

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
ESCOLA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA
Grado en Turismo



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Turismo de bodas –
una alternativa al sol y playa”**

TRABAJO FIN DE GRADO

Autor/a:

Montse García Juan

Tutor/a:

Michaela Muszynski

GANDIA, 2018

RESUMEN

La Comunitat Valenciana está de moda y es un hecho que cada vez son más los turistas que la eligen como destino vacacional. Su agradable clima y su oferta variada la convierten en un destino ideal para disfrutar de un evento perfecto casi en cualquier época del año, sin embargo, por lo que respecta al turismo de bodas o bodas-destino, la Comunitat Valenciana, apenas ha despegado.

En España, destinos como la Costa del Sol, las Islas Baleares o Tenerife lideran este segmento de mercado.

El concepto de turismo de bodas es sencillo: una pareja elige un destino y decide viajar allí con sus amigos y familiares para casarse. Son parejas con un poder adquisitivo alto, que alojan a sus invitados en hoteles de cuatro o cinco estrellas, con una estancia media de tres o cuatro noches.

Este trabajo pretende, por una parte, dar a conocer el turismo de bodas, y por otra, realizar una propuesta para promocionar la Comunitat Valenciana como potencial destino de bodas-destino, y como alternativa al turismo de sol y playa.

Palabras clave: Turismo de bodas, organizador de bodas, turismo especializado, turismo alternativo, sol y playa.

ABSTRACT

The Valencian Community is fashionable and it is a fact that many tourists choose it as a tourist destination. Its nice climate and its variety offer has turned it into an ideal destination to enjoy a perfect event in almost every season of the year, however, talking about wedding tourism, the Valencian community, it has barely taken off.

In Spain, destinations as Costa del Sol or Tenerife lead this market segment.

The idea of wedding tourism is very simple: a couple choose a destination and decide to travel there with friends and relatives to get married. They are couples with a high purchasing power, and they lodge their guests in a 4 or 5-star hotels, three or four nights as an average.

On the one hand, this study intends to introduce the wedding tourism, and on the other hand, to make a proposal to promote the Valencian Community as a potential wedding destination, and as an alternative to the sun & beach tourism.

Key words: Wedding tourism, wedding planner, specialized tourism, alternative tourism, sun & beach.

Índice del trabajo

| | |
|---|-----------|
| 1. Introducción..... | 5 |
| 2. Objetivos..... | 7 |
| 2.1 Objetivo principal..... | 7 |
| 2.2 Objetivos secundarios..... | 7 |
| 3. Metodología..... | 8 |
| 4. Turismo de bodas o bodas en destino..... | 9 |
| 4.1. Definición del concepto de turismo de bodas en destino..... | 9 |
| 4.2. Perfil del turista de bodas en destino..... | 12 |
| 4.3. Duración de la estancia y gasto medio..... | 12 |
| 5. Análisis de contexto: situación actual del turismo de bodas..... | 17 |
| 5.1 Situación del turismo de bodas en el mundo..... | 17 |
| 5.2 Situación del turismo de bodas en España..... | 20 |
| 5.3 Situación del turismo de bodas en la Comunitat Valenciana..... | 24 |
| 6. Análisis DAFO y Análisis PEST..... | 35 |
| 6.1 Análisis DAFO..... | 35 |
| 6.1.1 Debilidades..... | 35 |
| 6.1.2 Amenazas..... | 35 |
| 6.1.3 Fortalezas..... | 35 |
| 6.1.4 Oportunidades..... | 36 |
| 6.2 Análisis PEST..... | 36 |
| 6.2.1 Factores políticos..... | 36 |
| 6.2.2 Factores económicos..... | 36 |
| 6.2.3 Factores sociales..... | 37 |
| 6.2.4 Factores Tecnológicos..... | 38 |
| 7. Propuesta de promoción de la Comunitat Valenciana como potencial destino de bodas en destino..... | 39 |
| 8. Conclusiones..... | 41 |
| 9. Bibliografía..... | 43 |

Índice de figuras y tablas

Gráficos

| | |
|---|----|
| Gráfico 1. Factores determinantes para elegir destino..... | 10 |
| Gráfico 2. Preferencia por el lugar de celebración de la boda..... | 11 |
| Gráfico 3. Gasto medio realizado en una boda en España por comunidades...13 | |
| Gráfico 4. Rankin mundial de la competitividad del turismo..... | 37 |

Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Coste de una boda destino en España. Ejemplo de coste de una boda en la localidad de Nerja..... | 14 |
| Tabla 2. Ejemplo de coste de una pareja asistente a una boda en Nerja desde Dublín..... | 15 |
| Tabla 3. Llegada de turistas internacionales..... | 21 |
| Tabla 4. Matrimonios celebrados en España. Año 2017. Datos provisionales...21 | |

Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Principales países receptores de bodas en destino en el mundo..... | 17 |
| Figura 2. Principales países receptores de bodas en destino en Europa..... | 18 |

Imágenes

| | |
|---|----|
| Imagen 1. Boda en el Palacio Ca Vendramin Calergi (Venecia)..... | 19 |
| Imagen 2. Boda realizada en el GF Victoria Hotel, Tenerife (Costa Adeje)..... | 23 |
| Imagen 3. Boda a pie de playa en Canet de Berenguer (Valencia)..... | 26 |

1. Introducción

El turismo de sol y playa es la marca que distingue a España y que por ahora no tiene competencia. Las extensas playas y las inmejorables condiciones meteorológicas sitúan a la Comunitat Valenciana como una de las cinco grandes potencias turísticas en España, siendo Benidorm su destino icónico.

Según datos de la Agència Valenciana de Turisme, la Comunitat Valenciana fue el tercer destino turístico de España en número de viajeros y de pernoctaciones, teniendo en cuenta tanto el turismo nacional como el extranjero, por detrás de Andalucía y Cataluña.

Según las encuestas publicadas por el INE de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur) y la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur), la Comunitat Valenciana cerró el año 2017 con 9 millones de turistas internacionales y un gasto turístico aproximado de 8.700 millones de euros.¹

Pero el turismo de sol y playa debe reinventarse para no llegar a una etapa de saturación, y además presenta una serie de impactos negativos como son la excesiva masificación, la poca diversificación de la oferta, la alta estacionalidad o problemas medioambientales, por lo que la tendencia actual es la demanda de nuevos productos turísticos como alternativa al modelo actual.

En estos momentos, hay una gran variedad de tipos de turismo como son el turismo rural, el turismo cultural, el turismo de negocios o el turismo de salud, entre otros, y que están ya presentes en la Comunitat Valenciana, pero también existen otras modalidades que se pueden explotar, como puede ser el turismo de romance y que apenas tienen repercusión en la Comunitat Valenciana.

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, Renovación de votos y Bodas en destino. (SECTUR, Gobierno de México, 2011).²

El subsegmento más lucrativo son las bodas en destino, que será el objeto de este estudio.

¹ AGENCIA VALENCIANA DE TURISME, GENERALITAT VALENCIANA (2017). Balance turístico Comunitat Valenciana 2017.

<http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Balance_ano_2017.pdf>

² SECTUR, SECRETARIA DE TURISMO, GOBIERNO DE MÉXICO (2011). Diagnóstico de la oferta – Turismo de bodas.

<http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/publicacionesexternas/diagnostico_bodas.pdf>

Así, cuando se habla de bodas en destino, se hace referencia a un grupo de personas que se desplaza a un lugar determinado 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 bodas y el turismo de reuniones radica en que las motivaciones, los servicios a contratar y las actividades a realizar son distintas.

El segmento de mercado del turismo de bodas no está explotado ni estudiado en profundidad, es por eso, que no hay grandes investigaciones ni libros relacionados con el tema.

El trabajo está organizado en las siguientes partes: Comenzamos con una primera parte de base teórica, en la que se define el turismo de bodas, el perfil de los turistas, así como la estancia o gasto medio que realizan.

En la segunda parte se hace un estudio de la presencia del turismo de bodas en la Comunitat Valenciana a través de un análisis DAFO y PEST y se realiza una propuesta de promoción de la Comunitat Valenciana como potencial destino del turismo de bodas.

En la tercera y última parte se presentan la conclusión y la bibliografía.

2. Objetivos

2.1 Objetivo Principal

El objetivo principal de este trabajo es analizar el turismo de bodas y establecer unas estrategias para animar la promoción de la Comunitat Valenciana como potencial destino de bodas.

2.2 Objetivos Secundarios

- Definir el concepto turismo de bodas o bodas-destino.
- Describir el perfil del turista de bodas-destino.
- Definir la situación actual del turismo de bodas.
- Realizar una propuesta de promoción de la Comunitat Valenciana como destino para bodas-destino.

3. Metodología

La metodología utilizada en esta investigación es una metodología cualitativa basada en la recolección y análisis de datos del tema objeto de este TFG.

La mayor dificultad, al tratarse de un turismo incipiente en España, es la escasa información que encontramos, puesto que no hay libros publicados especializados en el turismo de bodas o bodas-destino.

Son sumamente escasos los estudios documentales y de campo encontrados que analicen el fenómeno de destino de bodas.

Se han consultado diversas páginas webs, libros y/o artículos, así como portales oficiales de turismo de la Comunitat Valenciana, además de informes y/o noticias publicadas sobre el turismo de bodas en destino.

Se ha consultado diversos libros sobre eventos, protocolo y/o bodas, aunque como se ha dicho anteriormente, ha sido complicado encontrar material específico sobre el tema a tratar.

Ni siquiera aparece definido el turismo de romance o bodas destino en la OMT.

Por otra parte, como fuente primaria, se ha realizado vía telefónica, entrevistas a organizadores de bodas de destino (wedding planners) que operan dentro de la Comunitat Valenciana.

4. El turismo de bodas o turismo de bodas en destino

4.1 Definición del concepto de turismo de bodas en destino

El turismo de bodas o bodas en destino forma parte del llamado turismo de romance, en el cual, además de bodas, se incluyen también la celebración de aniversarios de bodas, renovación de votos matrimoniales, despedidas de soltero o soltera, lunas de miel y hasta family moons (viajes en familia), para aquellas parejas que se casan y viajan con niños (SECTUR, Gobierno de México, 2011).³

El turismo de bodas o bodas-destino se caracteriza porque se trata de una boda en la que los novios se casan durante un viaje que deciden compartir con sus invitados.

Se trata de una boda que se realiza fuera de la ciudad donde la pareja reside habitualmente y en la que los amigos y familiares tienen que desplazarse. Este tipo de viaje incluye también actividades en grupo o servicios de spa, visitas o compras además de la propia boda en sí.

El que los amigos y familiares se tengan que desplazar hasta el lugar del enlace da lugar a que sean bodas más reducidas que las tradicionales, puesto que normalmente son los invitados quienes corren con los gastos de desplazamiento y alojamiento, y no todo el mundo está dispuesto a esto, bien por tiempo o por dinero. Los invitados lo ven como una especie de mini vacaciones y esto además implica que las personas que acuden a la boda sean las realmente importantes en la vida de la pareja.

En una boda tradicional la pareja sólo cuenta con unas horas para poder disfrutar con cada uno de sus invitados, sin embargo, en una boda destino los novios pueden disfrutar dos o tres días conviviendo con todos ellos, en calma y en un ambiente relajado.

Las bodas de destino cuentan con tres factores que las distinguen de las bodas tradicionales (SECTUR, Secretaria de Turismo de México, 2011):

- Los parámetros de planificación son totalmente diferentes ya que al haber una larga distancia se tiene que confiar plenamente en los organizadores del evento (wedding planner)
- El viaje es un parte muy importante de la boda. Al tener que desplazarse a otra ciudad o país se tiene que tener en cuenta el hotel y los traslados como parte de la planificación de la boda.

³ SECTUR, SECRETARIA DE TURISMO, GOBIERNO DE MÉXICO (2011). Diagnóstico de la oferta – Turismo de bodas.

<http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/publicacionesexternas/diagnostico_bodas.pdf>

- Se trata de un evento de varios días. Contrario a una boda tradicional que tiene lugar en un día, las bodas en destino tienen una duración mínima de dos días.

Según datos de la SECTUR⁴, 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%.

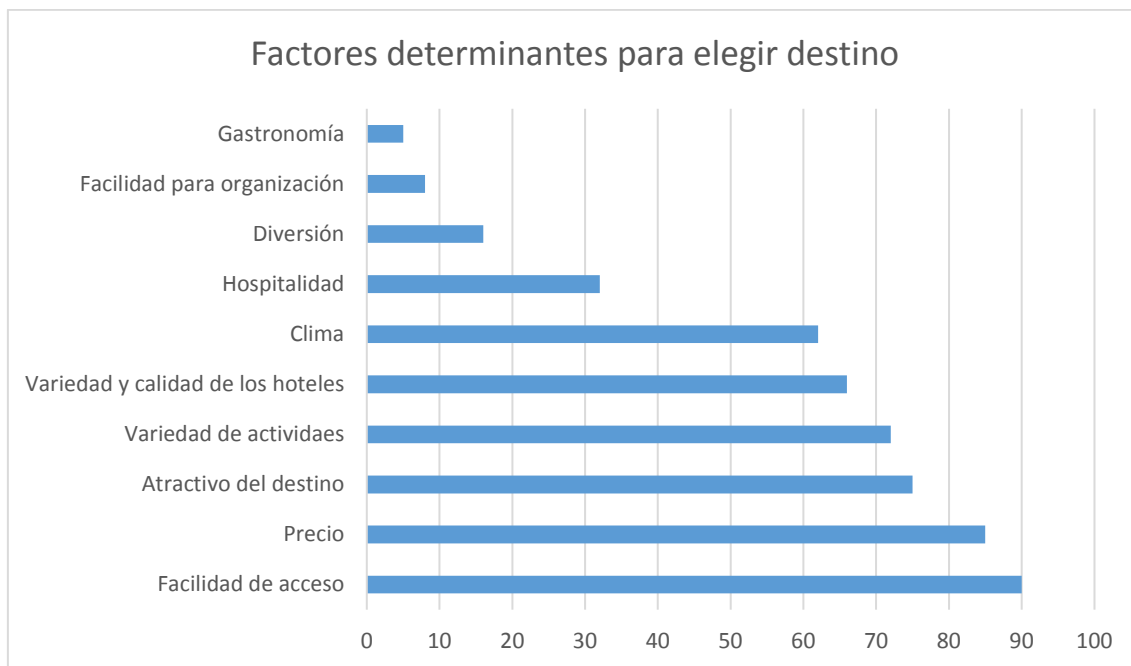


Gráfico 1. Factores determinantes para elegir destino. Fuente. SECTUR, Secretaría de Turismo, Gobierno de México.

Hasta hace algunos años, las bodas de destino eran consideradas exclusivamente para famosos y/o parejas muy ricas; sin embargo, en la actualidad se han hecho accesibles para parejas que buscan incorporar un toque diferente a su enlace.

Los motivos por los que una pareja escoge este tipo de boda son porque desean un lugar especial, divertido y exótico.⁵

Los novios buscan sorprender a sus invitados con un sitio especial donde compartir un momento único.

⁴ SECTUR, SECRETARIA DE TURISMO, GOBIERNO DE MÉXICO (2011). Diagnóstico de la oferta – Turismo de bodas.

<http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/publicacionesexternas/diagnostico_bodas.pdf>

⁵ G. Díaz, Loren. IBEROSTAR HOTELS & RESORTS (2017) Por qué casarse en el extranjero está de moda.

<<https://www.iberostar.com/inspiration-guide/lifestyle/bodas-casarse-extranjero-esta-moda/#>>

El clima también es un factor determinante que tienen en cuenta las parejas que deciden llevar a cabo una boda de destino, junto con los costos, la accesibilidad y los atractivos del destino.

El 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.⁶

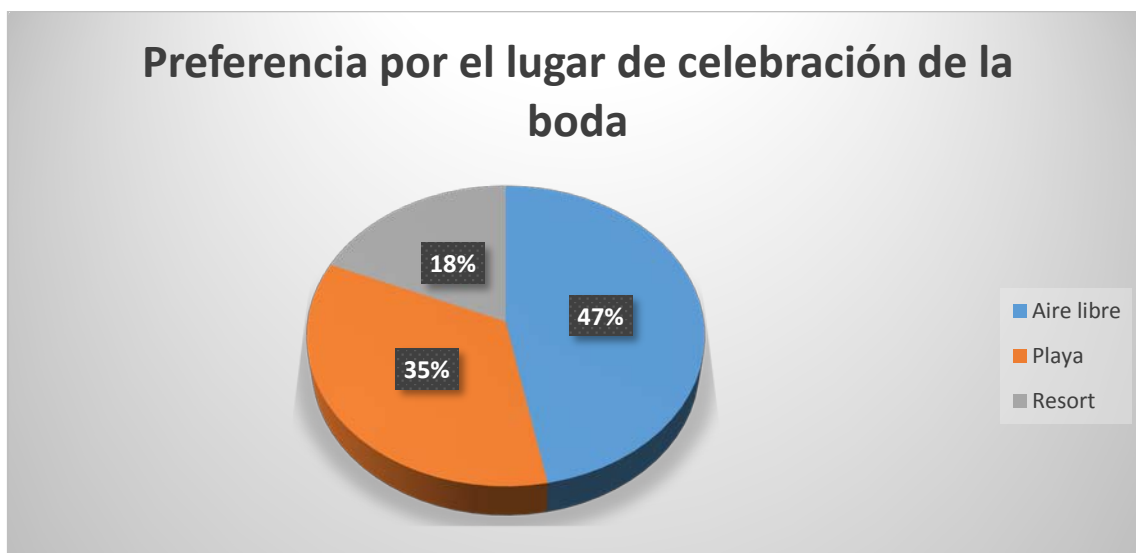


Gráfico 2. Preferencia por el lugar de celebración de la boda. Fuente: SECTUR, Secretaria de Turismo, Gobierno de México.

Además, se trata de un negocio millonario que demanda los productos y servicios de un buen número de proveedores directos y de otros proveedores turísticos.

Hemos realizado un listado de los posibles servicios y productos demandados en una boda destino:

1. Servicios de alojamiento
2. Servicio de banquetes
3. Servicios migratorios y de aduana
4. Servicios para trámites legales
5. Organizador de boda
6. Espacio para celebrar el evento
7. Servicios de transporte
8. Fotografía y video
9. Decoración y ambientación

⁶ SECTUR, SECRETARIA DE TURISMO, GOBIERNO DE MÉXICO (2011). Diagnóstico de la oferta – Turismo de bodas.

<http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/publicacionesexternas/diagnostico_bodas.pdf>

10. Servicio de pastelería
11. Tarjetería
12. Maquillaje y peluquería
13. Floristería
14. Actividades recreativas
15. Actividades deportivas
16. Animadores turísticos
17. Visitas y excursiones
18. Guías turísticos
19. Intérpretes
20. Otros

4.2 Perfil del turista de bodas en destino

El perfil del turista son parejas de entre 25 - 35 años, activos laboralmente con buenos ingresos y que viven en centros urbanos. La edad se puede ampliar hasta los 60 años si tenemos en cuenta la renovación de votos.

Según Alessandra Olivo, directora general de Fascinantia, empresa especializada en la organización de bodas para extranjeros "el poder adquisitivo de las parejas que se casan fuera suele ser alto y los invitados suelen alojarse en hoteles de cuatro y cinco estrellas, el promedio de estancia es de tres noches y media, son bodas más largas y que implican la participación de un grupo muchísimo más grande de proveedores que los de una boda tradicional"

El objetivo, según Alessandra Olivo, "es atraer a parejas principalmente de Inglaterra, Rusia, Holanda, países árabes, India, Japón, China y Estados Unidos".⁷

4.3 Duración de la estancia y gasto medio

Contrario a una boda tradicional cuya duración es de un día, una boda en destino es un evento con una duración mínima de 2 días.

Este tipo de celebraciones tienden a tener una duración media de 72 horas en los que tienen lugar varios eventos: coctel de bienvenida, excursiones y actividades en grupo, día de la boda, o comida posterior a la boda, entre otras actividades.

⁷ CONEXO.NET. Diario online de congresos, reuniones e incentivos. El turismo de bodas, con alto potencial de crecimiento. < <http://www.nexotur.com/noticia/86695/CONEXO/El-turismo-de-bodas-con-alto-potencial-de-crecimiento.html> >

Una boda tradicional suele tener un promedio de 200 invitados, mientras que en una boda destino el promedio de invitados suele ser alrededor de 30 a 50 personas. Esto se debe a que no cualquiera estará dispuesto de tomarse el tiempo e invertir en hacer un viaje, hospedarse en un hotel y tal vez faltar un par de días al trabajo para asistir a una boda.

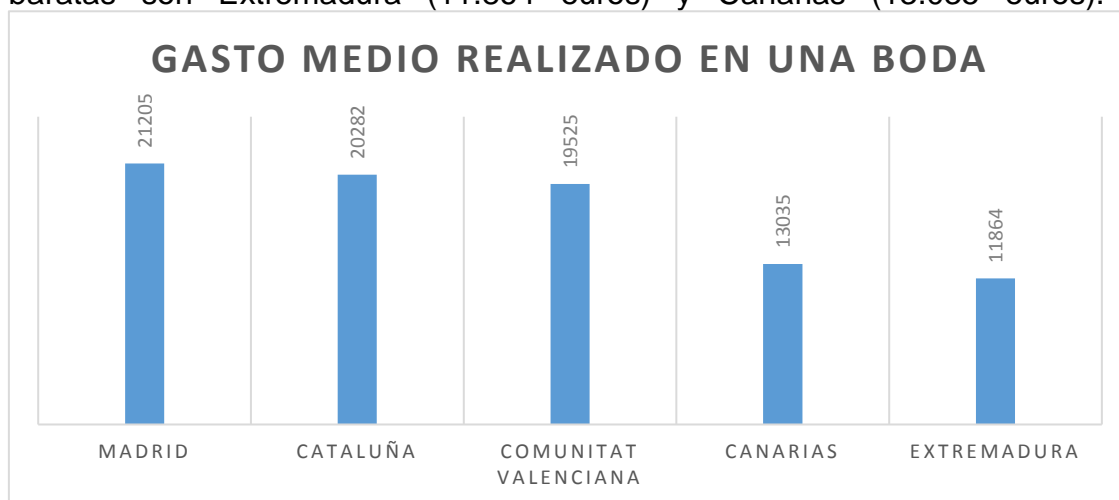
Los grupos de bodas, no solo generan ingresos por las habitaciones reservadas para los invitados, sino por todos los servicios extras que la pareja contrata para la gran celebración, como hemos visto anteriormente.

Entre los servicios que suelen contratar los novios, nos encontramos con:

- La organización total del evento en el destino con proveedores locales (ceremonia, flores, maquillaje, peluquería, fotografía, etc...)
- La reserva de vuelos.
- Traslados entre el aeropuerto de destino y traslados al hotel.
- Programa de actividades para antes y después de la boda para los invitados.
- Ayuda en trámites burocráticos en el destino y legalización en el país de residencia. (trámite visas, si es necesario para el destino)

Según un estudio realizado por la Federación de Usuarios y Consumidores Independientes (FUCI), el coste medio de una boda tradicional para 100 comensales se situó en los 16.534 euros, oscilando entre los 11.864 y los 21.205 euros.⁸

En España hay una diferencia de casi 10.000 euros entre unas comunidades autónomas y otras. De esta forma, según los datos de FUCI, Madrid es la región más cara para casarse (21.205 euros), seguida por Cataluña (20.282 euros) y Comunidad Valenciana (19.525 euros). En cambio, las comunidades más baratas son Extremadura (11.864 euros) y Canarias (13.035 euros).⁹



⁸ FUCI. FEDERACIÓN DE USUARIOS CONSUMIDORES INDEPENDIENTES. El coste medio de una boda se sitúa en los 16.534 euros.

<<http://www.fuci.es/?p=1464>>

⁹ IFEMA. FERIA DE MADRID. 1001 bodas. El gasto medio para la celebración de una boda se sitúa en 32.942€, un 14% más que el año anterior.

<http://www.ifema.es/PresentacionInet/groups/public/documents/binario/if_137066.pdf>

Gráfico 3. Gasto medio realizado en una boda en España por comunidades. Fuente: IFEMA. 1001 BODAS.

Según Carmen Laborín, directora de la revista de bodas “Bodas destino Latinoamérica”, el gasto medio en una boda de extranjeros en México ronda los 19.000\$, más aproximadamente unos 1.600\$ que gasta cada uno de los participantes.¹⁰

Aquí en España, concretamente en Andalucía, y en base a los precios encontrados en la web www.nerjaweddingsbysonia.com, podemos hacer una estimación de lo que supone el gasto medio en una boda en este caso, en Nerja (Málaga).

Vamos a calcular en base a una boda de 50 invitados (40 adultos y 10 niños).

| Servicios contratados | Precio detallado | Precio total |
|--|-------------------------|--------------|
| Transfer aeropuerto/hotel | 70€/servicio novios | 70€ |
| Transporte en carruaje de caballos o coche clásico para los novios | 150€/servicio | 150€ |
| Ramo para la novia | 120€/unidad | 120€ |
| Ojales novio/padrino | 4€/unidad | 8€ |
| Arreglo floral | 200€/servicio | 200€ |
| Fotografía | 950€/servicio | 950€ |
| Oficiante de boda civil | 400€/servicio | 400€ |
| Música para la ceremonia | 180€/servicio | 180€ |
| DJ para la fiesta | 350€/servicio | 350€ |
| Tarta tradicional de boda | 175€/servicio | 175€ |
| Peluquería/maquillaje novia | 135€/servicio | 135€ |
| Recepción con bebidas y canapés | 12€/persona | 600€ |
| Banquete | 64€/adultos y 26€/niños | 2.820€ |
| Barra libre | 1.200€/servicio | 1200€ |
| TOTAL | | 7.358€ |

Tabla 1. Coste de una boda en España. Ejemplo del coste de una boda en la localidad de Nerja. Fuente: Datos obtenidos de la web www.nerjaweddingsbysonia.com

Hemos hecho también una estimación del coste que supondría para los invitados el asistir a esta boda con los gastos básicos de vuelo y alojamiento:

Hemos buscado en la web skyskanner un vuelo desde Dublín a Málaga (que es el aeropuerto más cercano a Nerja, que está unos 50 km), con salida el 02 de mayo de 2019 y vuelta el 05 de mayo de 2019.

¹⁰ EL FINANCIERO. DIARIO ESPECIALIZADO EN FINANZAS, ECONOMÍA Y NEGOCIOS EN MÉXICO. Turismo y bodas, un matrimonio perfecto.

<<http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/turismo-y-bodas-un-matrimonio-perfecto.html>>

El vuelo más económico que encontramos es el de Aer Lingus con 171€ por persona ida y vuelta. ¹¹

Ida Jueves 2 de mayo 15.00 DUB _____ 18.55 AGP
(vuelo directo)

Vuelta Domingo 5 de mayo 19.40 AGP _____ 21.50 DUB
(vuelto directo)

Y respecto al alojamiento, haciendo una búsqueda en www.booking.com de hoteles en Nerja, nos encontramos con el Hotel Nerja Club & Spa, que nos ofrece el siguiente precio¹²:

210€ para 2 personas en habitación doble con acceso al spa y en régimen de AD. Se indica que 1 niño menor de 12 años se puede alojar gratis en la habitación utilizando las camas existentes.

Por lo que una pareja que acuda al enlace en Nerja desde Dublín tendría los siguientes gastos:

| Servicios contratados | Precio detallado | Precio total |
|-----------------------|------------------|--------------|
| Vuelo DUB-AGP-DUB | 171€ | 171€ |
| Alojamiento 3 noches | 105€ | 105€ |
| Comidas | 50€/persona/día | 200€ |
| TOTAL | | 476€ |

Tabla 2. Ejemplo del coste de una persona asistiendo a una boda en Nerja desde Dublín. Fuente: Datos obtenidos de la web www.skyscanner.com y www.booking.com

Por comparar precios, vamos a ver el hotel Sunset Beach Club, que ofrece sus servicios en Benalmádena (Málaga), y que también publicita sus precios en su web www.sunsetbeachclub.com con un apartado especial para “Weddings” y ofrece un paquete completo para bodas. ¹³

El paquete completo de boda va desde los 6.200€ para 40 personas e incluye los siguientes servicios:

- Personal wedding planner
- Asistente legal
- Boda religiosa en iglesia o boda simbólica en playa
- Ramo de la novia y ojales
- Peluquería y maquillaje de la novia
- Transporte de los novios

¹¹ SKYSCANNER. Comparador de vuelos.

<<https://www.skyscanner.es/transporte/vuelos/dub/agg/>>

¹² BOOKING.COM. Viajes online.

<<https://www.booking.com/hotel/es/nerja-club.es.html>>

¹³ SUNSET BEACH CLUB HOTEL.

<<https://www.sunsetbeachclub.com/weddings/wedding-package-spain>>

- Fotógrafo
- Recepción con bebidas y canapés
- Banquete de boda
- Arreglo floral en mesas
- Fundas en sillas
- Minutas y plan de mesas
- Tarta de bodas
- DJ
- Descuento en el alojamiento de los invitados

Según estos presupuestos, podemos establecer que los gastos básicos que conlleva una boda destino en la zona de Andalucía se sitúan entre los 6.500 y los 7.500€ para una media de 50 invitados.

5. Análisis de contexto: situación actual del turismo de bodas

5.1 Turismo de bodas en el mundo

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 Agència Valenciana de Turisme.¹⁴

Las parejas europeas eligen destinos para sus bodas como Canadá, Brasil, México, las islas del Caribe o Las Vegas.¹⁵



Figura 1. Principales países receptores de bodas en destino en el mundo. Fuente: Travel Open Apps. Agència Valenciana de Turisme.

Según datos de la SECTUR (Secretaría de Turismo de México) México 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.¹⁶

Desde 2014, la SECTUR diseñó una campaña en redes sociales y páginas web para dar a conocer los destinos de México ideales en el segmento del turismo de romance.

¹⁴ TRAVEL OPEN APPS. AGENCIA VALENCIANA DE TURISME. Turismo de bodas (2016).
<<https://www.travelopenapps.org/tag/turismo-de-bodas/>>

¹⁵ TRAVEL OPEN APPS. AGENCIA VALENCIANA DE TURISME. Turismo de bodas (2016).
<<https://www.travelopenapps.org/turismo-de-bodas-reinventando-el-sol-y-playa/>>

¹⁶ DELOITTE. Turismo: el “as bajo la manga de México” (2016).
<<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/bienes-raices/Turismo-As-de-Mexico.pdf>>

Ecuador, por ejemplo, también quiere subirse al carro del turismo de bodas de destino, y bajo el eslogan "Ecuador es amor", el país promueve que parejas visiten sus paraísos naturales, en un acto conjunto con la empresa privada.

Según palabras de Carlos Larrea Crespo, viceministro de Turismo, la industria del turismo de bodas "se ha puesto en acción" con gente "muy preparada" en temas de gastronomía, decoración o sobre destinos para la luna de miel.

Según el Viceministro, "Tenemos tantos escenarios, tan diversos, tanto en la Costa como en la Sierra, Amazonía y en Galápagos, es efectivamente un lugar perfecto para que se desarrolle todo tipo de turismo de romance".¹⁷

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.¹⁸



Figura 2. Principales países receptores de bodas de destino en Europa. Fuente: Travel Open Apps. Agència Valenciana del Turisme.

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.

Es más, Italia ingresó cerca de 315 millones de euros gracias al turismo de bodas en el año 2012. Las ceremonias supusieron unos gastos en el país de 87,6 millones de euros y además el 82% de los extranjeros que se casaron en Italia pasaron en ese país su luna de miel, lo que generó otros 22,7 millones de euros.

¹⁷ EL TIEMPO. DIARIO DE CUENCA. Ecuador, destino turístico para romance y bodas (2018).
<<https://www.eltiempo.com.ec/noticias/novedades/1/ecuador-destino-turistico-para-romance-y-bodas>>

¹⁸ TRAVEL OPEN APPS. AGENCIA VALENCIANA DE TURISME. Turismo de bodas (2016)
<<https://www.travelopenapps.org/turismo-de-bodas-reinventando-el-sol-y-playa/>>

Además, los invitados a la boda se gastaron otros 204,4 millones de euros en viajes y alojamientos.¹⁹

De hecho, son muchas las ciudades italianas que a partir de 2009 han introducido una 'wedding tax' o tasa de bodas para quienes buscan una localización especial para su enlace, como Florencia o Venecia, donde la continua solicitud por parte de extranjeros para celebrar su boda soñada ha llevado a estos municipios a implantar una tasa municipal.

Por ejemplo, una boda en la lujosa Sala Cuoi d'Oro en el Palacio Ca Vendramin Calergi, palacio renacentista que abre sus ventanas al Gran Canal de Venecia, podría costar unos 5.000 euros.²⁰



Imagen 1. Boda en el Palacio Ca Vendramin Calergi (Venecia) ©. Foto de la web www.matrimonio.com

Y en otros países de la Unión Europea ya se han puesto las pilas y por ejemplo Francia ofrece castillos en la Provenza y villas en la Costa Azul para este tipo de ceremonias. Y están Túnez, Croacia o Malta con su turismo emergente que también quieren sumarse al fenómeno del turismo de bodas de destino.

Por otra parte, cabe mencionar que países como Francia, Inglaterra o Portugal exigen periodos mucho más cortos de residencia como requisito para casarse, y

¹⁹ VIAJES Y TURISMO. BLOG DEDICADO A LOS VIAJES Y AL TURISMO. Italia hace negocio con el turismo de bodas.

< <http://www.viajesyturismo.es/noticias/italia-hace-negocio-con-el-turismo-de-bodas/> >

²⁰ HOSTELTUR. Italia ingresa 315€ millones de euros gracias al turismo de bodas.

< https://www.hosteltur.com/149400_italia-ingresa-315-m-gracias-al-turismo-bodas.html >

en Italia, por ejemplo, no se exige a los extranjeros una estancia previa antes de contraer matrimonio legal. Las Vegas, el Caribe, Dinamarca o Gibraltar son famosos por lo mismo.

Por último, cabe mencionar, que tal es la importancia que ha conseguido la industria del turismo de bodas, que cuenta con el congreso mundial de organizadores de bodas, “Destination Wedding Planners (DWP)”, que empezó su andadura en el año 2014 en Grecia, y que actualmente es el congreso más importante de la industria de bodas en el mundo.

El DWP, con sede en Dubái, cuenta con más de 400 participantes procedentes de 60 países, incluyendo los 150 wedding planners más reconocidos en el mundo.

5.2 Turismo de bodas en España

Los precios, el clima, las playas y lo pintoresco son los principales reclamos para elegir España como destino para bodas, y esto hace que los extranjeros, dónde es más habitual esta práctica, viajen a un punto turístico de nuestro país para celebrar su boda.

Este filón recién descubierto no acaba de mostrar todo su esplendor debido a que la administración y su burocracia exigen, al menos dos años de empadronamiento de uno de los contrayentes, lo que acaba por frenar que la cifra actual pudiera duplicarse y se pudiera explotar con todas las de la ley el invento, como ya lo hacen otros países.²¹

El principal reto es atraer a parejas extranjeras, que a menudo encuentran trabas administrativas para poder celebrar sus bodas civiles en España, ya que se exige a los novios que cumplan una serie de requisitos. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) de las 171.454 bodas que se celebraron en 2017 en España, 4.322 fueron parejas en las que ambos miembros eran extranjeros y 23.982 matrimonios mixtos (español y extranjero)²².

| Matrimonios celebrados en España. Año 2017. Datos provisionales | | |
|---|---------|-----------|
| | Valor | Variación |
| Total de matrimonios | 171.454 | -2,22 |
| Ambos cónyuges son españoles | 143.150 | -3,15 |
| Uno de los cónyuges es extranjero | 23.982 | 3,10 |
| Ambos cónyuges son extranjeros | 4.322 | 1,27 |

²¹ El MUNDO. Denuncian que la burocracia frena el auge del turismo de bodas (2013). <<http://www.elmundo.es/andalucia/2013/11/25/52938dc761fd3d2e3b8b4578.html>>

²² INE Instituto Nacional de Estadística (2017). <http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176999&menu=ultiDatos&idp=1254735573002>

Matrimonios celebrados en España. Año 2017. Datos provisionales

| | Valor | Variación |
|---------------------------------|---------|-----------|
| Entre cónyuges de distinto sexo | 166.848 | -2,44 |
| Entre cónyuges del mismo sexo | 4.606 | 6,62 |

Tabla 3. Matrimonios celebrados en España. Año 2017. Datos provisionales. Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

Las razones de que España, tercer destino turístico mundial tras Francia y Estados Unidos según datos de la OMT²³, no se haya sumado a la tendencia, hay que buscarlas en la falta de medidas para facilitar enlaces y en una burocracia poco receptiva. Esto implica que muchas parejas terminen con una boda simbólica (con pastor, ministro, o actor) sin ningún tipo de valor legal.

| Llegada de turistas internacionales | | | |
|-------------------------------------|----------------|----------|------|
| Rango | | Millones | |
| | | 2016 | 2015 |
| 1 | Francia | 82,6 | 84,4 |
| 2 | Estados Unidos | 75,6 | 77,4 |
| 3 | España | 75,5 | 68,5 |
| 4 | China | 59,2 | 56,8 |
| 5 | Italia | 52,3 | 50,7 |
| 6 | Turquía | N/D | 39,4 |
| 7 | Reino Unido | 35,8 | 34,4 |
| 8 | Alemania | 35,5 | 34,9 |
| 9 | México | 34,9 | 32,0 |
| 10 | Tailandia | 32,5 | 29,9 |

Tabla 4. Llegada de turistas internacionales. Fuente. Organización Mundial del Turismo (OMT)

Sin embargo, hay que tener en cuenta que, según las últimas estadísticas del Instituto Nacional de Estadística (INE), el año 2017 se ha cerrado con 82 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que supone un 8,9% más que en 2016, una cifra nunca antes alcanzada y que situarían a España por primera vez en la segunda posición mundial en número de llegadas de turistas, por debajo de Francia y superando a Estados Unidos.

Según palabras de Alessandra Olivo, directora general de Fascinantia, una empresa especializada en la organización de bodas para extranjeros “El turismo de bodas en un mercado que presenta un gran potencial de crecimiento en España” .²⁴

²³ DINERO.COM. Ranking de principales destinos turísticos del mundo, según la OMT (2018) <<https://www.dinero.com/economia/articulo/ranking-de-principales-destinos-turisticos-del-mundo/254169>>

²⁴ CONEXO.NET. EL diario online de Congresos, Reuniones e Incentivos (2016). <<http://www.nexotur.com/noticia/86695/CONEXO/El-turismo-de-bodas-con-alto-potencial-de-crecimiento.html>>

Alessandra Olivo señala que “España tiene todos los atractivos necesarios para convertirse en un referente mundial para este tipo de turismo, es decir, una buena climatología y biodiversidad, un gran patrimonio histórico, una amplia infraestructura hotelera y de calidad, buenas comunicaciones tanto aéreas como terrestres, escenarios históricos y naturales de todo tipo, etc. Por el contrario, también hay algunas áreas en las que mejorar, como es el caso de la excesiva burocracia para los matrimonios extranjeros, la nula promoción de España como destino de bodas o ‘destino romántico’, la falta de permisos para la celebración de bodas en determinados espacios públicos y la escasez de profesionales especializados en este segmento, sobre todo en cuanto al servicio al cliente”.

La directora de Fascinantia detalla que el cliente de este tipo de turismo exige calidad y excelencia y, por tanto, "el trato, la personalización, la creatividad, la excelencia en el servicio y que los profesionales ofrezcan garantía de éxito" son factores que harán que los novios decidan un destino u otro para su enlace.²⁵

En nuestro país, por ejemplo, la promoción de Tarifa como destino de la celebración de bodas ha dado un resultado espectacular con más de cien bodas al año, según datos de su página de Facebook.²⁶

“Cásate en Tarifa” se ha ido consolidando como programa turístico en la costa gaditana. Y desde el año 2012, la Costa del Sol acoge a turistas ingleses, irlandeses, americanos, y cada vez más rusos, como usuarios de estos servicios nupciales que se llevan a cabo tanto junto a la playa como o en esos ‘pueblos blancos’ con encanto que tanto les atrae a las parejas extranjeras.

Cuentan con página web propia especializada en el turismo de bodas <http://www.wedding-in-tarifa.com> disponible en cuatro idiomas, español, inglés, alemán y holandés, así como un video promocional en YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=9r7ecPzqV2I>

En el año 2015, Promotur - Turismo de Islas Canarias, pone en marcha una nueva plataforma orientada a captar potenciales clientes cuya motivación de viaje sea la celebración de su boda o su luna de miel. Esto se encuentra dentro del marco del Plan de Marketing por el que Turismo de Canarias ha creado una serie de plataformas centradas en la diversificación y profesionalización de los distintos sectores turísticos tanto a nivel nacional como internacional.²⁷

Esta estrategia tiene como pieza central, una web cuyo dominio, en el caso del mercado español, es <http://www.siquieroislascanarias.com>, y disponible en ocho idiomas: español, inglés, alemán, francés, holandés, sueco, noruego e italiano.

²⁵ CONEXO.NET. EL diario online de Congresos, Reuniones e Incentivos (2016).

<<http://www.nexotur.com/noticia/86695/CONEXO/El-turismo-de-bodas-con-alto-potencial-de-crecimiento.html>>

²⁶ FACEBOOK Cásate en Tarifa

<https://www.facebook.com/C%C3%A1sate-En-Tarifa--1432612170337433/?hc_ref=OTHER>

²⁷ PROMOTUR. TURISMO DE CANARIAS. GOBIERNO DE CANARIAS.

<<http://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/promotur-lanza-la-plataforma-bodas-y-lunas-de-miel/>>

La plataforma cuenta con información útil para las parejas, con un directorio de wedding planners y fotógrafos, así como de alojamientos “only adults”, espacios para celebraciones y lugares románticos de todas las Islas donde pasar la luna de miel. También cuenta con un área profesional en que aquellas profesionales que deseen formar parte de este directorio pueden inscribirse para ofrecer sus servicios a las parejas que recurran a la plataforma como herramienta de organización del evento.



Imagen 2. Boda realizada en el GF Victoria Hotel, Tenerife (Costa Adeje) © Foto de la web www.gfhoteles.com

Promotur Turismo de Canarias ha ideado una nueva acción promocional para atraer futuros clientes. Se desarrolla a través de plataformas online, medios sociales y portales especializados de Internet. La promoción de esta plataforma se desarrolla en dos etapas. La primera consiste en un concurso en el que las parejas aspirantes de diversos países de Europa deben contar en redes sociales porqué merecen una boda de ensueño en las Islas Canarias. En la segunda etapa, se realiza un video promocional con la pareja ganadora con el contenido de la primera etapa, incluyendo la boda y se difunde en diversos medios especializados, como revistas femeninas (Enfemenino) y de bodas.²⁸

También Barcelona, cuenta con una web propia y especializada en el turismo de bodas de destino <http://barcelonaweddingsdestination.com/es/> . Barcelona Weddings es un programa creado con el objetivo de promocionar Barcelona como destino de bodas. Esta iniciativa forma parte de Turisme de Barcelona.

²⁸ PROMOTUR. TURISMO DE CANARIAS. GOBIERNO DE CANARIAS.
<<http://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/islas-canarias-se-promociona-como-destino-de-bodas-y-lunas-de-miel-con-una-novedosa-accion/>>

La web aporta información detallada sobre la ciudad de Barcelona, así como de los proveedores a los que pueden contactar las parejas para celebrar su enlace.

Ángela Valtueña explica que “las masías catalanas reúnen todos los requisitos que buscan las parejas británicas que desean casarse en el extranjero” y que principalmente buscan “algo diferente, bodas más íntimas y cierta garantía de que haga sol durante el día de la boda”. Pero Valtueña también lamenta las barreras legales del mercado español debido a la “imposibilidad de casarse por lo civil si uno de los dos no es residente en España por un tiempo aproximado de dos años”. Esto obliga a que muchas de las parejas acaben realizando una boda “simbólica”.²⁹

Por otra parte, la mayor parte de los británicos son anglicanos, con lo que “a pesar de ser legales las ceremonias católicas entre extranjeros tampoco es una opción muy clara para los clientes”, aunque sí que lo es para escoceses e irlandeses. Según Valtueña muchos países europeos y no europeos “son mucho más flexibles en esto e incluso Portugal, que también es bastante estricto en este sentido, está modificando la ley para facilitar el acceso a este tipo de turismo”.

En Madrid, por ejemplo, la concejala de Ciudadanos, Sofía Miranda propuso abrir el palacio de Torre Arias a la celebración de casamientos. “Viendo las cifras internacionales, el turismo que más crece es el de compras y el de bodas. En Italia nos llevan 20 años de ventaja”, defiende. El poder adquisitivo de las parejas que se casan fuera es alto y los invitados suelen alojarse en hoteles de cuatro y cinco estrellas, lo que supone una fuente de ingresos para los destinos que acogen el evento.³⁰

Estos motivos llevan a que España no sea uno de los destinos más populares para casarse, de ahí que no existan estadísticas al respecto pese a todo el dinero que mueve en el mundo la industria del turismo de bodas.

5.3 Turismo de bodas en la Comunitat Valenciana

Según datos de la Agència Valenciana del Turisme (2016), en su informe Actividad Turística, la Comunitat Valenciana fue el tercer destino turístico, por detrás de Andalucía y Cataluña, y el número de turistas creció un 16,6%, alcanzando un nuevo máximo histórico.³¹

Sin embargo, como podemos ver en el Plan de Acción de Marketing de la Agencia Valencia de Turismo, el turismo de boda no se encuentra entre uno de

²⁹ Jódar, Carles. LA VANGUARDIA. Aumentan las bodas de parejas británicas en casas de turismo rural catalanas

<<http://www.lavanguardia.com/local/bages/20130319/54368528842/aumentan-bodas-britanicos-casas-rurales-catalanas.html>>

³⁰ Sánchez, Álvaro (2015) EL PAIS. España no es lugar para casarse.

<https://elpais.com/economia/2015/11/06/actualidad/1446808697_760207.html>

³¹ AGENCIA VALENCIANA DE TURISME (2016)

<http://www.turisme.gva.es/tcv/tcv2016/1_actuivdad_CV2016c.pdf>

los productos turísticos a promocionar en su campaña de nuevos spots de productos turísticos: ³²

1. Sol y Playa, Vacacional
2. Mediterráneo Rural (naturaleza, activo y birdwatching)
3. Gastronomía mediterránea y turismo enológico
4. Cultural (rutas históricas, monumental y fiestas)
5. Festivales musicales mediterráneos/Millennials
6. Turismo Urbano
7. Deportes (golf, náutica y deportes marítimos, running, cicloturismo) asociados al concepto de wellbeing.
8. Turismo Familiar (diversos modelos familiares, actividades de ocio)
9. Escapadas
10. LGTB/Gay friendly
11. Turismo accesible

Esta es una de las razones por las que el turismo de bodas está muy poco presente en la Comunitat Valenciana, además de que la Ley de Costas no facilita el casarse en una playa española puesto que lo considera un evento privado y no un evento de interés cultural, que es para lo que suele conceder licencias a la hora de organizar un evento en una playa. Pero tras la reforma de la ley, deja la decisión en manos del consistorio del municipio en cuestión, previo pago de una tasa que varía según la población, y esto ha supuesto un leve crecimiento del turismo de bodas.

Así por ejemplo, encontramos que el ayuntamiento de El Vendrell (Tarragona) cobra una tasa de 1.000€ por una boda en el playa o que el ayuntamiento de Castelldefells (Barcelona) establece una tasa para empadronados en el municipio de 1.900€ y para no empadronados de 2.500€.

Tal y como informa ABC, en localidades levantinas como Denia, es el propio ayuntamiento el que oferta este tipo de celebraciones en su litoral. Los novios, que en su mayoría provienen de Madrid o de la misma Comunitat, sólo necesitan rellenar una instancia.³³

³² AGENCIA VALENCIA DE TURISME (2016)
<http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/Presentacion_jornada_Plan_Accion_Marketing_2017.pdf>

³³ Recarte, Jaime y Sagastume Bernando. ABC. El boom de las bodas en la playa.
<<http://www.abc.es/sociedad/20150823/abci-boom-bodas-playa-201508222124.html>>



Imagen 3. Boda a pie de playa en Canet de Berenguer (Valencia). Foto tomada de la web www.salonesmarblau.com

En otros municipios, como Benidorm, los mercados británico y noruego son los que más demandan este tipo de turismo. Los establecimientos hoteleros de Benidorm cifran en un 20% los enlaces de extranjeros que acogen al año.³⁴

Por otra parte, la pérdida de eventos reconocidos a nivel mundial como la America's Cup o el Gran Premio de Europa de la Formula 1, supone perder la oportunidad de dar a conocer a Valencia en el mundo.

A continuación vamos a presentar un listado de organizadores de bodas (Wedding planners) que operan en la Comunitat Valenciana.³⁵

CASTELLÓN – 9 proveedores

1. All you need is dream, Wedding & Events (Castellón de la Plana)
<https://www.dreameventsandcatering.com/>
2. Love Project (Villavieja)

³⁴ TRAVEL OPEN APPS. AGENCIA VALENCIANA DE TURISME. Turismo de bodas (2016)
<<https://www.travelopenapps.org/turismo-de-bodas-reinventando-el-sol-y-playa/>>

³⁵ Datos obtenidos de la web <https://www.zanky.com/es>, web de boda más internacional con presencia en 23 países y más de 50 millones de visitas anuales.

3. Sergi Mo – Maestro de ceremonias (Les Alqueries)
4. Fit for Weddings (Castellón de la Plana) <https://fitforweddings.es/>
5. El laboratorio imaginario (Castellón de la Plana)
<http://ellaboratorioimaginario.com/>
6. Nuvart (Castellón de la Plana)
7. Bodas y eventos con esencia (Nules)
8. Núr Bodes (Castellón de la Plana)
9. Els teus somnis (Castellón de la Plana) <https://www.elsteussomnis.com/>

De los 9 proveedores que encontramos en esta web en la provincia de Castellón, sólo dos de ellos, *All you need is dream*, *Wedding & Events* y *Fit for Weddings* trabajan con parejas extranjeras.

VALENCIA – 34 proveedores

1. A través del espejo (Sagunto) <http://www.atravesdelespejowp.com/>
2. Boheme Sensations (Valencia) <http://bohemesensations.com/>
3. Seven Weddings (Valencia) <https://www.sevenweddings.com/>
4. Pétalos y Arroz (Bon repós y Mirambell)
5. Atelier de la flor (Valencia) <http://atelierdelafior.com/>
6. El taller de Clo (Valencia) <http://eltallerdeclo.blogspot.com/>
7. Casarte by Fran Pérez (Valencia)
8. Malva Rosa Blues (Valencia)
9. Toñi Martín bodas y eventos (Foios) <https://iceatelier.com/>
10. MB – Wedding planner (Valencia)
11. ICE Atelier (Valencia) <https://iceatelier.com/>
12. Romeos y Julietas (Valencia) <http://www.romeosyjulietas.es/>
13. Red Velvet eventos (Alfajar) <http://www.redvelveteventos.com/>
14. En una nube (Valencia) <https://www.enunanubeeventos.com/>
15. El sueño de Patricia (Valencia) <http://elsuenodepatricia.blogspot.com/>
16. Eventos clandestine (Valencia) <https://eventosclandestine.com/>
17. Atelier de boda (Valencia) <http://atelierdeboda.es/>
18. Wedding Plan Art (Valencia) <http://www.weddingplanart.com/>

19. Señor y Señora de (Valencia) <http://www.xn--seoryseorade-bhbf.com/>
20. Exclusive Events by Monica Martí (Valencia) <http://www.exclusive-vents.com/>
21. Azaba eventos (Valencia) <http://azabaeventos.wixsite.com/azaba>
22. Para bodas, colores (Puzol) <https://parabodascolores.com/>
23. Imatge (Valencia) <http://imatge-eventos.com/>
24. Alma events (Valencia)
25. Nada convencional (Valencia) <http://www.nadaconvencional.net/>
26. MerakiPlan – Maestro de ceremonias (Valencia)
27. Con otro rollo Wedding planner (Valencia) <http://conotrorollo.com/>
28. Araventum (Valencia) <http://www.araventum.com/>
29. Macarena Gea – Bodas y algo más (Valencia)
30. Perla Rosa (Valencia) <http://www.perlarosa.es/>
31. El jardín de Mamá Ana (Valencia) <https://www.eljardindemamaana.com/>
32. Julieta Velvet (Valencia)
33. Promesse (Valencia)
34. Mediterranean celebrations (Valencia)

En este listado que nos ofrece la web www.zankyous.es encontramos que en la provincia de Valencia, sólo la empresa *Seven Weddings* se anuncia como Wedding Destination entre sus servicios, organizando bodas para extranjeros.

ALICANTE – 29 proveedores

1. Seven Weddings (Alicante)
2. Nebur Eventos (Alicante) <https://nebureventos.com/>
3. Grupo Bambú – Eventos con alma (Elche) <https://www.grupobambu.es/>
4. Me, crea tu boda (Alicante) <https://mecreatuboda.blogspot.com/>
5. En un rincón del desván (Alicante) <https://enunrincondeldesvan.com/>
6. Chantal Llorca (Benidorm) <https://www.chantalllorca.com/>
7. Cumpli2 (San Juan de Alicante) <http://www.cumpli2.com/>
8. Tu boda es única (Alicante) <https://www.tubodaesunica.com/>

9. A rayas – Let's celebrate (Elche)
10. Sak be – planificación de eventos (Alicante) <http://www.sakbe.es/>
11. Claudia&Zara Events and Wedding (Alicante)
12. Blue Velvet Eventos (Alicante) <http://www.bluevelveteventos.com/>
13. Juani Merino Wedding & Events (Alicante)
<http://juanimerinoeventos.com/>
14. Paloma Cruz Eventos (Alicante) <http://www.palomacruzeventos.com/>
15. Cuento y seguido (Alicante)
16. Buena C Alicante (Alicante)
17. Cuenta conmigo (Alicante)
- 18 Bodas con Love (Calpe) <http://www.bodasconloveblog.com/>
19. La idea que necesitas (San Juan de Alicante)
<http://www.laideaquenecesitas.com/>
20. Ariannape Wedding Planner (Alicante) <http://www.ariannape.es/>
21. Eventos de Algodón (Alicante) <http://www.eventosdealgodon.com/>
22. Lluvia de Purpurina (El Campello) <http://www.luviadepurpurina.com/>
23. LovEventos (Alicante) <http://loveventos.com/>
24. We Eventos (Alicante)
25. De tu boda un sueño (Alicante) <http://www.detubodaunsuenio.com/>
26. Andorina (Elche) <http://andorina.es/>
27. Kilindipia (Alcoy)
28. Miadreamer (Alicante) <http://miadreamer.es/>
29. E-espacio eventual (Altea) <http://www.espacioeventual.com/>

En la provincia de Alicante, encontramos que además de *Seven Weddings* que también opera en Valencia, sólo las empresas *Sak Be* y *De tu boda un sueño*, trabajan con parejas extranjeras.

Del mismo modo y para obtener información de primera mano y contrastar la información analizada en este estudio, hemos realizado una entrevista telefónica a dos empresas de wedding planners que organizan bodas para parejas extranjeras. En este caso se trata de empresas que trabajan a nivel nacional en varias ciudades de España, y entre otras, en ciudades de la Comunitat Valenciana.

Para ellos hemos confeccionado un cuestionario de 15 ítems repartidos en tres partes, y que hemos dejado en el anexo I.

La primera empresa es **Weddings & Events by Natalia Ortiz**. <https://nataliaortizevents.com/es/> . En este caso ha respondido a las preguntas Natalia Ortiz, fundadora y organizadora de bodas de esta empresa especializada. Organizan bodas en Barcelona, Madrid, Valencia, Mallorca y Tenerife.

Hemos dividido el cuestionario en cuatro partes, con preguntas que nos ayuden a alcanzar los objetivos planteados y que son:

- Definir el concepto turismo de bodas o bodas-destino.
- Describir el perfil del turista de bodas-destino.
- Definir la situación actual del turismo de bodas.
- Realizar una propuesta de promoción de la Comunitat Valenciana como destino para bodas-destino.

Así, pues vamos a ver las preguntas y respuestas de la primera empresa, Weddings & Events by Natalia Ortiz.

PARTE 1. Pregunta que responde al concepto de turismo de boda destino.

Pregunta 1. ¿Qué crees que lleva a las parejas a querer una boda destino?

Natalia Ortiz: Son parejas que buscan una boda original, única y exclusiva fuera de su lugar de residencia y que se traducen además en unas vacaciones inolvidables tanto para ellos, como para sus acompañantes.

PARTE 2. Preguntas que definen la situación actual del turismo de bodas:

1. ¿Cuántas bodas organizas al año?

Natalia Ortiz: Una media de 30 bodas al año.

2. ¿Qué duración media tienen estos eventos?

Natalia Ortiz: Suelen tener una duración media de entre 3 y 4 días, y en el caso de parejas americanas de entre 7 – 10 días, por la distancia.

3. ¿Cuál es el número de invitados asistentes?

Natalia Ortiz: Varía en función de la nacionalidad de las parejas, así podemos tener bodas de entre 30 – 50 invitados en el caso parejas americanas, bodas de entre 15 – 30 invitados en el caso de parejas rusas y de unos 100 invitados en el caso de parejas provenientes de UK.

4. ¿En qué espacios se realizan las bodas?

Natalia Ortiz: Solemos organizar las bodas tanto en resorts turísticos, como en playas o en villas o fincas, adaptándonos a las preferencias de las parejas.

5. ¿Cuáles son los meses elegidos por las parejas?

Natalia Ortiz: Varía también en función del lugar elegido para el enlace, puesto que, en caso de querer casarse a pie de playa, las licencias suelen concederse fuera del periodo estival que va desde junio a septiembre, por lo que las bodas en una playa suelen mayoritariamente durante los meses de abril y mayo u octubre.

En el caso de bodas en hoteles o villas las parejas eligen cualquier mes.

6. ¿Cuál es el porcentaje de bodas civiles?

Debido a los requisitos que establece la administración de 2 años de residencia legal en España de al menos uno de los contrayentes, cosa que dificulta bastante este tipo de enlaces, menos de un 10% de las bodas que organizamos son bodas civiles.

7. ¿Cuál es el porcentaje de bodas simbólicas?

Natalia Ortiz: Por lo que he dicho anteriormente, casi el 80 % de nuestras bodas, son bodas simbólicas.

8. ¿Cuál es el porcentaje de bodas religiosas?

Natalia Ortiz: Aunque es más sencillo que una boda civil puesto que no se requiere residencia legal en España, tampoco es una opción muy demandada entre nuestros clientes, puesto que también requiere de bastante documentación el poder casarse por la iglesia. Un punto a destacar para el mercado ruso, es que se pueden realizar bodas de ortodoxos.

PARTE 3. Preguntas que describen el perfil del turista de bodas-destino.

1. ¿De qué países proceden las parejas?

Natalia Ortiz: Nosotros trabajamos principalmente con EE. UU, Rusia y Norte de Europa.

2. ¿Cuál es la edad media de las parejas?

Natalia Ortiz: Vuelve a variar en función de la nacionalidad, en el caso de las parejas rusas la edad media es de unos 25 – 35 años, en el caso de los americanos la media sube a los 30 – 40 años y para las parejas del norte de Europa la media se sitúa entre los 28 – 35 años.

3. ¿Cuál es el presupuesto medio en una boda?

Natalia Ortiz: Es bastante difícil responder a esta pregunta, porque nos adaptamos a las necesidades y deseos de nuestros clientes, así que el presupuesto variará mucho de una boda sencilla a una boda exclusiva.

PARTE 4. Preguntas que ayudan a realizar una propuesta para la promoción de la Comunitat Valenciana como destino de bodas.

1. ¿A través de qué canales os promocionáis?

Natalia Ortiz: A través de webs especializadas en el sector de las bodas, redes sociales, publicaciones en revistas y blogs internacionales de bodas, o colaboraciones como por ejemplo con Rosa Clará (diseñadora de vestidos de novia).

2. ¿Crees que desde la Agencia Valencia de Turisme se da soporte al turismo de bodas?

Natalia Ortiz: Ninguno, de hecho, como he comentado anteriormente, nos promocionamos a través de webs y blogs de boda y no de turismo como tal.

3. ¿Te gustaría formar parte de una plataforma turística que englobase a todos los profesionales del sector?

Natalia Ortiz: Pienso que sería una manera de llegar a más clientes, puesto que, aunque tenemos muchas peticiones de boda para Barcelona, Mallorca o Tenerife, apenas nos llegan peticiones para Valencia, puesto que no la conocen.

Y la segunda empresa es **Spanish Wedding Planner**, <http://www.spanishweddingplanner.com/> donde nos atendió Jennifer McCloy, directora y organizadora de bodas afincada en España desde el 2004. Esta empresa organiza bodas en Gran Canaria, Málaga, Marbella, Sevilla, Granada, Nerja y Valencia.

Igualmente, vamos a ver las respuestas que nos ha proporcionado Jennifer McCloy.

PARTE 1. Pregunta que responde al concepto de turismo de boda destino.

1. ¿Qué crees que lleva a las parejas a querer una boda destino?

Jennifer McCloy: Los extranjeros aman el clima, la cultura y la gastronomía española.

PARTE 2. Preguntas que definen la situación actual del turismo de bodas.

1. ¿Cuántas bodas organiza al año?

Jeniffer McCloy: Una media de 70 bodas al año.

3. ¿Qué duración media tienen estos eventos?

Jeniffer McCloy: Unos 3 días.

4. ¿Cuál es el número de invitados asistentes?

Jeniffer McCloy: Las bodas que organizamos suelen tener una media de 40 – 60 invitados, aunque también tenemos bodas de hasta 100.

5. ¿En qué espacios se realizan las bodas?

Jeniffer McCloy: En hoteles, villas, cortijos o palacetes históricos. En Valencia, por ejemplo, tenemos la opción de organizar una boda en el Huerto de Santa Maria (Valencia), en La Barraca (El Palmar) o en el Palacio de Mercaderes (Valencia). Ofrecemos diferentes opciones para todos los gustos y bolsillos.

6. ¿Cuáles son los meses elegidos por las parejas?

Jeniffer McCloy: Principalmente de octubre a mayo, y en nuestro caso, los meses top son junio y septiembre.

7. ¿Cuál es el porcentaje de bodas civiles?

Jeniffer McCloy: Por la burocracia administrativa de este país, 0%.

8. ¿Cuál es el porcentaje de bodas simbólicas?

Jeniffer McCloy: Un 60% de nuestras bodas son simbólicas.

9. ¿Cuál es el porcentaje de bodas religiosas?

Jeniffer McCloy: El restante 40%.

PARTE 3. Preguntas que describen el perfil del turista de bodas-destino.

1. ¿De qué países proceden las parejas?

Jeniffer McCloy: Irlanda, UK, USA, Australia, Canadá y Francia.

2. ¿Cuál es la edad media de las parejas?

Jeniffer McCloy: En general, una media de 30 años.

3. ¿Cuál es el presupuesto medio en una boda?

Jeniffer McCloy: Podemos decir que unos 18.000€ de media.

PARTE 4. Preguntas que ayudan a realizar una propuesta para la promoción de la Comunitat Valenciana como destino de bodas.

1. ¿A través de qué canales os promocionáis?

Jeniffer McCloy: Redes sociales, webs y blogs especializadas en bodas...

2. ¿Crees que desde la Agència Valencia de Turisme se da soporte al turismo de bodas?

Jeniffer McCloy: Ninguno, de hecho, Valencia es donde menos trabajamos en la actualidad puesto que no existe promoción, además es mucho más caro que Andalucía por ejemplo y también operan menos vuelos.

3. ¿Te gustaría formar parte de una plataforma turística que englobase a todos los profesionales del sector?

Jeniffer McCloy: Claro, sería una forma de da más visibilidad a nuestro trabajo y de regularizar el sector, ya que ahora mismo, cualquiera puede montarse un negocio de organizador de bodas, y es una gran responsabilidad y supone un gran beneficio para la comunidad local y para España en general.

6. Análisis DAFO y Análisis PEST

6.1 Análisis DAFO

A continuación, vamos a realizar un análisis DAFO para determinar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades del Turismo de bodas de destino en España.

Esto nos ayudará a plantear las acciones que deberíamos poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas e intentar minimizar las amenazas teniendo en cuenta las debilidades y las fortalezas.

6.1.1 Debilidades

- Requisitos administrativos complejos. España requiere de un mínimo de 2 años de estancia en el país para matrimonios civiles legales.
- Poca tradición del uso de espacios públicos para eventos privados
- No hay una estrategia de promoción de España como destino de bodas
- Poco apoyo a las empresas del sector
- Escasez de profesionales especializados en el segmento de bodas

6.1.2 Amenazas

- Competencia de otros destinos más promocionados (México, Las Vegas o las Islas del Caribe) y con más tradición en la industria del turismo de bodas.
- Entrada en el mercado de destinos emergentes como Malta, Túnez o Croacia.
- Periodos más cortos de estancia como requisito legal para casarse en países como Portugal, Francia o Italia, o sin requisitos previos como en Dinamarca o Las Vegas.
- Facilidad para realizar enlaces en sitios históricos en otros países como Italia o Francia.

6.1.3 Fortalezas

- Buenas infraestructuras de transporte aéreo, con aeropuertos con buenas conexiones.
- Amplia infraestructura hotelera y de calidad.
- Atractivos naturales de excepcional belleza.
- Tradición turística y cultural.

- Excelente gastronomía.
- Buenas infraestructuras turísticas.

6.1.4 Oportunidades

- Auge del turismo de bodas destino.
- España como 2º destino preferido por turistas extranjeros.
- Bodas realizadas fuera de los meses de julio y agosto, lo que ayudaría a desestacionalizar.
- La ley que permite el matrimonio entre parejas del mismo sexo facilitaría atraer a parejas LGTB.

6.2 Análisis PEST

A través de un análisis PEST, vamos a analizar aquellos factores que dependen directamente del contexto político, económico social y tecnológico del momento actual.

6.2.1 Factores políticos

- España recibe “turistas prestados” provenientes de los países competidores del Mediterráneo oriental en plena inestabilidad, como Egipto, Túnez o Turquía.
- Recuperación de Cataluña después de los atentados terroristas sufridos en Barcelona y Cambrils, situándose como primera comunidad receptora de turistas.
- La última reforma de la Ley de Costas permite agilizar los trámites y el proceso de organización de bodas en la playa depende de los ayuntamientos del municipio en cuestión.

6.2.2 Factores económicos

- La crisis económica no ha impactado tanto en la actividad turística como en otros sectores.
- Tras la votación del Brexit, se pensó que la depreciación de la libra frente al euro podría reducir la capacidad de gasto del turista británico, sin embargo, en el 2017 llegaron a España casi 18 millones de turistas británicos, lo que supone un 7% más respecto al 2016.³⁶

³⁶ HOSTELTUR. Noticias de Turismo (2018).

- España aparece más debilitada en la competitividad en precios, donde se sitúa en el puesto 98 de 136. No es necesariamente malo: significa que el sector turismo de España no es fuerte por ser el más barato. Aquí ganan países como Irán, Egipto, Malasia o Argelia. Por detrás de España, es decir, menos competitivos por sus precios, se colocan países como Francia, Alemania, Italia o Reino Unido, según datos del informe del Fondo Económico Mundial.³⁷
- La burocracia en los negocios es una de las debilidades de España, se refieren a las facilidades para emprender, invertir e incluso contrata, señala también el informe del Fondo Económico Mundial.



Gráfico 4. Ránking mundial de la competitividad del turismo. Fuente: Foro Economía Mundial.

6.2.3 Factores sociales

- España se posiciona en el 2017 como segunda potencia en el ranquin de destinos preferidos por los turistas extranjeros.
- La movilidad de las personas propicia que parejas que viven en diferentes países decidan casarse en otro país intermedio.
- Las parejas apuestan por huir de lo tradicional y deciden convertir su boda en algo único e inolvidable.

<https://www.hosteltur.com/126380_espana-recibio-19-millones-turistas-britanicos-2017-6.html>

³⁷ Delgado, Cristina. EL PAIS. España lidera el ránking mundial de la competitividad del turismo (2017).

<https://elpais.com/economia/2017/04/05/actualidad/1491412519_346853.html>

6.2.4 Factores Tecnológicos

- En una era digital en la que las redes sociales han revolucionado nuestras vidas, surgen nuevas formas de promoción de productos o destinos a través de youtubers o influencers.
- El tener toda la información en páginas webs facilita que una pareja pueda contratar los servicios de un wedding planer sin necesidad de desplazarse al lugar de destino con anterioridad.
- El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) requieren de una rápida adaptación de las empresas y destinos a la era digital.

7. Propuesta de promoción de la Comunitat Valenciana como potencial destino de bodas en destino

Con respecto a la Comunitat Valenciana podemos decir que cuenta con todos los elementos que busca el mercado del turismo de bodas para convertirse en referente en España como destino de bodas:

- **Accesibilidad:** el aeropuerto que cuenta con mejores conexiones internacionales es el aeropuerto de Alicante, situándose en quinto lugar en tráfico de pasajeros. Por su parte el aeropuerto de Valencia se sitúa en este mismo ranquin en el puesto décimo, según datos de AENA.³⁸ Además, se encuentra a 1h40 min al este de Madrid en tren de alta velocidad y 3 horas al sur de Barcelona
- **Atractivo del destino:** las playas y los lugares singulares constituyen un fuerte atractivo para las parejas que buscan un lugar original e único para realizar su enlace. Ofrece una hermosa arquitectura, legado histórico, tiendas de lujo, vida nocturna, 135 kilómetros de costa además de una cocina especializada.
- **Variedad:** Tanto Alicante como Valencia cuentan con productos turísticos de calidad (resorts turísticos, hoteles, villas, cabañas valencianas, palacios góticos...)
- **Clima:** En líneas generales el clima de la Comunitat Valenciana se caracteriza porque la cantidad total de precipitaciones es baja, lo que permiten un mayor número de días de disfrute del sol, de las playas y de las actividades complementarias, lo cual equivale a más de 300 días, en comparación con otras regiones del norte peninsular donde llueve unos 170 días, ¡casi la mitad del año! aunque la mayor parte de estos días no se registra lluvia abundante, sino que son precipitaciones débiles entre 1 y 10 l/m².
- **Hospitalidad:** Los valencianos se caracterizan por su carácter amable y extrovertido.
- **Gastronomía:** La gastronomía valenciana se caracteriza por la riqueza de unas recetas ricas y saludables, cuyo secreto reside en la utilización de productos frescos del mar y de la huerta. Se trata de una cocina reconocida y aceptada internacionalmente, teniendo como máximo representante a la paella valenciana.

Para terminar, vamos a plantear una serie de estrategias a implementar para dar a conocer y potenciar a la Comunitat Valenciana como potencial destino de bodas destino:

- Hacer estudios de mercado para conocer a los competidores cercanos.
- Analizar los gustos y preferencias de las parejas como potenciales clientes.

³⁸ AENA. Estadísticas de tráfico aéreo.

<<http://www.aena.es/csee/Satellite?pagename=Estadisticas/Home>>

- Lanzar una plataforma desde la Agència Valenciana de Turisme, creando un portal de profesionales especializados en bodas que operan en la Comunitat València.
- Incluir al turismo de bodas como parte del Plan de Marketing de la Agencia Valencia del Turisme.
- Hacer uso de la tecnología: redes sociales, internet, y portales especializados de internet para campañas de publicidad y promoción.
- Promocionar el turismo de bodas en Ferias del Turismo tanto nacionales como internacionales.
- Realizar concursos en internet de paquetes turísticos para promocionar y hacer más atractivo el producto.

8. Conclusiones

Tras el estudio realizado, podemos concluir que el turismo de bodas genera unos ingresos muy altos en destino y que se trata de una modalidad de turismo que está en alza. Sin embargo, en España, y en concreto, en la Comunitat Valenciana, se trata de un segmento de turismo que todavía no se ha sabido explotar.

El turismo de bodas supondría 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.

Además, el hecho de crear una plataforma promocionada desde la propia Agència València de Turisme, como hemos propuesto en este trabajo, facilitaría, por una parte, la promoción de la Comunitat Valenciana en el extranjero como destino de bodas, y, por otra parte, ayudaría a formalizar el sector ya que serían profesionales contrastados por la propia Agència Valenciana de Turisme, evitando así el intrusismo en el sector.

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

Como hemos visto en el listado de organizadores de bodas (Wedding planners) que se aparecen en la web www.zankyou.es que se anuncia con presencia internacional en 23 países, la mayoría de estas empresas ni siquiera tienen su web en inglés y de un total de 72 proveedores que aparecen entre las 3 provincias de la Comunitat Valencia, sólo 5 de ellas se ofertan como Wedding Destination y tienen su página web, como mínimo, también en inglés, además de en español, mientras en Tarifa, por ejemplo, ofrecen sus servicios en 4 idiomas y en Canarias incluso en 8. En esta web se refleja claramente la poca profesionalidad del sector y una vez más del intrusismo, puesto que en esta web aparecen desde diseñadores de interiores pasando por oficiantes de ceremonias, hasta organizadores de fiestas de cumpleaños o “baby showers”.

Por otra parte, encontramos pocas empresas, pero muy especializadas dentro del sector del turismo de bodas de destino como *Spanish Wedding Planner, Si! Quiero, Natalia Ortiz Events o Spain4weddings*, que ofrecen sus servicios de Wedding Destination en el ámbito nacional, incluyendo la Comunitat Valenciana, con proveedores profesionales de reconocido prestigio, y que gracias a las entrevistas que les hemos hecho a alguna de ellas, hemos podido corroborar la información recogida en este estudio.

En relación a lo antes expuesto, nos encontramos con varios inconvenientes a la hora de promocionar a la Comunitat Valenciana como potencial destino de bodas.

En primer lugar, nos encontramos con que entre los productos turísticos del Plan de Acción de Marketing de la Agència Valenciana de Turisme, ni siquiera se hace mención al turismo de bodas de destino.

Podemos encontrar varias causas:

A priori, la ley de costas no facilita el casarse en la playa, aunque tras la reforma de la ley, se deja la decisión en manos del ayuntamiento en cuestión.

Además, por una parte, los requisitos legales para casarse en España dificultan la promoción de este tipo de turismo, puesto que se requiere que al menos uno de los contrayentes presente certificado de empadronamiento, y en caso de no tener domicilio legal en España, la boda no tendría validez legal. Esto da lugar a que muchos de los enlaces celebrados en España en general, se trate de “blessings” o bodas simbólicas. Desde las comunidades autónomas, se podría elevar una propuesta de modificación de la legislación al respecto, para facilitar los enlaces internacionales.

Y, por otra parte, se ofrecen pocas facilidades a la hora de realizar bodas en lugares públicos e históricos a diferencia de lo que ocurre en países como Italia o Francia.

Podemos concluir, pues, que en la Comunitat Valenciana, a pesar del gran potencial para posicionarse como destino de bodas, no se ha implementado esta modalidad turística. Existen iniciativas privadas aisladas, y una demanda desde el extranjero, por lo que habría que formalizar una propuesta para este sector, con una política pública adecuada, por ejemplo, a través de la Agència Valenciana de Turisme para aunar todos los colectivos implicados y aprovechar a medio plazo esta oportunidad de negocio como ya se está haciendo en Tenerife, Barcelona o Tarifa. Así, la Comunitat Valenciana dispondría de un nuevo elemento desestacionalizador en el sector turístico como alternativa al sol y playa: el turismo de bodas.

9. Bibliografía

AENA. AEROPUERTOS ESPAÑÓLES Y NAVEGACIÓN AÉREA. Estadísticas de tráfico aéreo.

<<http://www.aena.es/csee/Satellite?pagename=Estadisticas/Home> >

[Consulta: 10 de mayo de 2018]

AGENCIA VALENCIA DE TURISME, GENERALITAT VALENCIANA

Evolución de la actividad turística de la Comunitat Valenciana (2016)

<http://www.turisme.gva.es/tcv/tcv2016/1_actuivdad_CV2016c.pdf> [Consulta: 02 de noviembre de 2017]

Plan de acción de marketing (2017)

<http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/Presentacion_jornada_Plan_Accion_Marketing_2017.pdf> [Consulta: 23 de noviembre de 2017]

Balance turístico Comunitat Valenciana 2017.

<http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Balance_ano_2017.pdf > [Consulta: 18 de enero de 2018]

ARMIENTA, GUSTAVO. (2015) EL FINANCIERO. DIARIO ESPECIALIZADO EN FINANZAS, ECONOMÍA Y NEGOCIOS EN MÉXICO.

<<http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/turismo-y-bodas-un-matrimonio-perfecto.html> > [Consulta: 12 de enero]

CONEXO.NET. Diario online de congresos, reuniones e incentivos. El turismo de bodas, con alto potencial de crecimiento.

<<http://www.nexotur.com/noticia/86695/CONEXO/El-turismo-de-bodas-con-alto-potencial-de-crecimiento.html> > [Consulta: 18 de abril]

DELGADO, CRISTINA. EL PAIS. España lidera el ranking mundial de la competitividad del turismo (2017).

<https://elpais.com/economia/2017/04/05/actualidad/1491412519_346853.html > [Consulta: 15 de mayo de 2018]

DINERO.COM. Ranking de principales destinos turísticos del mundo, según la OMT (2018)

<<https://www.dinero.com/economia/articulo/ranking-de-principales-destinos-turisticos-del-mundo/254169> > [Consulta: 03 de mayo de 2018]

EL FINANCIERO. DIARIO ESPECIALIZADO EN FINANZAS, ECONOMÍA Y NEGOCIOS EN MÉXICO. Turismo y bodas, un matrimonio perfecto.

<<http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/turismo-y-bodas-un-matrimonio-perfecto.html> > [Consulta: 21 de marzo de 2018]

España. Ley 22/1988, de 28 de julio, de Costas. BOE, 29 de julio de 1988, núm. 181, p. 1988-18762. [Consulta: 04 de noviembre de 2017]

España. Ley 2/2013, de 29 de mayo, de protección y uso sostenible del litoral y de modificación de la Ley 22/1988, de 28 de julio, de Costas. BOE, 30 de mayo de 2013, núm. 129, p. 40691-40736. [Consulta: 04 de noviembre de 2017]

España. Reglamento General de Costas. BOE, 11 de octubre de 2014, núm. 247, p. 83098-83216. [Consulta: 05 de noviembre de 2017]

FUCI. FEDERACIÓN DE USUARIOS CONSUMIDORES INDEPENDIENTES. El coste medio de una boda se sitúa en los 16.534 euros.

<<http://www.fuci.es/?p=1464>> [Consulta: 23 de enero de 2018]

G. DÍAZ, LOREN. IBEROSTAR HOTELS & RESORTS (2017) Por qué casarse en el extranjero está de moda.

<<https://www.iberostar.com/inspiration-guide/lifestyle/bodas-casarse-extranjero-esta-moda/#>> [Consulta: 14 de marzo]

GOBIERNO DE CANARIAS

<<http://www.gobiernodecanarias.org/noticias/tcd/74761/turismo-canarias-lanza-blog-cinco-idiomas-vender-islas-destino-bodas-viajes-romanticos>> [Consulta: 15 de noviembre de 2017]

HERRERO BLANCO, P. (2000). *Gestión y organización de congresos: operativa, protocolo y ceremonial*. Madrid: Síntesis, D.L. [Consulta: 10 de noviembre de 2017]

HOSTELTUR. NOTICIAS DE TURISMO

<https://www.hosteltur.com/112342_tendencias-turismo-bodas-llega-playas-espandas.html> [Consulta: 18 de noviembre de 2017]

<https://www.hosteltur.com/150630_solo-playas-urbanas-podran-utilizarse-eventos-turisticos.html> [Consulta: 18 de noviembre de 2017]

<https://www.hosteltur.com/149400_italia-ingresa-315-m-gracias-al-turismo-bodas.html> [Consulta: 25 de enero de 2018]

<https://www.hosteltur.com/126380_espana-recibio-19-millones-turistas-britanicos-2017-6.html> [Consulta: 20 de abril de 2018]

IFEMA. FERIA DE MADRID. 1001 bodas.

<http://www.ifema.es/PresentacionInet/groups/public/documents/binario/if_137066.pdf> [Consulta: 16 de abril]

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

<http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176999&menu=ultiDatos&idp=1254735573002> [Consulta: 25 de noviembre de 2017]

JÓDAR, CARLES. LA VANGUARDIA. Aumentan las bodas de parejas británicas en casas de turismo rural catalanas

<<http://www.lavanguardia.com/local/bages/20130319/54368528842/aumentan-bodas-britanicos-casas-rurales-catalanas.html>> [Consulta: 24 de abril]

MUÑOZ BODA, S. (2010). *Protocolos y relaciones públicas*. Madrid: Paraninfo. [Consulta: 12 de noviembre de 2017]

OFICINA DE TURISMO DE LAS BAHAMAS

<<http://www.bahamasturismo.es/bodas-y-mas>> [Consulta: el 26 de noviembre de 2017]

OTERO ALVARADO, M.T. (2009). *Protocolo y organización de eventos*. Barcelona: Editorial UOC. [Consulta: 05 de noviembre de 2017]

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y PESCA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE. GOBIERNO DE ESPAÑA.

<<http://www.mapama.gob.es/es/costas/temas/modificacion-ley-costas/objetivos-contenido-reforma/ley-costas-objetivos.aspx>> [Consulta: 19 de noviembre de 2017]

<<http://www.mapama.gob.es/es/costas/temas/modificacion-ley-costas/objetivos-contenido-reforma/ley-costas-objetivos.aspx>> [Consulta: 19 de noviembre de 2017]

NEXOTUR. PLATAFORMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

<<http://www.nexotur.com/noticia/86695/CONEXO/El-turismo-de-bodas-con-alto-potencial-de-crecimiento.html>> [Consulta: 10 de enero de 2018]

PROMOTUR. TURISMO DE CANARIAS

<<https://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/turismo-de-canarias-recibe-a-los-ganadores-de-una-boda-sonada-posicionando-a-las-islas-como-destino-de-enlaces/>> [Consulta: 25 de noviembre de 2017]

<http://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/promotur-lanza-la-plataforma-bodas-y-lunas-de-miel/> [Consulta: 25 de noviembre de 217]

RECARTE, JAIME Y SAGASTUME BERNANDO. ABC. El boom de las bodas en la playa.

<<http://www.abc.es/sociedad/20150823/abci-boom-bodas-playa-201508222124.html>> [Consulta: 12 de febrero de 2018]

SANCHEZ, ALVARO. EL PAIS. España no es lugar para casarse (2015).

<https://elpais.com/economia/2015/11/06/actualidad/1446808697_760207.html> [Consulta: 25 de enero de 2018]

SECTUR, SECRETARIA DE TURISMO, GOBIERNO DE MÉXICO (2011). Diagnóstico de la oferta – Turismo de bodas.

<<http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/segmentosyproductos/publicacionesexternas/diagnosticobodas.pdf>> [Consulta: 17 de enero de 2018]

SUNSET BEACH CLUB HOTEL.

<<https://www.sunsetbeachclub.com/weddings/wedding-package-spain>> [Consulta: 26 de abril de 2018]

TRAVEL OPEN APPS. Turismo de bodas. (2016)

<https://www.travelopenapps.org/tag/turismo-de-bodas/> [Consulta: 20 de enero de 2018]

<<https://www.travelopenapps.org/turismo-de-bodas-reinventando-el-sol-y-playa/>
> [Consulta: 20 de enero de 2018]

VENUSBRIDAL

<<http://venusbridal.es/turismo-de-bodas-el-viaje-comienza-antes-de-la-luna-de-miel/>> [Consulta: 25 de abril]

ZANKYOU. Web de bodas.

<<https://www.zankyou.com/es>> [Consulta: 8 de mayo de 2018]