amigos. Conforme a este informe, cada año tienen lugar unas 449.000 bodas, siendo el 23% de las bodas realizadas al menos a 300 kilómetros de distancia, donde 9 de cada 10 parejas dicen que el clima es un factor clave en la selección del destino, siendo el 60% de las bodas en destino a nivel nacional y el 40% internacional (Breslow, 2019).

Entre los principales destinos para bodas a nivel internacional destacan (Destino, número de bodas anuales): Las Vegas (80.000), Hawaii (20.000), Islas Vírgenes de los Estados Unidos (5.100), Bali, Tailandia, Jamaica (5.000), Bahamas (4.000), al igual que diversos destinos como el caribe mexicano, Puerto Rico, República Dominicana, Costa Rica o Toscana, Florencia y Malta (Prieto, 2017, Sampedro, 2018; GroupTravel, 2018; Breslow, 2019).

Los destination wedding surge como consecuencia de un mundo cambiante, en el que también lo hacen los estilos de vida generacionales y, debido a ello, hasta las costumbres más tradicionales lo hacen, como es la celebración de una boda. Entre los factores que se toman en cuenta a la hora de elegir el destino entre las parejas, se destacaría: lugares atractivos, de ensueño y únicos, perfecto clima, óptima accesibilidad y facilidad para llegar al destino, alta variedad y calidad de hoteles, junto

a ser un lugar romántico o representativo para las parejas, en el que los lugares preferidos para celebrar las destination wedding es la zona costera (Sumissindie, 2017; Nielsen, 2015; Jiménez, 2018).

El perfil general de los contrayentes de boda en destino presenta una edad media entre 25 y 34 años, en el que el 50% de las parejas inicia el interés en planificar su boda de destino a través de un dispositivo móvil; presentan un alto porcentaje de estudios universitarios en un 70%, un ingreso familiar promedio de \$110.000 anuales, procedentes de principales países como Estados Unidos, Reino Unido, Países Escandinavos o países en el que las celebraciones como las bodas suponen un gran evento social y familiar como India o China (Sampedro, 2018; Torrecilla, 2017: 21; Breslow, 2019; Trend Report 2018 - Destination Weddings Travel Group).

El perfil de los contrayentes está cambiando en los últimos años, por lo que no es posible guiarse por experiencias pasadas y estimaciones, siendo necesario anticiparse a los cambios que están sucediendo. Un nicho de mercado que cada vez se presenta más heterogéneo, por lo que esta industria requiere una profesionalización real y constante para poder ofrecer a los clientes el mejor de los servicios.

El perfil anteriormente descrito se asemeja por completo a la generación conocida como 'Millennials'. Sanya Percic, fundadora de Ellwed Magazine, a través The International Wedding Trend Report 2019, destaca a los Millennials como el perfil de bodas destino: aquel que ama viajar y descubrir nuevos, únicos e 'Instagramables' destinos, aquel que le importa su gran día y compartirlo con los familiares y amigos más cercanos en una localización diferente, original, en la que se sienta a gusto o tenga un significado para él.

La duración mínima de la estancia en destino sería de unos 3 días, siendo entre 3 y 5 días lo más usual; el promedio temporal de planificación de la boda en destino (desde el compromiso hasta el viaje) es de 14 meses; el promedio de asistentes

varía entre los 27 y 60 invitados, siendo la media por lo general de las bodas tradicionales de 141. Se destaca como presupuesto promedio gastado en las bodas de destino en unos \$28.000 (Sampedro, 2018; GroupTravel, 2018; Breslow, 2019; Trend Report 2018 - Destination Weddings Travel Group).

Se hace necesario subrayar que las bodas de destino son una opción muy popular para los matrimonios secundarios, es decir, un tercio de todas las bodas de destino son los segundos matrimonios. Entre las razones de elección destacan los hijos (el 89% de bodas de destino presenta niños en asistencia), la intimidad, búsqueda de un evento diferente, ya se han casado anteriormente de la manera tradicional, entre otros (Group Travel, 2018; Destination Weddings Travel Group, 2018).

En términos económicos, y según datos de SECTUR (2017), los factores a la hora de elegir un destino son: Facilidad de acceso 90%, Accesible (precio) 85%, Atractivo del destino 75%, Variedad de actividades 72%, Variedad y calidad de hoteles 66%, Clima 62%, Hospitalidad 32%, Diversión 16%, Facilidad para organización 8%, y Gastronomía 5%. En esta línea es interesante apuntar los diversos efectos de este tipo de turismo en términos económicos. Así, según Matheson (2018) la predominancia de la cuestión económica es visible básicamente por los resultados a corto plazo de la realización de este tipo de eventos. Estos resultados redundan directamente en las empresas organizadoras, en los paquetes de viajes, en los establecimientos de ocio y restauración y en hoteles. Igualmente, los beneficios económicos recaen en la administración pública, gracias a la recaudación de impuestos y la generación de miles de puestos de trabajo directos e indirectos, cuestión también abordada por Díaz (2017).

De acuerdo con Blake et al. (2003) hay distintas técnicas para estimar los impactos causados por el turismo de bodas: la matriz de insumo-producto, la matriz de cuentas nacionales o el modelo de equilibrio general (CGE). Todos estos mo-

delos presentan como valor de interés la posibilidad de plantear la correlación entre el turismo y los otros sectores de la economía. De acuerdo con la naturaleza de los eventos nupciales, pues, un estudio del impacto económico de un evento se puede dividir en tres fases distintas (Porter, 1999): pre-evento, evento y post-evento. Cada fase tiene su consecuencia económica.

Así, por abordar de manera global algunos datos, durante 2019, el turismo de bodas en países como Surinam supuso un impacto económico del 72%, un 15% más que en 2018; en Puerto Rico, un 69,2% de la economía se mantiene gracias al sector servicios, en particular del turismo. De este porcentaje, casi el 50% se correspondió con el turismo de bodas. Porcentajes similares encontramos en países como México, Jamaica, República Dominicana o Costa Rica (Armenta, 2015). Love México, un evento que promueve este segmento, afirma que diariamente en todo el mundo se celebran 115 mil matrimonios, lo que equivale a casi 42 millones al año (Armenta, 2015).

3. Metodología

Para el desarrollo de este trabajo, de carácter eminentemente analítico, se hace imprescindible acudir a la técnica bibliográfica y documental, basada en la búsqueda, recolección, comparativa y análisis de datos e información sobre el tema de estudio.

Aunque el turismo de bodas no es un concepto relativamente nuevo, todavía no existe su definición en la plataforma de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Se requerirá la búsqueda de diversas fuentes de información, destacando la dificultad de búsqueda, debido a la falta de libros y artículos especializados sobre el tema a tratar; por lo que, desde el punto de vista académico, es escasa la información que se va a poder obtener. Igualmente se destaca la dificultad de encontrar

datos e información actualizados y recientes sobre el tema a tratar.

A causa de ello, se hace necesario la utilización, asimismo, de otro tipo de fuentes de información, como páginas webs, blogs, noticias o artículos publicados, notas de prensa, informes, plataformas, portales oficiales de turismo, tesis doctorales, páginas de hoteles o cadenas hoteleras especializadas en el turismo de bodas de destino, agencias de turismo especializadas en este tipo de turismo, entre otras. Esto permitirá, en una primera instancia, comprender esta nueva tendencia que se encuentra en aumento en los países del Caribe, teniendo una visión global sobre el turismo de bodas, y más tarde ahondar sobre el tema a tratar en los diferentes destinos, pudiendo plasmar un análisis y conclusiones con posterioridad.

4. Desarrollo de la investigación. Casos de estudio

Según Destination Weddings Travel Group a través de su Trend Report 2018, los lugares de bodas destino por excelencia en la zona del Caribe para el 2018 fueron, principalmente, Rivera Maya y Cancún (México), República Dominicana y Jamaica (Donovan, 2018; Caribbeannewsdigital, 2018). Es por ello por lo que centraremos el análisis en estos tres destinos: por ser representativos y por ser los principales destinos dentro de la zona Caribe en su conjunto.

De igual modo, otras fuentes como Tripsavvy, TripsToDiscover o Weddingwire, distinguen los países de México, República Dominicana y Jamaica, entre los mejores y más populares lugares para bodas destino (Breslow, 2019; Dermody, 2018; Forrest, 2018).

Estos destinos ofrecen vistas inmejorables, entornos exuberantes y lugares únicos, que en muchas ocasiones es combinado con la Luna de Miel, en el que los entornos tradicionales a menudo no

pueden ofrecer (Yang, 2019).

Debido a ello, se va a ahondar en una investigación más exhaustiva, aludiendo a estos 3 países que despuntan como destination wedding, siendo predilección entre las parejas para celebrar su boda en el Caribe. Analizamos: México, R. Dominicana y Jamaica.

4.1. México (Quintana Roo)

México se encuentra entre los destinos por excelencia para la celebración de bodas-destino en el que, para el año 2016, este país sería el que recibe el 23% de la demanda de turismo de romance a nivel mundial; un país que se encuentra muy bien posicionado para las bodas destino debido a la alta variedad de playas que ofrece adaptándose a todo tipo de presupuestos (SECTUR, 2016).

El Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) ha sabido actuar en consecuencia, capacitando a prestadores de servicios en temas de innovación de producto turístico y su consecuente comercialización; en el 2014, SECTUR desarrolló una campaña de redes sociales y páginas web para dar a conocer las posibilidades de destino en el país mexicano para el segmento turismo de romance; un gran número de destinos ha recibido cursos de actualización y preparación de cadenas de valor junto con la captación de bodas-destino entre otras acciones (Hosteltur, 2016; SECTUR, 2016). La gestión de la comunicación online de destinos turísticos, en este sentido, se hace imprescindible (Díaz-Luque y Jiménez-Marín, 2013).

Para el año 2018, a través del Reporte Anual elaborado por la Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo (SEDETUR) se destaca los principales países visitantes a este estado: Estados Unidos (3,349,947), Canadá (849,810), Reino Unido (398,757), Argentina (266,344), Colombia (166,920) y España (155,236).

De acuerdo a estos datos, a través del Gobierno del Estado de Quintana Roo (2019), las ce-

lebraciones de bodas y lunas de miel de turistas en destinos como Cancún, Cozumel, Isla Mujeres o Riviera Maya fueron motivo de viaje en un 6.2% de turistas mexicanos, 4.8% de turistas estadounidenses, 3.6% de turistas canadienses, 5.5% de turistas argentinos, 7% de turistas colombianos, 29% de turistas españoles, 5.1% de turistas ingleses, 7.9% de turistas brasileños y 4.9% de turistas rusos.

Según Destination Weddings Travel Group (2018) en México el número medio de invitados de boda en destino ronda los 32; siendo el mes más popular para realizar el viaje en mayo, con un coste medio por persona de \$1,509.

El Gobierno del Estado de Quintana Roo (2019) subraya que este destacado destino turístico a nivel internacional presenta un índice de satisfacción del 98% con un nivel de repetición del 52%. Hoy en día se superan, solo en la zona de Quintana Roo, la prominente cantidad de 25.000 bodas turísticas anuales. La misma fuente menciona que esto no se debe a la mera casualidad, sino que estos resultados fueron producto de la alta promoción que se está realizando por parte del gobernador Carlos Joaquín para impulsar la llegada de este perfil de turistas a destino, rompiendo con la estacionalidad, impulsando la participación de delegaciones quintanarroenses en diversas ferias nacionales e internacionales, como en el año 2018, en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid, España.

Los hoteles en el Caribe de Quintana Roo están altamente preparados y especializados para las bodas destino, proporcionando a las parejas la total coordinación de la boda en sus instalaciones. En función del paquete elegido, los hoteles ofrecen todo tipo de servicios al gusto del cliente, como puede ser amenidades premium, opción de wedding planner, descuentos, Ministro en playa o terraza, equipo de sonido, fogatas en la playa, ramo de novia, fotógrafos, barra libre, fuegos artificiales, música en vivo, maquillaje y peinado para la novia, pastel de boda, late check-out, certificado

de matrimonio, centros de mesas florales, e incluso algunos llegan a ofertar paquetes de luna de miel de cortesía, entre muchos otros detalles.

Haciendo referencia a los requisitos legales en estos destinos para contraer matrimonio civil, se menciona que la documentación necesaria para casarse es muy similar en todos los estados de México, aunque hay que tener en cuenta que cada una de las entidades puede presentar regulaciones propias, como se aprecia en la plataforma bodas.com.mx (Flores, 2019).

4.2. República Dominicana

El Ministerio de Turismo (MITUR) a través de datos oficiales del Banco Central de República Dominicana recibió, en el año 2018, 6 millones y medio de turistas; cifra récord que ha representado un incremento del 6.7 por ciento respecto al año anterior (Rodríguez, 2019). Conforme a los datos de MITUR (2018), “el 60% de los turistas son norteamericanos, seguidos por los europeos (23%). El resto de los mercados emisores de relevancia fueron Sudamérica (20%), Centroamérica y Caribe (4%) y por último Asia”.

The International Wedding Trend Report 2019, realizado por International Academy of Wedding and Event Planning (2019) destaca como principal perfil de parejas de bodas destino en la República Dominicana, provenientes principalmente de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido; subrayando que no ha sido posibles encontrar datos concretos sobre el número de bodas realizado en la isla o el número de parejas que vuelan al destino por tal motivo.

Siendo el segundo país más grande del Caribe, la República Dominicana es conocida por ser uno de los destinos de playa en el Caribe más asequibles. Una ceremonia durante la temporada alta de bodas se alza durante la temporada baja del país, de junio a septiembre, lo que significa vuelos más baratos, tarifas de habitación más baratas

y, a menudo, también un ambiente más tranquilo. Playas de arena blanca con palmeras y vistas al agua turquesa, propiedades con todo incluido en un ambiente de lujo, precios razonables, así como un equipo de coordinación de bodas preparado y dedicado a ayudar en todo momento al cliente, garantiza que la boda de sus sueños se convierta en una realidad (Dermody, 2018).

Según Destination Weddings Travel Group (2018) en la isla de la República Dominicana, el número medio de invitados sería 28 para una boda destino; siendo el mes más popular para la realización de este tipo de bodas julio, con un coste medio por persona de \$969.

Según MITUR (2018), el segmento de turismo de bodas y luna de miel, está siendo uno de los mercados más demandados entre los viajeros. Al igual que México, según noticias publicadas en la página oficial MITUR (2018) del Gobierno dominicano y HOSTELTUR (2018), la República Dominicana basa el éxito del turismo romance en: el continuo desarrollo turístico a través de la mejora y construcción constante de instalaciones, su gran conectividad por el elevado número de aeropuertos internacionales que hace enlazar a la isla con 73 destinos alrededor del mundo, favorable ubicación geográfica en la zona del Caribe, siendo 5 de los 12 puertos especiales para cruceros, la apuesta del gobierno por este tipo de mercado llevando a cabo las acciones competentes, entre otros.

4.3. Jamaica

Jamaica es una nación insular en el Caribe ubicada al sur de Cuba. A diferencia de los otros dos destinos, en Jamaica en vez del español, su idioma oficial es el inglés, por lo que aquí se destaca la mayor facilidad para planificar una boda destino debido a que el principal perfil de turista que viaja por este motivo es de habla inglesa, como Estados Unidos o Canadá, como se ha mencionado en anteriores ocasiones por diversas fuentes. Debido al

elevado número de vuelos directos desde muchas ciudades de los Estados Unidos, se señala la fácil accesibilidad y comodidad de viaje a este destino de bodas del Caribe (Forrest, 2018).

Según Destination Weddings Travel Group, en Jamaica el número medio de invitados es de 27 para una boda destino en el país; en el que el mes más popular para la realización de bodas de este tipo sería mayo; destacando un coste medio por persona \$1,153.

Como en la Revista Caribbean World Travel & Living (Infoturdominicano, 2017), Jamaica es considerada la segunda mejor opción e isla para la celebración de bodas, solo por detrás de la República Dominicana. También fue considerada para el año 2015 en el Informe 2015 sobre tendencias de boda destino por Destination Weddings Travel Group como país líder en celebraciones de boda destino y viajes en el mundo.

Jamaica ha conseguido el récord de turistas internacionales en el 2018 con 4,31 millones de viajeros que visitaron la isla (NOTITUR, 2019). Al igual que el destino estudiado de la República Dominicana, para la isla de Jamaica no ha sido posible encontrar datos fiables del recorrido y auge del turismo de bodas en el destino a mencionar hasta el día de hoy, no siendo posible al igual, plasmar el número de turistas que llegan al destino por el motivo de concebir en matrimonio. Tan solo se ha podido obtener a través de la autora Breslow (2019), que en Jamaica se realizan anualmente 5.000 bodas en concepto de boda destino, no siendo posible contrastarlo con otras fuentes.

Según los prestigiosos premios, WORLD TRAVEL AWARDS, celebrados anualmente, Jamaica ha sido considerado como uno de los mejores destinos de boda en el mundo, ganando el premio World's Leading Wedding Destination en el año 2014, 2016 y 2017, reconociendo al país como destino de bodas líder en el mundo.

En la isla jamaicana, el lugar más destacado para una boda destino sería Negril, es un lugar popular para las bodas destino, destacando un amplio

abanico de complejos turísticos con todo incluido, incluyendo diversas opciones para todo tipo de perfiles; diversas fuentes señalan que la playa 'Seven Mile Beach' alberga más bodas que cualquier otra del Caribe, aunque no se han podido encontrar datos contrastados (O'Shea, 2018; Dermody, 2018).

Al igual que los anteriores casos de estudio, en Jamaica también se encuentran una gran variedad de hoteles especializados en ofrecer un servicio de bodas junto con profesionales del sector que se asegurarán de que ese día sea una experiencia despreocupada y memorable. En función del presupuesto, cada resort ofrece un paquete variado de bodas, ofreciendo la posibilidad de agregar cualquier solicitud adicional para que su celebración sea lo más especial y personal posible.

5. Resultados

5.1. La economía

Para la mayoría de los países desarrollados, el turismo aporta una parte importante del Producto Interior Bruto a la economía, pero el salto cualitativo de aprovechar el turismo como servicio motor lo protagonizaron los países de renta media de Europa, que aprovecharon el potencial de desarrollo económico al que podía contribuir el turismo extranjero. El desarrollo del turismo llegó a verse como un medio para ganar divisas y, por tanto, ayudar a la balanza de pagos. Esto, descubierto el potencial de sol, infraestructuras, gestión de variable precio unido a una elevada calidad en el servicio ha hecho que determinados países, como los estudiados, se hayan decantado por el turismo de boda como industria económica.

Sin embargo, no hay que suponer que los beneficios para todas las economías sean uniformes. La cantidad de divisas emitidas, por ejemplo, depende de las fugas de la economía. Éstas varían en función del tamaño y la capacidad productiva de la

economía. Y, del mismo modo, los beneficios no son uniformes dentro de un mismo país, pues las cifras son el efecto agregado del nivel total de turismo dentro de este y variarán también en función del producto que se ofrezca. Además, el valor de cualquier moneda turística dependerá de la cantidad de esa cuantía que se quede en el país frente a la que salga (por ejemplo, hospedándose en hoteles de empresas nacionales o extranjeras), con lo que el beneficio para la economía local puede reducirse considerablemente en caso de que vaya a empresa foránea. Esta situación se agrava si la población local empieza a comprar los productos importados que compran los turistas.

El turismo del “sí quiero”, el subsegmento del turismo de bodas mueve cerca de los 80.000 millones de dólares anuales en el mundo

- El mercado de turismo de bodas destino representa alrededor del 27% de la industria anual de bodas en el mundo, generando unos 300.000 millones de dólares al año
- Alrededor del 22% de parejas que desean casarse en todo el mundo eligen un destino caribeño para su gran día
- Aumento exponencial del total de bodas destino en el mundo en los últimos años: 20% del total de bodas en el mundo en el 2009, a 1 de cada 4 bodas (24%) en el 2011, a reflejar en los últimos años más del 25%
- 1 de cada 4 parejas elige tener una boda destino
- Cada año tienen lugar unas 449.000 bodas de destino, siendo el 23% de las bodas realizadas al menos a 300 kilómetros de distancia
- 9 de cada 10 parejas dicen que el clima es un factor clave en la selección del destino, siendo el 60% de las bodas en destino a nivel nacional y el 40% internacional
- El perfil general de los contrayentes de boda en destino presenta una edad media

entre 25 y 34 años, en el que el 50% de las parejas inicia el interés en planificar su boda de destino a través de un dispositivo móvil

- El perfil general presentan un alto porcentaje de estudios universitarios en un 70% y un ingreso familiar promedio de \$110.000 anuales
- La duración mínima de la estancia en destino sería de unos 3 días, siendo entre 3 y 5 días lo más usual
- El promedio temporal de planificación de la boda en destino (desde el compromiso hasta el viaje) es de 14 meses
- El promedio de asistentes varía entre los 27 y 60 invitados, siendo la media por lo general de las bodas tradicionales de 141
- Se destaca como presupuesto promedio gastado en las bodas de destino en unos \$28.000
- El 89% de bodas de destino presenta niños en asistencia

La conexión entre el turismo nupcial y el componente económico viene determinada por el aumento de viajeros a las zonas y por la generación de empleo vinculado este sector. Así, los resultados económicos de esta actividad pueden comprobarse en los diferentes datos arrojados por agencias de viajes, oficinas de turismo y sectores económicos vinculados a este tipo de turismo. De esta manera, concretando por países podemos establecer que:

- El país de México encabeza la lista en este sector recibiendo el 23% del total de la industria de romance a nivel mundial para el 2016. Así, destacamos los siguientes datos:

El Estado de Quintana Roo presenta, como destino turístico de bodas a nivel internacional, un índice de satisfacción

del 98% con un nivel de repetición del 52%

- Se superan, solo en la zona de Quintana Roo, la cantidad de 25.000 bodas turísticas anuales, recibiendo ganancias entre los 10.000 y 65.000 dólares.
- Destinos como Cancún y Riviera Maya han percibido un aumento exponencial registrando 12.000 bodas de destino para 2014, 15.000 para el 2015, continuando para el año siguiente en 18.000 y cerrando, en este último año, en 25.000 bodas turísticas.
- En México el número medio de invitados de boda en destino ronda los 32; siendo el mes más popular para realizar el viaje en mayo, con un coste medio por persona de \$1,509

- En República Dominicana, el segundo país en ingresos relacionados con este tipo de turismo, encontramos que (Gómez, 2019):

- El número medio de invitados sería 28 para una boda destino; siendo el mes más popular para la realización de este tipo de bodas julio, con un coste medio por persona de \$969.
- El presupuesto medio a invertir en la celebración ronda los US\$20,000, para un promedio de 150 a 200 personas. Una recepción sencilla ronda en los US\$10,000.
- En 2018 se realizaron unos 50,057 matrimonios, según los datos de la Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana (ONE); más del 50% correspondieron a bodas turísticas.
- El Banco Central estimó que en para 2019 el gasto promedio de un turista era de US\$139.40, unos US\$8.27 por noche.

- En Jamaica se observa que (Hosteltur Latam, 2020):

- El coste medio por persona de un evento de turismo nupcial supone \$1,153.
- El sector turístico en Jamaica ganó US\$ 3.700 millones durante 2019, unos US\$ 500 millones más que en 2018.
- El crecimiento paulatino de la economía asociada a este tipo de eventos viene siendo de entre el 9-14% anualmente.
- Del turismo que viene a contraer nupcias en Cancún, estimó que un 80 % es norteamericano y un 20% nacional.
- Jamaica Travel Board fue declarada la Oficina de Turismo más Destacada del Caribe por los World Travel Awards (WTA) por trece años consecutivos, de 2006 a 2019, debido, entre otras, al aumento y calidad de las bodas de destino.
- El sector del crucero y el turismo en países colindantes también se ve mejorado e influido de manera tangencial.

5.2. El empleo

Igualmente, la provisión de empleo está directamente relacionada con la expansión de la economía local. Y aquí comienza un debate sobre la relevancia de lo que constituye exactamente la industria del turismo (Leiper 1979, Pizam 1982) pues, si bien es cierto que el turismo aumenta la demanda en otros sectores, como la agropecuaria (Telfer y Wall 1996) y la artesanía (Parnwell 1993), también es cierto que esto dependerá de la ubicación de los turistas, el tipo de turistas que los visitan y la forma de desarrollo turístico.

Y, ciertamente, el turismo de bodas en el Caribe proporciona empleo, como se ha visto en los datos, sobre todo en zonas con poca industria, ya que los turistas preferían visitar zonas poco industriales y más paraísos, zonas vírgenes o infraestructuras arquitectónicas y equipamientos en pueblos y ciudades. Además, tal y como ya señalaban Edwards y Cleverdon (1982), los beneficios del turismo, en el caso estudiado, internacional aporta:

- a) Divisas
- b) Altas elasticidades de precios e ingresos
- c) Proveedor de empleo
- d) Diversificación
- e) Compensación de diferencias regionales en materia de empleo e ingresos
- f) Posibilidad de que el sector turístico demande otros bienes y servicios
- g) Aumento de los ingresos del gobierno a través de los impuestos;
- h) Fomento de inversión extranjera en otros sectores de la economía como resultado de una imagen internacional mejorada y más destacada.

El aumento del nivel de empleo también se consideró uno de los factores clave para el desarrollo del turismo. El empleo se da en una serie de industrias de servicios, desde hoteles y restaurantes hasta el transporte y los comercios minoristas (Ikeda & Collison 1990). Porque el turismo tiene un elevado coeficiente multiplicador de empleo. Un complejo turístico proporcionará, por ejemplo, puestos de trabajo periféricos en sectores como la agricultura, la ganadería o servicios complementarios como la propia limpieza o gastronomía.

5.3. La formación

Además, el nivel de formación sube: algunos estudios añaden que los trabajadores del sector turístico tienden a estar mejor formados que la media nacional y estarían mejor empleados, desde el punto de vista nacional, en otros sectores de la economía (Esh & Rosenblum, 1975). El resultado real resultado depende probablemente del nivel de desarrollo del destino y de la propiedad de las distintas instalaciones, lo que viene observándose en las referencias caribeñas estudiadas. De hecho, algunos de estos países han pasado, gracias al turismo, de ser países subdesarrollados a países en vías de desarrollo para, posteriormente, ser países desarrollados.

5.4. Impacto social

La mayoría de los primeros análisis de los beneficios económicos del turismo se concentraron en las ventajas macroeconómicas. Sin embargo, en el ámbito local, las repercusiones del turismo han tendido a concentrarse en el aspecto sociocultural del desarrollo. Así, muchos estudios previos sostienen que el turismo transforma la cultura (Greenwood, 1972, 1989; Lafant & Grabum, 1994; Turner & Ash 1975), lo que podría describirse como un cambio estructural en la sociedad.

En el plano social, esto se observa cuando no solo cambian las actividades económicas propiamente dichas, sino también las razones, casi antropológicas, de dichas actividades. Así, la mercantilización de servicios asociada al turismo de bodas ha quedado patente, pues las relaciones causales que conllevan el prestar un determinado servicio trae, como consecuencia, otras conclusiones: por un lado, se observa una posible pérdida de técnicas tradicionales tanto de pesca marítima, como en la realización de gastronomía tradicional, pues hay serias diferencias entre abastecer a la población local y hacerlos a las oleadas de turistas puntuales

que llegan a los territorios. Ello provoca, a su vez, la adquisición de nueva maquinaria y combustible que, consigo, acarrearán pérdida de la tradición.

Por otra parte, la construcción de hoteles, estructuras arquitectónicas que transforman el paisaje, también queda en la geografía. Y, con ello, la necesidad de nuevos vehículos.

Además, las nuevas formas de formas de actividad económica pueden cambiar cuando aumenta el contacto con otras sociedades, teniendo en esta semi globalización una causa de desarrollo económico-social y, con esto, mejoras en su estilo de vida que pueden obtenerse, también, a través del comercio.

6. Discusión, conclusiones y recomendaciones futuras

A la luz de los datos obtenidos podemos afirmar que el Turismo de Romance, como hoy lo conocemos, surge de manera espontánea en el año 2011, cuando se llevan a cabo investigaciones por parte de SECTUR con el objeto de análisis de los nuevos nichos crecientes en el país de México.

El subsegmento con más mercado, emergente y lucrativo dentro del turismo de romance es el turismo de bodas destino; una industria turística altamente creciente en la última década, destacando la importante influencia económica y turística que supone a los países receptores, involucrando a grandes sectores, en el que va ganando terreno respecto a otras tipologías de la industria turística, no encontrándose en la actualidad estudiado en profundidad.

El turismo de bodas destino surge como consecuencia de un mundo cambiante, en el que también lo hacen los estilos de vida generacionales y, debido a ello, hasta las costumbres más tradicionales lo hacen, como es la celebración de una boda, destacando como principal perfil de novios a los conocidos como Millenials.

En búsqueda de que la boda sea íntima, memorable, exótica y original, entre los factores que se toman en cuenta a la hora de elegir el destino entre las parejas se destaca, lugares atractivos, de ensueño y únicos, perfecto clima, óptima accesibilidad, alta variedad y calidad de hoteles, siendo preferente en los destination wedding la zona costera, por lo que la zona del Caribe destaca especialmente en este aspecto.

El Caribe se encuentra a nivel mundial, entre la elección por excelencia del turismo de bodas de playa en el mercado internacional, debido a la diferencia significativa entre los costos de bodas nacionales y de destino. La boda destino es mucho más barata, principalmente debido a un número notablemente menor de invitados.

El mercado de los destination wedding en la zona del Caribe ha sido tal su crecimiento debido a diversos eslabones, destacando acciones por parte de los gobiernos pertinentes, amplia oferta de servicios e infraestructura, hoteles altamente preparados para una boda destino, precios competentes, facilidades legales, alta accesibilidad al destino, junto con lugares únicos y paradisíacos, que en muchas ocasiones es combinado con la Luna de Miel, en el que los entornos tradicionales a menudo no pueden ofrecer.

Los destinos de México, República Dominicana y Jamaica, presentan todas estas características en el que, tras la investigación, son considerados los lugares de bodas en destino por excelencia en la zona del Caribe. Todos presentan ciertas características como las mencionadas que las hacen destacar dentro de este segmento de mercado. Al igual, los 3 destinos presentan el factor 3S (sun, sea and sand), que es conocido como uno de los más deseables por las parejas.

República Dominicana es el destino de playa en el Caribe más económico y asequible en cuanto al turismo de bodas destino, en el que le sigue Jamaica y, por último, se encontraría México. Se destaca a México como el país que ha elaborado un excelente trabajo respecto a las bodas destino, sa-

biendo posicionar al país internacionalmente como un lugar ideal para la organización y celebración de su boda.

México tras la investigación es, por tanto, el país donde más número de bodas destino se realizan en la zona del Caribe, superando en gran medida a los otros dos destinos analizados y el país mejor preparado para el turismo de bodas en destino dentro del Caribe y a nivel mundial, ya que en función de la información analizada, representa casi una cuarta parte de la industria de romance a nivel mundial, debido a la alta capacitación de prestadores de servicios, proveedores, innovación en producto turístico y su óptima comercialización.

Se ha apreciado para el destino de México la mayor facilidad de búsqueda de datos relevantes en la investigación, tanto de la evolución en esta industria del turismo de bodas, como información de las óptimas previsiones futuras para el año 2019 y los próximos años, no siendo el mismo caso para los destinos de República Dominicana y Jamaica en el que se destaca la falta de intervención y estudios por parte del Gobierno o empresas; por lo que a nivel general se requiere un mayor apoyo de estudios que solidifiquen esta industria.

Por último, en cuanto a previsiones futuras, y debido a la situación mundial con la pandemia COVID 19, el segmento de bodas de destino se ofrece como una alternativa segura en países donde hay menos riesgo de pandemia, con test PCR a la llegada, lo cual podría contribuir al surgimiento de nuevas tendencias. A resaltar la nueva oferta digital para preparar todos los detalles nupciales online. Del mismo modo este segmento presenta un gran potencial para los próximos 10 años, debido al crecimiento en el índice de las generaciones denominadas “Milleniums” y “Net Generation”.

Como limitaciones del estudio, se ha de señalar, por un lado, la gran dificultad de búsqueda de autores a nivel académico, siendo en ocasiones inexistente libros o artículos académicos referentes al tema a tratar como es el turismo de bodas en la zona del Caribe. Por otro lado, se subraya la difi-

cultad de plasmar información relativamente nueva o actualizada sobre el tema que nos concierne, en el que se ha intentado que los datos fueran de hace dos años en adelante para conocer la situación real y actual, que en muchas ocasiones ha sido difícil de conseguir. Por tanto, es un verdadero reto plasmar información académica, contrastada y actualizada sobre el objeto de estudio.

Como futuras líneas de investigación planteamos el interés en conocer en los distintos territorios objeto de estudio la evolución del turismo nupcial, así como los efectos sobre los distintos agentes implicados: hoteles, fotógrafos, floristerías, catering, agencias de viajes, organizadores de eventos, etc., También sería interesante analizar la evolución del perfil del turista, y cómo repercute, económicamente, en la creación de puestos de trabajo vinculados a este sector.

Referencias bibliográficas

- ABC Viajes. (2016). República Dominicana, bodas de película. ABC Viajes. Recuperado el 13 de mayo de 2019 de https://www.abcviajes.com/turismo/república_dominicana_bodas_de_pelicula.php
- Armenta, G. (2015). Turismo y bodas, un matrimonio perfecto. El Financiero. Recuperado el 18 de abril de 2019 de <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/gustavo-armenta/turismo-y-bodas-un-matrimonio-perfecto>
- Association of Caribbean States [ACS-AEC]. (2012). Miembros y Miembros asociados | ACS-AEC. Recuperado el 21 de abril de 2019 de <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sobre/estados-miembros-y-asociados>
- Blake, A., Sinclair, M. T. & Sugiarto, G. (2003). “Tourism and globalization – Economic impact in Indonesia”, *Annals of Tourism Research*, 30(3): 683-701
- BodaVintage. (2014). Casarse en las Bahamas. BodaVintage. Recuperado el 17 de mayo de 2019 de <https://www.bodavintage.com/component/k2/item/288-casarse-en-las-bahamas.html>
- Boden, S. (2003). *Consumerism, romance and the wedding experience*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Boletín turístico. (2018). The Weddings Guide To Mexico. Top Romantic Destinations. Boletín turístico. Recuperado el 24 de mayo de 2019 de https://issuu.com/boletinturistico/docs/the_weddings_guide_to_mexico_18
- Breslow, S. (2019). Wedding Statistics and Honeymoon Facts & Figures. Tripsavvy. Recuperado el 15 de abril de 2019 de <https://www.tripsavvy.com/wedding-statistics-and-honeymoon-facts-1860546>
- Canalis, X. (2015). Tendencias: el turismo de bodas llega a las playas españolas. HOSTELTUR. Recuperado el 21 de abril de 2019 de https://www.hosteltur.com/112342_tendencias-turismo-bodas-llega-playas-espanolas.html
- Canché, P. (2019). Incrementa turismo de bodas en la Riviera Maya y Cancún. Quintana Roo: Noticiaspedrocanche. Recuperado el 24 de mayo de 2019 de <https://noticiaspedrocanche.com/2019/04/10/incrementa-turismo-de-bodas-en-la-riviera-maya-y-cancun/>
- Caribbean News Digital. (2018). Di que sí en una playa. Caribbean News Digital. Recuperado el 5 de mayo de 2019 de <https://www.caribbeannewsdigital.com/es/noticia/di-que-si-en-una-playa>
- Caribbeanislands. (2019). Las islas del Caribe. Caribbeanislands. Recuperado el 5 de mayo de 2019 de <https://www.caribbeanislands.com/es/>
- Carter, J. (2017). Why marry? The role of tradition in women's marital aspiration. *Sociological Research Online*, 22 (1) (2017), pp. 1-14
- Carter, J. & Duncan, S. (2017). Wedding paradoxes: Individualized conformity and the 'perfect day'. *The Sociological Review*, 65(1) (2017), pp. 3-20
- Celis, F. (2017). México ha ganado atractivo para el turismo de romance: Hyatt. Forbes. Recuperado el 24 de abril de 2019 de <https://www.forbes.com.mx/mexico-ha-ganado-atractivo-para-el-turismo-de-romance-hyatt/>
- Conexo. (2016). El turismo de bodas, con alto potencial de crecimiento. NEXOTUR. Recuperado el 21 de abril de 2019 de <http://www.nexotur.com/noticia/86695/CONEXO/El-turismo-de-bodas-con-alto-potencial-de-crecimiento.html>
- Daniels, M. & Loveless, C. (2013). *Wedding Planning and Management: Consultancy for Diverse Clients*. London: Routledge.
- DATATUR. (2018). Resultados de la Actividad Turística enero 2018. Secretaría de Turismo – SECTUR. Recuperado el 6 de mayo de 2019 de [https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2018-01\(ES\).pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2018-01(ES).pdf)
- Dermody, K. (2018). 18 Top Destinations for a Beach Wedding. Tripstodiscover. Recuperado el 17 de mayo de 2019 de <https://www.tripstodiscover.com/18-top-destinations-for-a-beach-wedding/4/>
- Destination Weddings Travel Group (2018). Jamaica Destination Weddings. Destination Weddings Travel Group. Recuperado el 21 de mayo de 2019 de <https://www.destinationweddings.com/Destinations/Caribbean/Jamaica.aspx>
- Destination Weddings Travel Group (2018). Mexico: Cancun Destination Weddings. Destination Weddings Travel Group. Recuperado el 21 de mayo de 2019 de <https://www.destinationweddings.com/Destinations/Mexico/Cancun.aspx>
- Díaz, L. G. (2017). Por qué casarse en el extranjero está de moda. Iberostar. Recuperado el 17 de mayo de 2020 de <https://www.iberostar.com/inspiration-guide/lifestyle/bodas-casarse-extranjero-esta-moda/#>
- Díaz-Luque, P. & Jiménez-Marín, G. (2013). La web como herramienta de comunicación y distribución de destinos turísticos. *Análisis y modelos. Questiones publicitarias*, 18(1), pp. 39-55.
- Donovan, E. (2019). 10 Hottest Wedding Destinations of 2018. The Knot. Recuperado el 21 de abril de 2019 de <https://www.theknot.com/content/popular-destination-wedding-locations>
- DWP CONGRESS (s.f.). Destination Wedding Planners. Recuperado el 13 de abril de 2019 de <http://www.destinationweddingcongress.com/>
- Edwards, A. & Cleverdon, R. (1982) *International Tourism to 1990*. Cambridge, Mass., Economics Intelligence Unit, Abt Books.
- El Gobierno del Estado de Quintana Roo (2019). Bodas, Romance y Lunas De Miel motivan cada año a miles de parejas a visitar Quintana Roo. Gobierno del Estado de Quintana Roo. Recuperado el 12 de abril de 2019 de <https://qroo.gob.mx/qroo/bodas-romance-y-lunas-de-miel-motivan-cada-ano-miles-de-parejas-visitar-quintana-roo>
- Esh, T. & Rosenblum, I. (1975). *Tourism in developing countries. Trick 01' treat?* Upsala, Scandinavian Institute of African Studies.

- Espinoza, V. (2017). [GALERÍA] Aruba: Un destino para el romance, bodas y lunas de miel. M360. Recuperado el 21 de mayo de 2019 de <https://www.m360.cl/noticias/lifestyle/destinos/galeria-aruba-un-destino-para-el-romance-bodas-y-lunas-de-miel/2017-07-20/185829.html>
- Europapress (2019). El turismo mundial crece un 6% en 2018: suma ya 1.400 millones de viajeros dos años antes. Europapress. Recuperado el 20 de abril de 2019 de <https://www.europapress.es/turismo/mundo/noticia-turismo-mundial-crecio-2018-sumo-1400-millones-viajeros-todo-mundo-20190121132859.html>
- Flores, E. (2019). ¿Qué trámites se necesitan para casarse en Quintana Roo? Bodas.com.mx. Recuperado el 24 de mayo de 2019 de <https://www.bodas.com.mx/articulos/tramites-para-matrimonio-civil-en-quintana-roo-cancun-mexico-c7815>
- Forbes Advertorial. (2017). 5 empresas que están revolucionando el mundo de las bodas. Forbes. Recuperado el 21 de abril de 2019 de <https://www.forbes.com.mx/5-empresas-que-estan-revolucionando-el-mundo-de-las-bodas/>
- Forrest, K. (2018). 10 Caribbean Destination Wedding Locations for the Ultimate Island Event. Weddingwire. Recuperado el 21 de mayo de 2019 de <https://www.weddingwire.com/wedding-ideas/caribbean-destination-wedding>
- Forrest, K. (2018). 10 Caribbean Destination Wedding Locations for the Ultimate Island Event. Weddingwire. Recuperado el 3 de junio de 2019 de <https://www.weddingwire.com/wedding-ideas/caribbean-destination-wedding>
- From Bahamas With Love – Bahamas. (2019). From Bahamas With Love. Bahamas. Recuperado el 17 de mayo de 2019 de <https://www.bahamas.com/bahamas-love>
- García, I. (2019). Tipos de Turismo: La mayor lista de internet. Proyectoamigo. Recuperado el 13 de abril de 2019 de <https://www.proyectoamigo.com/tipos-de-turismo/>
- García, P. (2018). El filón turístico del 'sí, quiero'. La Verdad. Recuperado el 5 de mayo de 2019 de <https://www.laverdad.es/murcia/filon-turistico-quiero-20180826005158-nt.html>
- Gastesi, A. (2018). El sector turístico prevé moderar el crecimiento en 2018. Barcelona: La Vanguardia. Recuperado el 17 de mayo de 2019 de <https://www.lavanguardia.com/economia/20180121/44134352352/turismo-crecimiento-limitado-2018.html>
- Gómez, D. (2019). Turismo de bodas potencia a República Dominicana como un destino cotizado. El dinero. Recuperado el 23 de octubre de 2020 de <https://www.eldinero.com.do/94888/turismo-de-bodas-potencia-a-republica-dominicana-como-un-destino-cotizado/>
- Greenwood, D. J. (1972). Tourism as an agent of change in a Spanish Basque case. *Ethnology*, 11, pp. 80-91.
- Grouptravel. (2019). Surprising Destination Wedding Statistics (And How They Affect You). GroupTravel.org. Recuperado el 27 de abril de 2019 de <http://grouptravel.org/destination-wedding/surprising-destination-wedding-statistics-and-how-they-affect-you/>
- Hosteltur Latam (2020). El turismo en Jamaica generó US\$ 3.700 millones en 2019. Recuperado el 20 de septiembre de 2020 de <https://www.hosteltur.com/lat/133936-el-turismo-en-jamaica-genero-us-3700-millones-en-2019.html>
- Hosteltur. (2018). República Dominicana, primer lugar en conectividad entre islas del mundo. Hosteltur. Recuperado el 31 de mayo de 2019 de <https://www.hosteltur.com/lat/182100-republica-dominicana-primer-lugar-conectividad-islas-mundo.html>
- Hosteltur. (2016). México concentra el 23% del turismo de romance del mundo. HOSTELTUR. Recuperado el 24 de abril de 2019 de <https://www.hosteltur.com/lat/187100-mexico-concentra-23-turismo-romance-mundo.html>
- Ikeda, G. & Collison, F. (1990). Pacific Islands Tourism Case Studies: Regional Sununmy. Manoa, Ha, East-West Center, Pacific Islands Development Program.
- Infoturdominicano. (2017). Rep. Dominicana seleccionada por Revista Caribbean World Travel & Living como mejor destino de bodas del Caribe. Infoturdominicano. Recuperado el 31 de mayo de 2019 de <https://infoturdominicano.com/rd/?p=37536>
- Infoturdominicano. (2019). USA Today: República Dominicana entre los destinos más económicos para visitar en la región del Caribe. Infoturdominicano. Recuperado el 31 de mayo de 2019 de <https://infoturdominicano.com/rd/?p=47037>
- Jiménez, G. (2018). TURISMO DE ROMANCE. Industria de reuniones. Recuperado el 14 de abril de 2019 de <https://industriadereuniones.com/turismo-de-romance/>

- JTB. (2012). La Oficina de Turismo de Jamaica ofrece concierge para bodas y lunas de miel. Jamaicamia. Recuperado el 31 de mayo de 2019 de <https://www.jamaicamia.com/2012/03/la-oficina-de-turismo-de-jamaica-ofrece-concierge-para-bodas-y-lunas-de-miel/>
- JTB. (2015). DESCUBRA LAS TENDENCIAS EN BODAS DE DESTINO Y LUNAS DE MIEL EN LA EXPO BODAS JAMAICA 2015. Jamaicamia. Recuperado el 31 de mayo de 2019 de <https://www.jamaicamia.com/2015/09/descubra-las-tendencias-en-bodas-de-destino-y-lunas-de-miel-en-la-expo-bodas-jamaica-2015/>
- Larsen, J.; Urry, J. & Axhausen, K. W. (2007). "Networks and Tourism. Mobile Social Life. *Annals of Tourism Research*, 34(1): 244-262. doi: 10.1016/j.annals.2006.08.002
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6, pp390-407.
- Londoño, C. (2015). 10 tipos de turismo muy extraños que seguro no conocías. Recuperado el 7 de abril de 2019 de <http://www.upsocl.com/viajes/10-tipos-de-turismo-muy-extranos-que-seguro-no-conocias/>
- López, X. (2017). Los 19 mejores hoteles para bodas en Cancún y la Riviera Maya: ¡Cásate en el caribe mexicano! Zanky. Recuperado el 21 de mayo de 2019 de <https://www.zanky.com.mx/p/los-mejores-hoteles-para-una-boda-en-la-riviera-maya-casate-en-el-paraiso>
- Love and Lavender. (2017). How to Successfully Plan A Destination Wedding. Love and Lavender. Recuperado el 15 de abril de 2019 de <https://www.loveandlavender.com/2014/09/successfully-plan-destination-wedding/>
- Lyonnet, J. (2015). Puerto Rico se posiciona como uno de los mejores destinos internacionales para bodas LGBT. HOSTELTUR. Recuperado el 21 de abril de 2019 de https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/118070_puerto-rico-se-posiciona-como-uno-mejores-destinos-internacionales-bodas-lgbt.html
- Major, B., McLeay, F. & Waine, D. (2010). Perfect weddings abroad. *Journal of Vacation Marketing*, 16(3), pp. 249-262
- Martínez, O. (2019). Crece 7% las bodas de destino en la Riviera Maya. PLAYA DEL CARMEN, Q. Roo: Sipse. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de <https://sipse.com/novedades/riviera-maya-turismo-bodas-destino-parejas-extranjeros-playa-329146.html>
- Matheson, A. (2018) "An examination of nuptial events & tourism in economic impact studies". *The Tourism Journal*, 5(1), pp. 40-55
- MITUR. (2018). CINCO DESTINOS PARA EL ROMANCE Y EL AMOR EN REPÚBLICA DOMINICANA. Ministerio de Turismo de República Dominicana (MITUR). Recuperado el 31 de mayo de 2019 de <http://www.godominicanrepublic.com/es/news-posts/en-las-noticias/cinco-destinos-para-el-romance-y-el-amor-en-republica-dominicana-2/>
- MITUR. (2018). República Dominicana tras fortalecimiento flujo turístico mercado Emiratos Árabes. Ministerio de Turismo de República Dominicana (MITUR). Recuperado el 27 de mayo de 2019 de <https://mitur.gob.do/republica-dominicana-tras-fortalecimiento-flujo-turistico-mercado-emiratos-arabes/>
- MITUR. (2019). ¡CÁSATE EN EL PARAÍSO, CÁDATE EN REPÚBLICA DOMINICANA! Ministerio de Turismo de República Dominicana (MITUR). Recuperado el 31 de mayo de 2019 de <http://www.godominicanrepublic.com/es/news-posts/actual/casate-en-el-paraiso-casate-en-republica-dominicana/>
- Montes, Y. (2019). Ideas para una boda en Jamaica. Compartiendoturismo. Recuperado el 3 de junio de 2019 de <https://www.compartiendoturismo.com/ideas-para-una-boda-en-jamaica/>
- Nielsen. (2015). ESTILOS DE VIDA GENERACIONALES (noviembre 2015). Recuperado el 21 de abril de 2019 de <https://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/latam/docs/reports/2016/EstilosdeVidaGeneracionales.pdf>
- Notimérica. (2017). Cancún, el destino turístico caribeño líder en bodas... y en rupturas sentimentales. Ciudad de México: Notimerica. Recuperado el 6 de mayo de 2019 de <https://www.notimerica.com/sociedad/noticia-cancun-destino-turistico-caribeno-lider-bodas-rupturas-sentimentales-20170312083754.html>
- Obrador, P. (2012). The Place of the Family in Tourism Research: Domesticity and Thick Sociality by the Pool. *Annals of Tourism Research*, 39(1), pp. 401-420. doi: 10.1016/j.annals.2011.07.006
- Olwig, K. F. (2002). A Wedding in the Family: Home Making in a Global Kin Network. *Global Networks*, 2(3), pp. 205-218. doi: 10.1111/1471-0374.00037

- OMT (2018). ¿Por qué el Turismo? | Organización Mundial del Turismo. OMT. Recuperado el 18 de abril de 2019 de <https://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- ONS, 2020. User guide to marriage statistics. Retrieved from: <https://bit.ly/2OnBJGS>
- O'Shea, R. (2018). THE WORLD'S 10 BEST BEACHES – FROM GRACE BAY TO PLAYA NORTE. Independent.co.uk. Recuperado el 3 de junio de 2019 de <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/best-beaches-world-2018-to-visit-varadero-beach-playa-norte-grace-bay-a8220861.html>
- Parnwell, M. JG. (1993). Tourism and rural handicrafts in Thailand. In: *Tourism in South-East Asia*. London: Routledge.
- Pizam, A. (1982). Tourism and crime: Is there a relationship? *Journal of Travel Research*, 20(3), pp7-10.
- Porter, P. K. (1999) "Mega-sports events as municipal investments: a critique of impact analysis". In: Fizel, J.; Gustafson, E. & Hadley, L. (Eds.) *Sports Economics: Current Research*. Praeger: Westport, pp.61-73
- Prieto, P. (2017). Las ventajas de una boda de destino. La Opinión. Recuperado el 21 de abril de 2019 de <https://laopinion.com/2017/05/20/las-ventajas-de-una-boda-de-destino/>
- Procuraduría Federal del Consumidor - Gobierno de México. (2016). Bodas en la playa. Gobierno de México. Recuperado el 24 de mayo de 2019 de <https://www.gob.mx/profeco/documentos/bodas-en-la-playa?state=published>
- Publiboda. (2017). Casarse en el caribe. Publiboda. Recuperado el 17 de mayo de 2019 de <http://www.publiboda.com/casarse-en-el-caribe.html>
- Redacción TTC - Traveltraderibbean (2018). Especial de TTC: El Caribe: una región muy romántica. Traveltraderibbean. Recuperado el 7 de abril de 2019 de <https://www.traveltraderibbean.es/el-caribe-una-region-muy-romantica/>
- Redacción Unión. (2019). Turismo en QRoo: reportarn 25 mil bodas al año. Unioncancun. Recuperado el 13 de mayo de 2019 de <http://www.unioncancun.mx/articulo/2019/02/15/turismo/turismo-en-qroo-reportarn-25-mil-bodas-al-ano>
- Revista Summa. (2017). COSTA RICA SE POSICIONA FUERTE EN EL MERCADO DE TURISMO DE BODAS. Revista Summa. Recuperado el 17 de mayo de 2019 de <http://revistasumma.com/costa-rica-se-posiciona-fuerte-en-el-mercado-de-turismo-de-bodas/>
- Rodríguez, J. (2019). República Dominicana, apetitoso destino. Informador.mx. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de <https://www.informador.mx/suplementos/Republica-Dominicana-apetitoso-destino-20190413-0101.html>
- Romance y Bodas (s.f). Guía oficial de bodas. Ministerio de Turismo de la República Dominicana. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de <http://www.godominicanarepublic.com/es/travel-to-dr/casarse/>
- Sampedro, S. (2018). Llega el turismo del 'sí quiero'. Alicante: El Mundo. Recuperado el 14 de abril de 2019 de <https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/alicante/2018/12/24/5c18e1f821efa0387a8b469c.html>
- Sánchez, Á. (2015). España no es lugar para casarse. Madrid: El País. Recuperado el 21 de abril de 2019 de https://elpais.com/economia/2015/11/06/actualidad/1446808697_760207.html
- Santos, B. (2017). Destination Wedding en el Caribe: Jamaica, Bahamas e Islas Turcas y Caicos. Zankyou. Recuperado el 3 de junio de 2019 de <https://www.zankyou.es/p/destination-wedding-en-el-caribe-jamaica-bahamas-e-islas-turcas-y-caicos>
- Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo – SEDETUR (2018) ¿CÓMO VAMOS EN TURISMO EN QUINTANA ROO SEDETUR? Recuperado el 24 de mayo de 2019 de <http://sedeturqroo.gob.mx/ARCHIVOS/COMO%20VAMOS%20ENERO-OCTUBRE%202018.pdf>
- SECTUR (2015). #TurismoRomance | Secretaría de Turismo. SECTUR. Recuperado el 18 de abril de 2019 de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/02/09/turismo-de-romance/>
- SECTUR. (2016). Impulsa SECTUR Turismo de Romance; México Recibe el 23 por Ciento de la Demanda Mundial. Secretaría de Turismo – SECTUR. Recuperado el 24 de abril de 2019 de <https://www.gob.mx/sectur/prensa/impulsa-sectur-turismo-de-romance-mexico-recibe-el-23-por-ciento-de-la-demanda-mundial>
- SueMissIndie. (2017). "Destination Wedding", la nueva tendencia que arrasa entre los novios. Diario del Viajero. Recuperado el 20 de abril de 2019 de <https://www.diariodelviajero.com/tendencias/destination-wedding-la-nueva-tendencia-que-arrasa-entre-los-novios>

- Telfer, D. J. & Wall, G. (1996). Linkages between tourism and food production. *Annals of Tourism Research*, 23, pp. 635-653.
- Tigar, L. (2018). 6 Dominican Republic Destination Wedding Venues for a Toes-in-the-Sand Event. Weddingwire. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de <https://www.weddingwire.com/wedding-ideas/dominican-republic-destination-wedding-venues>
- Torrecilla, C. (2017). LIBRO IMPRESCINDIBLE DE LAS BODAS Tópicos, retos, realidad y ficción. Estudio 360º del sector nupcial. España. WEDDING PLANNER S. L. U. Recuperado el 21 de abril de 2019 de http://proxymy.esade.edu/gd/facultybio/publicos/1499338409640_Libro_imprescindible_de_las_bodas.pdf
- Trend Report 2018 - Destination Weddings Travel Group. (2018). Recuperado el 21 de mayo de 2019 de <https://www.destinationweddings.com/media/DWTrendReport2018/#>
- Turismo Punta Cana. (2019). Bodas en Punta Cana ¡Un paraíso para los novios! Turismo Punta Cana. Recuperado el 13 de mayo de 2019 de <http://www.turismopuntacana.com/2014/11/bodas-en-punta-cana-un-paraiso-para-los.html>
- Uriely, N. (2010). 'Home' and 'Away' in VFR Tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), pp. 854-857. doi: 10.1016/j.annals.2010.02.006
- Valadez, R. (2019). Destinos mexicanos, paraísos para el turismo mundial de romance. Ciudad de México: Milenio. Recuperado el 5 de mayo de 2019 de <https://www.milenio.com/negocios/destinos-mexicanos-paraisos-turismo-mundial-romance>
- Vidauskaite, R. (2015). Destination Branding through wedding tourism: The case of the Caribbean – Master Thesis. Faculty of Economics. University of Ljubljana, Slovenia, 2015. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de <http://www.cek.ef.uni-lj.si/magister/vidauskaite1917-B.pdf>
- World Travel Awards (2015). World Travel Awards. Recuperado el 31 de mayo de 2019 de <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-wedding-destination-2015>
- World Travel Awards. (2018). Caribbean's Most Romantic Destination 2018. Worldtravelawards. Recuperado el 13 de mayo de 2019 de <https://www.worldtravelawards.com/award-caribbeans-most-romantic-destination-2018>
- WorldAtlas. (2016). Caribbean. WorldAtlas. Recuperado el 27 de mayo de 2019 de <https://www.worldatlas.com/webimage/countrys/carib.htm>
- Yang, L. (2019). 24 places where you can have an unforgettable destination wedding, from a private island to a mansion by an ancient volcano. INSIDER. Recuperado el 17 de mayo de 2019 de <https://www.insider.com/best-resorts-hotels-destination-weddings-photos-2019-1>