

FESTIVALES

CÓMO VENDERLO EFICAZMENTE

1. Reservar con meses de anticipación

Kioto alcanza niveles de ocupación altísimos en julio.

Ofrece paquetes con hotel garantizado y traslados anticipados.

2. Crear itinerarios combinados

El combo ganador:

- Kioto – Gion Matsuri
- Osaka (15 min)
- Nara (35 min)
- Tokio – regreso a casa

3. Ofrecer experiencias guiadas premium

Tours especializados sobre:

- Historia de las carrozas
- Arquitectura y templos
- Ceremonias sintoístas
- Alta gastronomía kaiseki

4. Destacar la exclusividad

Recuerda la frase clave de venta:

"No existe en ninguna otra parte del mundo."

EL FESTIVAL QUE CONVIERTE UN VIAJE A JAPÓN EN UN VIAJE AL ALMA DE JAPÓN

Para tus clientes, Gion Matsuri será una experiencia transformadora.

Para ti, como agente de viajes, es una oportunidad excepcional de ofrecer un producto altamente diferenciador, cultural, exclusivo y perfecto para viajeros que buscan algo más que un itinerario: buscan sentido.

Gion Matsuri no es un festival:
es Japón en su estado más puro.

Y venderlo es regalarle al viajero el privilegio de presenciar un país revelándose suavemente, entre linternas, flautas, madera antigua y un silencio lleno de significado.

YOIYAMA: LAS NOCHES MÁS MÁGICAS DEL VERANO JAPONÉS

Las noches previas al desfile el 14, 15 y 16 de julio, y nuevamente 21, 22 y 23 se conocen como yoiyama.

Durante estas noches:

Los barrios iluminan las calles con linternas de papel.

- Las familias abren sus casas tradicionales y exhiben tesoros antiguos como armaduras samurái, máscaras Noh, biombos, caligrafías y kimonos.
- Hay puestos de comida callejera, música tradicional y ceremonias purificadoras.

Este detalle es clave para la venta:

en ninguna otra época del año los viajeros pueden acceder a estas casas ni ver estos tesoros privados.

Es un argumento de "experiencia imposible de repetir".

EL VIAJERO QUE BUSCA GION MATSURI

Este festival es perfecto para:

1. Viajeros culturales de alto poder adquisitivo

Les atraen las tradiciones, los templos, la estética y los rituales.

2. Parejas y amantes de la fotografía

Las carrozas, las linternas y los templos crean un ambiente visual extraordinario.

3. Viajeros espirituales y sensibles

Es un festival sin ruido, sin caos y profundamente simbólico.

4. Clientes que ya conocen Japón

Ideal como "segunda vuelta" para quienes desean experiencias más auténticas.



GION MATSURI

LA JOYA CULTURAL DE JAPÓN QUE TODO AGENTE DEBE SABER VENDER

El festival más emblemático, elegante y profundo de Kioto... explicado y optimizado para la industria turística.

UNA OPORTUNIDAD ÚNICA PARA VENDER JAPÓN DESDE SU CORAZÓN ESPIRITUAL

Para muchos viajeros, Japón es sinónimo de tecnología, templos, sushi y shinkansen.

Pero quien viaja en julio tiene acceso a algo infinitamente más valioso:

Gion Matsuri, el festival más importante del país, celebrado en Kioto desde hace más de 1,100 años.

Para los agentes de viajes, esta celebración representa una experiencia de alto valor, perfecta para clientes exigentes, viajeros culturales, parejas, amantes del arte y turistas que buscan autenticidad.

Vender Gion Matsuri no es vender un evento:
es vender acceso a un Japón que no todos pueden ver.

UN FESTIVAL CON MÁS DE UN MILENIO DE TRADICIÓN

El Gion Matsuri nació en el año 869 d. C. como un ritual de purificación y súplica a los dioses. Con el tiempo, se consolidó como uno de los tres grandes festivales de Japón y hoy es reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial.

Para la industria turística, este dato es oro puro: los viajeros aman los destinos con historia profunda y ceremonias auténticas.

Y Kioto antigua capital imperial es el escenario perfecto.



YAMAHOKO: LOS "TEMPLOS MÓVILES" QUE VENDEN SOLOS

El principal atractivo visual del festival son los yamahoko, gigantescas carrozas de 6 a 25 metros de altura, decoradas con tapices persas, brocados chinos, lacas japonesas y tallas hechas a mano por maestros artesanos.

Estos "museos vivientes" capturan a cualquier viajero desde la primera mirada. Si tu cliente es fotógrafo, amante del arte o colecciónista de experiencias estéticas, este es su festival.

Cada carroza pertenece a un barrio de Kioto y su construcción y restauración se realiza sin clavos, usando técnicas centenarias.

Esto genera un argumento clave de venta:

- No existe nada parecido en el mundo.
- No se replica en ninguna otra ciudad de Japón.
- Solo puede vivirse en Kioto y solo en julio.

La exclusividad vende, y Gion Matsuri tiene exclusividad natural.