



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

El turismo de celebraciones para extranjeros en Valencia

Trabajo Fin de Grado

Grado en Turismo

AUTOR/A: Espinoza Espinoza, Daniela

Tutor/a: Canós Darós, Lourdes

Cotutor/a: Pons Morera, Carlos

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

## RESUMEN

Valencia es una ciudad ubicada en la costa este de España, conocida por su arquitectura impresionante, su deliciosa gastronomía y su clima mediterráneo. Dispone de muchas atracciones turísticas: el centro histórico, las playas, una gran variedad de museos, las plazas, el puerto, etc. Valencia tiene mucho que ofrecer y, por eso la quieren tanto los turistas. Se puede tardar un buen rato en nombrar todo lo que ofrece la ciudad. Da la impresión de que Valencia ya no podría sorprender a los turistas con algo nuevo. Para demostrar que no es así se plantea este trabajo final de grado, en el cual se desarrollará nuevo producto turístico: el turismo de celebraciones.

Mucha gente sueña con celebrar su cumpleaños, aniversario de boda o despedida de soltero/a en un destino como Valencia. La ciudad dispone de todo lo necesario para celebrar grandes eventos y fiestas: las discotecas, los bares, los restaurantes, las playas y otros espacios abiertos. Otra razón por la que Valencia atrae a la gente a celebrar sus ocasiones especiales es su clima cálido, soleado y húmedo durante todo el año, lo que lo convierte en un lugar perfecto.

Cualquier tipo de turista podría celebrar su fiesta en Valencia, pero en este trabajo se va a analizar la posibilidad de atracción de los turistas internacionales (sobre todo de los países postsoviéticos, ya que ellos son los principales turistas potenciales).

**Palabras clave:** Valencia, turistas, turismo de celebraciones, fiesta, países postsoviéticos.

## **ABSTRACT**

Valencia is a city located on the east coast of Spain, it is known for its impressive architecture, delicious cuisine, and Mediterranean climate. There are many tourist attractions: the historic center, beaches, a great variety of museums, squares, the port, etc. Valencia has a lot to offer, that is why tourists love it so much. It can take a long time to mention all the things the city offers. It seems that Valencia can't surprise tourists with something new. This Final Degree Project arises with the aim of demonstrating that it isn't true. The main objective of my work is renew the image of the city through the development of a new product: celebration tourism.

Many people dream about celebrating their birthday, wedding anniversary or bachelor party in a destiny like Valencia. The city has everything necessary for celebrating great events and parties: clubs, bars, restaurants, beaches and other open spaces. Another reason why Valencia attracts people to celebrate their special occasions is its warm, sunny and humid climate throughout the year, making it an ideal place.

Every kind of tourist can celebrate his party in Valencia but this work will explore the possibility of attraction of international tourists (especially from the post-Soviet countries, as they are the main potential tourists).

**Key words:** Valencia, tourists, celebration tourism, party, post-Soviet countries.

## Índice

Índice de ilustraciones .....	4
Índice de tablas .....	4
Índice de figuras.....	4
1. Introducción .....	5
1.1 Objetivos.....	6
1.2 Metodología.....	6
2. Turismo de celebraciones .....	9
3. Producto turístico .....	11
4. Entrevistas y encuestas.....	14
4.1 Entrevistas.....	14
4.2 Encuestas .....	15
4.3 Análisis de las encuestas.....	16
5. Perfil del turista .....	22
6. Análisis de la oferta turística .....	24
7. Estrategía de organización de un evento .....	28
8. Programa provisional .....	30
9. La idea del negocio.....	37
9.1 Propuestas de promoción del negocio.....	43
10. Conclusiones .....	48
11. Bibliografía .....	50
Anexo I .....	53

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1 - Página web de "Tu fin de carrera" .....	10
Ilustración 2 - Página web de "WOM Viajes" .....	10
Ilustración 3 - Página web de "La Vanguardia" .....	22

## Índice de tablas

Tabla 1 - Nuevo producto turístico.....	13
Tabla 2 - Preferencias de las encuestadas según su edad.....	16
Tabla 3 - Preferencias de los encuestados según su edad.....	17
Tabla 4 - Preferencias del total de los encuestados .....	19
Tabla 5 - Celebraciones solicitadas por los encuestados .....	20
Tabla 6 - Trabajadores necesarios.....	40
Tabla 7 - Costes iniciales (1 año).....	42
Tabla 8 - Costes iniciales (1 mes).....	42

## Índice de figuras

Figura 1 - Preferencias de las encuestadas según su edad.....	17
Figura 2 - Preferencias de los encuestados según su edad.....	18
Figura 3 - Preferencias del total de los encuestados .....	20
Figura 4 - Celebraciones solicitadas por los encuestados .....	21

# 1. Introducción

Valencia atrae a los turistas de todo el mundo. Es una de las ciudades más turísticas de España. Buen clima, gastronomía, arquitectura...¿Qué es lo que convierte a Valencia en un destino deseable a visitar?

El principal producto turístico de Valencia es el turismo de sol y playa (Hosteltur, 2023). Maravillosas playas y el mejor clima del país hacen que cada año muchos turistas vengan a la capital de la Comunidad Valenciana. La Comunitat Valenciana recibió 10,49 millones de turistas internacionales en 2023, que dejaron 12.575 millones de euros, lo que convierte a esta región en el quinto destino principal por número de viajeros extranjeros (Valenciaplaza, 2024).

Otra razón por la que mucha gente viene a Valencia es el turismo cultural. La Plaza del Ayuntamiento, la Plaza de la Reina, la Catedral de Valencia, el barrio del Carmen, la Plaza de la Virgen y, por supuesto, la Ciudad de las Artes y las Ciencias son los principales reclamos turísticos de la ciudad. Comparando con Barcelona o Madrid, Valencia es una ciudad pequeña, pero esto no significa que tiene poco que ofrecer.

Uno de los principales atractivos de Valencia a nivel turístico son Las Fallas. Además de estar catalogadas como fiesta de Interés Turístico Internacional, la UNESCO las inscribió en su Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (Zaragoza, 2011).

Como se puede observar, los turistas vienen a Valencia por las mismas razones (sol, playa, turismo cultural). Aún así la capital de la Comunidad Valenciana puede sorprender a sus visitantes con un nuevo producto turístico: turismo de celebraciones. Ese tipo de turismo se define como el dedicado a aquellas personas que buscan vivir experiencias nuevas, salir de la rutina, celebrar los eventos más importantes en un destino soleado y atractivo. En este trabajo en particular se investigará un segmento poco estudiado para este tipo de productos: los turistas de los países postsoviéticos interesados en celebrar algunos acontecimientos especiales en un lugar como Valencia.

Para el estudio del tema se siguieron los siguientes pasos. En primer lugar, se investigarán los gustos y los deseos de los clientes potenciales. Posteriormente se analizarán los resultados obtenidos para definir de manera concreta el perfil del turista y saber qué es lo que espera el cliente potencial de una fiesta organizada fuera de su país/ciudad.

Se presentará un plan provisional de una fiesta/celebración, es decir, se especificarán los detalles del proceso de la organización. Se presentará una idea de negocio, en otras palabras se estimará cuánto dinero se necesitará para poner en práctica el negocio, con cuántos trabajadores debe contar, a cuánto vender el producto turístico, etc. Mediante la investigación y el desarrollo de la idea de negocio se persigue la intención de diversificar la oferta turística de la zona. El cliente objetivo es un turista (puede ser de cualquier país, pero la idea de éste negocio es atraer a los turistas de los países postsoviéticos) con un elevado poder adquisitivo y que no repare en gastos.

## 1.1 Objetivos

### *Objetivo principal*

El objetivo principal de este trabajo es proponer una idea de negocio para organizar celebraciones de diferente tipo de eventos en Valencia para extranjeros.

### *Objetivos Secundarios*

- Descubrir los gustos y los deseos de los clientes potenciales (turistas procedentes de países postsoviéticos);
- Analizar qué es lo que puede ofrecer la ciudad de Valencia;
- Hacer un plan provisional de una fiesta o una celebración

## 1.2 Metodología

Ya que en éste trabajo se propone una idea de un nuevo producto turístico, el proceso de recopilación de todos los datos y la información necesaria para el trabajo ha sido largo y difícil.

Al principio de la investigación se encontró una dificultad – la escasa información sobre el turismo de celebraciones, puesto que es un producto turístico poco desarrollado hay pocos libros publicados especializados en ese tipo de turismo. Tampoco hay mucha información en internet, son sumamente escasos los estudios documentales y de campo encontrados que analicen el fenómeno de turismo de celebraciones.

La metodología empleada en este trabajo es una metodología de investigación mixta, ya que combina elementos de investigación cualitativa y cuantitativa. La metodología cualitativa está basada en la búsqueda, recolección y análisis de datos del tema objeto de este TFG. Se han

consultado diversas páginas webs y artículos en tres idiomas distintos: castellano, ruso e inglés.

Uno de los objetivos secundarios era descubrir los gustos y los deseos de los turistas potenciales para poder ofrecer un producto turístico que pueda satisfacer la demanda potencial. Los datos primarios para la obtención de la información necesaria han sido las entrevistas (metodología cualitativa) y las encuestas (metodología cuantitativa), y los datos secundarios han sido las redes sociales (Vkontakte, Telegram, Instagram), e informes.

Una de las dificultades más importantes es la poca información respecto a los servicios que pueden demandar los ciudadanos de los países postsoviéticos en cuanto al turismo de celebraciones. Para ampliar el conocimiento en el tema de la demanda turística y conocer mejor las expectativas de los clientes potenciales se ha realizado una serie de entrevistas con personas rusoparlantes de distintos países postsoviéticos. Las entrevistas tuvieron lugar en Valencia, ya que en los últimos 2 años se ha incrementado mucho la migración de varios estados postsoviéticos, sobre todo de los países como Ucrania y Rusia (Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, 2024). Se han entrevistado a 6 personas de los siguientes países: Rusia, Bielorrusia, Ucrania, Armenia, Kazajistán y Moldavia. Los entrevistados fueron elegidos a través de un grupo de Telegram que se llama “Валенсия объявления”, “Valencia: anuncios” (el mismo grupo de gente rusohablante, en el cual se publicó la encuesta). Las entrevistas han durado 15 minutos cada una y han sido cara a cara, y las preguntas han sido abiertas. La existencia de un idioma común en estos países ha facilitado realizar las entrevistas en ruso.

En cuanto a las encuestas, el objetivo era llegar a un público diverso y obtener una amplia gama de perspectivas sobre el turismo de celebraciones en Valencia. 12 personas de varios países postsoviéticos contestaron 12 preguntas (cerradas y unas cuantas abiertas) a través de Telegram (la encuesta fue publicada en un grupo de gente rusoparlante en Valencia “Валенсия объявления”, “Valencia: anuncios”).

Tras comprobar en la web y en trabajos publicados que no existían encuestas con preguntas centradas en el tema que se está tratando, se ha optado por plantear unas preguntas con interés para el tema. Las preguntas de la encuesta están estructuradas de manera uniforme, lo que facilita la recopilación y el análisis de datos.

Después de haber analizado los resultados de las encuestas y las entrevistas, se han hecho investigaciones sobre el mercado de ocio en Valencia, en concreto, los sitios que podrían ser incluidos en las rutas que se ofrecen a los clientes potenciales. Dichas rutas están presentadas en programas provisionales para ocasiones distintas en los anexos.

Para terminar, se celebró una consulta sobre los aspectos básicos de gestión de una empresa con el director y el manager de la compañía Tour Me Out - una empresa que organiza actividades para turistas de todo el mundo en Valencia. Ofrecen guías turísticas, bike tour, tapas tour, pub crawl, clases de salsa/bachata y clases de paella. La entrevista tuvo lugar en su oficina en Valencia donde el director y el manager explicaron como funciona su empresa, como colaboran con los proveedores, como organizan fiestas para turistas y de que se encarga cada empleado.

## 2. Turismo de celebraciones

El turismo de celebraciones es una combinación de turismo y diversión. Si bien hasta hace poco los cumpleaños y las despedidas de soltero/a consistían en un día de diversión entre amigos, en la actualidad es común encontrar paquetes comerciales de actividades turísticas y de animación. Estos paquetes turísticos se reservan para grupos organizados de jóvenes que desean pasar un fin de semana o unos días en otra ciudad combinando actividades turísticas con elementos de fiesta y diversión. Tras haber hecho la búsqueda, resulta que no existe una constancia estadística al respecto, debido a que se trata de un mercado floreciente y todavía poco desarrollado.

En otras palabras, el turismo de celebraciones forma parte del llamado turismo de diversión (García, 2016), en el cual se incluyen la celebración de aniversarios, de bodas, cumpleaños, despedidas de soltero/a y lunas de miel.

El turismo de celebraciones se caracteriza por un viaje en el que los turistas celebran una ocasión especial, una vez que sean 2 personas (una pareja) o más. Se trata de una celebración que se realiza fuera de la ciudad donde las personas residen habitualmente y en la que los amigos y familiares tienen que desplazarse. Este tipo de viaje incluye también actividades en grupo/pareja, fiestas temáticas, visitas a lugares interesantes y cenas en los mejores restaurantes de la ciudad. (Varlamov, Youtube, 2022)

Irse de viaje para celebrar un evento especial es quizás una de las decisiones más habituales, y es que no son pocos los grupos de amigos que desean salir de su país y pasar un buen rato en un lugar nuevo. España es uno de los destinos más populares entre los europeos de distintas edades. Los jóvenes vienen aquí en búsqueda de diversión, fiestas y discotecas, y la gente mayor viene a disfrutar del clima mediterráneo, sol y playa.

Tal ha sido el crecimiento de este mercado en el sector turístico en los últimos años (Marc, Por conocer, 2020) que existe a día de hoy incluso agencias de viajes especializadas en estos grupos de turistas y empresas dedicadas en exclusiva a ofrecer todo tipo de actividades divertidas para varias ocasiones (Tu fin de carrera, 2023) (WOM Viajes, 2024). Ver Ilustración 1 - Página web de "Tu fin de carrera" y Ilustración 2 - Página web de "WOM Viajes".



Ilustración 1 - Página web de "Tu fin de carrera". Fuente: Tu fin de carrera (2023)



Ilustración 2 - Página web de "WOM Viajes". Fuente: WOM Viajes (2023)

Sea cual sea el destino elegido, lo cierto es que, combinar actividades turísticas con actividades típicas de una celebración de una ocasión especial es, hoy por hoy, la opción más demandada por quienes quieren disfrutar de unos días inolvidables fuera de su entorno habitual con sus seres queridos.

### 3. Producto turístico

Según la definición de ONU Turismo, un producto turístico es "una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital" (ONU Turismo, s.f.).

Se distinguen dos niveles del producto turístico:

- Producto turístico global o integral: está formado por los atractivos de la zona, sus infraestructuras, etc. Una de las características fundamentales de este producto es que debido a su complejidad no existe un único responsable, pues están implicados tanto el sector público como el privado.
- Producto turístico a nivel empresarial: es el conjunto de componentes ofrecido por las distintas empresas turísticas a sus clientes.

El éxito de la estrategia de creación de productos turísticos depende de:

- La habilidad para elegir el tipo de turistas que conviene y se quiere atraer
- Ofrecer un producto turístico que pueda satisfacer a la demanda real y potencial

El producto turístico se entiende como una promesa de uso y disfrute de la oferta turística, adaptada a las experiencias que buscan los clientes, ya que el consumo del producto no es inmediato, tiene lugar más tarde, cuando el cliente inicia sus vacaciones y se desplaza hasta el destino turístico para conocer lo que ha comprado y hacer uso de ello (Nicolau).

Los elementos del producto turístico son (ceupe, s.f.):

1. Recursos turísticos del destino
2. Servicios y equipamientos turísticos
3. Accesibilidad: es el desplazamiento del turista hacia el lugar que ha elegido y las condiciones de movilidad dentro de él, que incluye los siguientes aspectos: costo, comodidad y rapidez, los medios de transportes disponibles y confortables
  - Infraestructura: carreteras, aeropuertos, estaciones de tren o de autobús, etc.
  - Tipos de transporte disponibles (taxis, autobuses, trenes, aviones, etc.), rutas, frecuencias y precios

4. Imagen del destino turístico: es clave en la decisión de un turista que visita un destino y representa el principal motivo de aceptación o rechazo. Imagen influenciada por lo que se publica o por comentarios de boca en boca.
5. Precio de venta: es lo que paga el turista por la suma de todos los servicios de alojamiento, transporte, manutención y disfrute de sus actividades de ocio y recreativas, durante su viaje.

A la hora de elaborar un producto turístico hay que tener en cuenta los siguientes puntos:

- Tipo de negocio que se quiere crear: debe estar de acuerdo a las preferencias y motivaciones que han mostrado los turistas actuales (Turismo cultural, de negocios, deportivo, etc.).
- Tipo de productos que se quieren ofrecer: se crearán teniendo en cuenta que los productos son diferentes combinaciones de recursos y servicios turísticos, pensados para diferentes públicos (elementos de la oferta turística de la zona, combinación para uno o varios productos).

Turismo de celebraciones en Valencia va a ser un nuevo producto turístico para la ciudad, ya que aún no está muy desarrollado y no hay muchas empresas que se encargan de organizar fiestas para ocasiones especiales de gente extranjera. Ese producto va ayudar a refrescar la imagen de la ciudad y permitirá a mostrar a los turistas los lugares que a lo mejor no descubrirían por si mismos.

A continuación se presenta una tabla de niveles, elementos u otros detalles del producto turístico que se desarrolla en éste tfg:

<b>El nuevo producto turístico – Turismo de celebraciones en Valencia</b>	
Nivel del producto turístico	Nivel empresarial
Tipo de turistas que se quiere atraer	Turistas internacionales, sobre todo la gente de los países postsoviéticos
Recursos turísticos del destino	El centro historico, la ciudad de las artes y las ciencias, las playas, Albufera, Bioparc, Port Saplaya
Servicios turísticos	Visitas guiadas por la ciudad, pub crawl, alquiler de bicicletas/segways/yates/barcos, oficinas de turismo
Accesibilidad	Aeropuerto de Valencia-Manises, Estación de autobuses en Valencia, Estación del Nord, Estación de Valencia Joaquín Sorrolla Metro, buses, tranvías, taxis, Valenbisi
Precio a la venta del producto	Depende del programa
Tipo de negocio que se quiere crear	Una empresa de eventos para gente extranjera
Tipo de productos que se quieren ofrecer	Celebraciones de eventos en Valencia

*Tabla 1 - Nuevo producto turístico. Fuente: elaboración propia*

## 4. Entrevistas y encuestas

Para averiguar que experiencias buscan los clientes potenciales y cómo satisfacer sus expectativas, se han hecho varias entrevistas y encuestas. A continuación se desarrollarán sus preguntas y se analizarán los resultados obtenidos.

### 4.1 Entrevistas

Las entrevistas tuvieron lugar en una cafetería en Valencia, cada una duró aproximadamente 15 minutos. Las preguntas fueron las siguientes:

- ¿Qué es lo que más te gusta de Valencia?
- ¿Qué sitios sueles visitar aquí?
- ¿Qué opinas sobre el tema de organización de eventos en Valencia?
- ¿Has celebrado una ocasión especial en Valencia?
- Tus 3 bares/restaurantes/discotecas favoritos en Valencia
- ¿Dónde y cómo te gustaría celebrar tu cumpleaños/despida de soltero/a/aniversario o luna de miel?

A través de las entrevistas, se haya identificado que todos los clientes comparten preferencias y gustos similares y cómo vienen de la misma zona geográfica (la antigua Unión Soviética) ese hecho tiene mucho sentido, ya que es común que compartan mentalidades, costumbres, e incluso valores culturales similares. A todos les encanta el clima mediterráneo, pasar tiempo en la playa e ir a restaurantes de buena calidad. Suelen visitar las mismas discotecas, cafeterías, restaurantes y lugares en general. En cuanto a las celebraciones de ocasiones especiales, todos mencionaron, que les hace falta una empresa que podría encargarse de la organización de un cumpleaños, aniversario o cualquier otro tipo de fiesta, ya que les gusta celebrar a lo grande y es mucho más fácil contratar a una persona profesional, que hacer todo ellos mismos.

En pocas palabras, la recopilación de los datos a través de las entrevistas permitió explorar las experiencias, percepciones y emociones de los participantes y obtener el conocimiento más profundo sobre el tema de celebraciones de ocasiones especiales en Valencia.

## 4.2 Encuestas

La encuesta originaria ha sido entregada en el idioma ruso, ya que los encuestados proceden de los países postsoviéticos y ruso es su primer o segundo idioma.

El cuestionario en castellano (traducción)

1. ¿Nombre? ¿De dónde es usted? (de qué país)
  
2. Edad
  - Entre 18 y 30
  - Entre 30 y 40
  - Entre 40 y 50
  - Entre 50 y 65
  
3. Sexo:
  - Mujer
  - Hombre
  
4. Profesión/Ocupación:
  
5. ¿Cuál es su hobby?
  
6. ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?
  
7. ¿Viaja cada año?
  - Sí
  - No
- a) ¿Cuántos viajes hace al año? (a los que han contestado sí)
  - 1-2
  - 3-4
  - Más de 4
8. ¿Le gustaría celebrar su cumpleaños/aniversario/luna de miel/despedida de soltero/a fuera de su país?
  - Sí
  - No
- a) ¿Dónde le gustaría realizar su celebración? (a los que han contestado sí)

- En la playa
  - En una discoteca
  - En un restaurante
  - En una casa alquilada
  - En un hotel
9. ¿Sabe si sus amigos/invitados estarían dispuestos a viajar a otro país para celebrar una fiesta?
- Sí, estarían
  - No, no estarían
  - Ns
10. ¿En su opinión, España es un país adecuado para celebrar allí su cumpleaños/luna de miel /despedida de soltero/a?
- Sí
  - No
11. ¿Ha estado alguna vez en Valencia?
- Sí
  - No
- a) ¿Qué es lo que más le ha gustado? (a los que han contestado sí)
- b) ¿Le gustaría visitar Valencia? (a los que han contestado no)
12. ¿Ha escuchado hablar o tienes información de Valencia?
- Sí
  - No
- a) A través de que medios?

### 4.3 Análisis de las encuestas

A continuación se analizarán los datos obtenidos en las encuestas y se verá en qué lugar y que ocasión especial le gustaría celebrar a los encuestados.

Preferencias de las encuestadas (mujeres) según su edad

Edad	Playa	Discoteca	Restaurante	Casa alquilada	Hotel
18-30	2		1	1	
30-40	1	1			
40-50			1		1
50-65				2	

*Tabla 2 - Preferencias de las encuestadas según su edad. Fuente: elaboración propia*

La Tabla 2 muestra las preferencias de lugar de celebración de un evento de encuestadas en función de su edad. Cada fila representa un rango de edad y las columnas representan las opciones de lugar de celebración.

Aquí hay algunas observaciones generales basadas en la Figura 1:

- La playa es una opción popular para las encuestadas más jóvenes (18-30 años).
- Las discotecas y la playa son unas opciones para el grupo de edad de 30-40 años.
- Los restaurantes y hoteles son unas opciones para las encuestadas de 40-50 años.
- Las encuestadas en el grupo de edad de 50-65 años prefieren alquilar una casa para celebrar un evento.

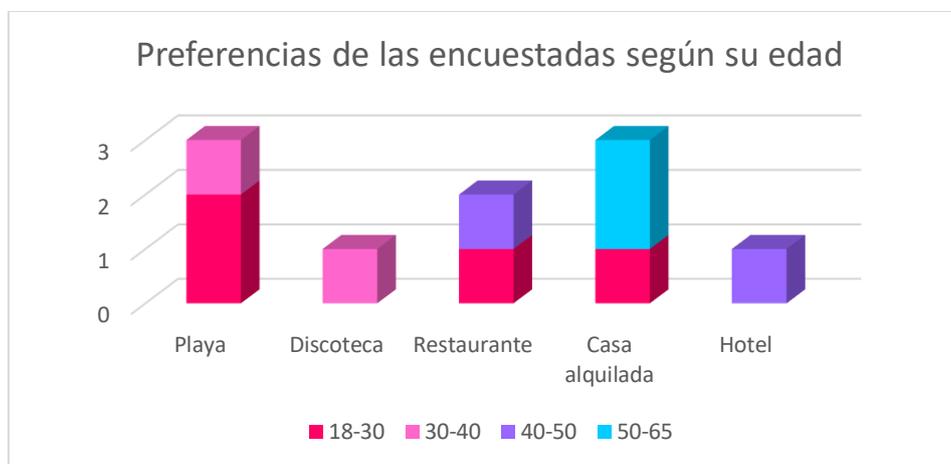


Figura 1 - Preferencias de las encuestadas según su edad. Fuente: elaboración propia

#### Preferencias de los encuestados (hombres) según su edad

Edad	Playa	Discoteca	Restaurante	Casa alquilada	Hotel
18-30	1	1		1	
30-40	1	1	1	1	
40-50			1		
50-65	1				

Tabla 3 - Preferencias de los encuestados según su edad. Fuente: elaboración propia

Según los datos obtenidos de la Tabla 3 y de la Figura 2:

#### Grupo de Edad 18-30

- Este grupo muestra una preferencia diversa.
- Prefieren la playa, lo que sugiere que disfrutan de las actividades al aire libre y el ambiente costero.

- También están interesados en discotecas, lo que refleja un interés en la vida nocturna y el entretenimiento.
- Además, algunos de ellos prefieren alquilar una casa, lo que podría indicar un deseo de una experiencia de alojamiento más independiente o compartida.

### Grupo de Edad 30-40

- Este grupo muestra una amplia gama de preferencias.
- Prefieren la playa, lo que indica un interés continuo en las actividades al aire libre.
- La elección de discotecas sugiere que este grupo también valora la vida nocturna y el entretenimiento.
- Además, prefieren restaurantes, lo que sugiere un interés en la gastronomía local.
- Algunos de ellos también prefieren alquilar una casa, lo que podría reflejar un deseo de alojamiento más privado o espacioso.

### Grupo de Edad 40-50

- Prefieren restaurantes, lo que indica un interés en la experiencia gastronómica.

### Grupo de Edad 50-65

- Este grupo tiene una preferencia por la playa, lo que sugiere un interés en actividades al aire libre y relajación en la costa.

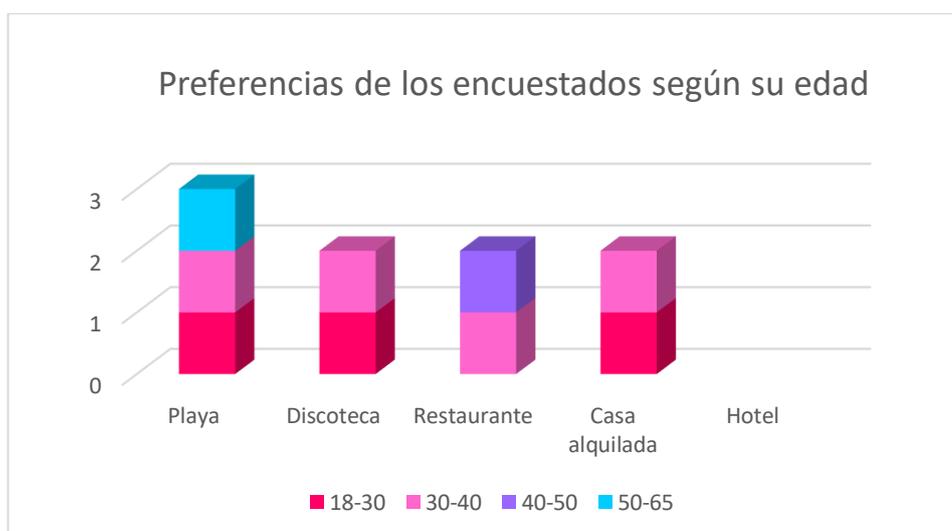


Figura 2 - Preferencias de los encuestados según su edad. Fuente: elaboración propia

## Preferencias del total de los encuestados

Numero de encuestados	Playa	Discoteca	Restaurante	Casa alquilada	Hotel
12	6	3	4	5	1

Tabla 4 - Preferencias del total de los encuestados. Fuente: elaboración propia

La encuesta se realizó a un total de 12 personas.

### **Preferencias de lugar según la Tabla 4:**

- **Playa:** La playa es la opción más popular entre los encuestados, con 6 de las 12 personas prefiriendo este lugar. Esto sugiere un fuerte interés en disfrutar del ambiente costero y las actividades relacionadas con la playa en Valencia.
- **Discoteca:** Un total de 3 encuestados expresaron preferencia por las discotecas. Esto indica que un segmento significativo de la muestra disfruta de la vida nocturna y el entretenimiento relacionado con discotecas.
- **Restaurante:** 4 de las 12 personas prefieren restaurantes para su fiesta. Esto resalta la importancia de la gastronomía y la experiencia culinaria para una parte significativa de la muestra.
- **Casa Alquilada:** La opción de alquilar una para celebrar un evento fue preferida por 5 de los encuestados. Esto sugiere que una parte considerable de la muestra valora la privacidad y la comodidad que ofrece el alquiler de casas durante su estadía.
- **Hotel:** Solo 1 de los encuestados expresó preferencia por un hotel como opción de celebración. Esto indica que, en esta muestra, la preferencia por hoteles es la menos común en comparación con otras opciones.

Como se puede observar en la Figura 3, estos datos muestran que la playa es la actividad más popular entre los encuestados, seguida de cerca por la preferencia por alquilar una casa y disfrutar de restaurantes. Las discotecas también son populares, pero en menor medida. La preferencia por hoteles es la menos común en esta muestra.

Es importante mencionar que esta muestra no representa a la totalidad de visitantes del este que vienen a Valencia a celebrar eventos, aún así, la información obtenida ayuda a tener una idea de qué es lo que busca un turista postsoviético y cuáles son sus preferencias.

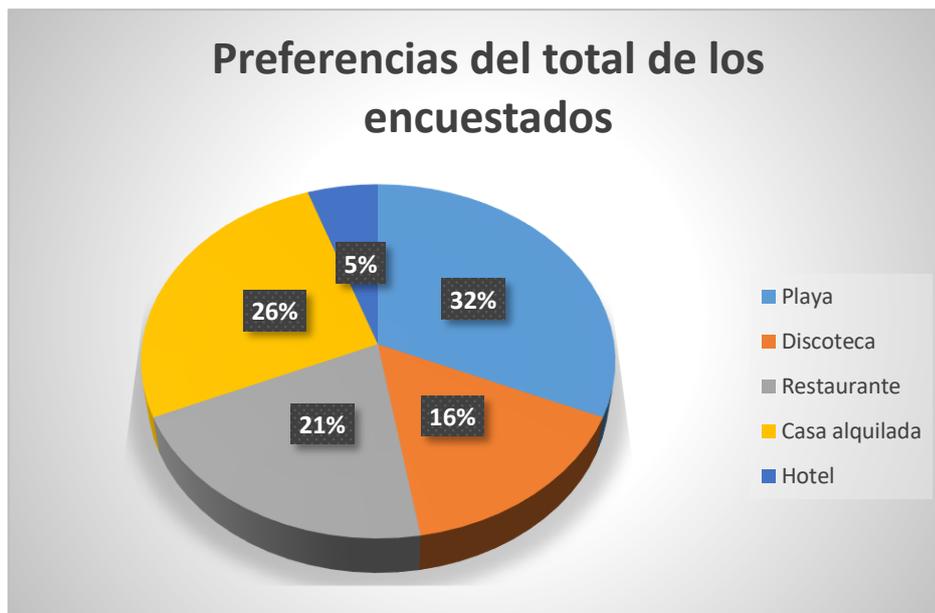


Figura 3 - Preferencias del total de los encuestados. Fuente: elaboración propia

#### Celebraciones solicitadas por los encuestados

Numero de encuestados	Aniversario	Cumpleaños	Despedida de soltero	Luna de miel
12	4	5	2	1

Tabla 5 - Celebraciones solicitadas por los encuestados. Fuente: elaboración propia

La Tabla 5 representa el número de encuestados que tienen preferencias específicas para diferentes tipos de celebraciones o eventos en Valencia. Aquí está la interpretación de estos datos:

- **Aniversario:** 4 de los encuestados (el 33.33%) prefieren Valencia como destino para celebrar aniversarios. Esto sugiere que un segmento significativo de la muestra está interesado en celebrar momentos especiales como aniversarios en la ciudad.
- **Cumpleaños:** 5 de las 12 personas (el 41.67%) prefieren Valencia para celebrar cumpleaños. Esto indica que una parte considerable de la muestra considera Valencia como un lugar ideal para celebrar sus cumpleaños.
- **Despedida de Soltero:** 2 de los encuestados (el 16.67%) expresaron preferencia por Valencia como destino para celebrar despedidas de soltero. Esto sugiere que un grupo más pequeño, pero aún significativo, ve Valencia como un lugar adecuado para este tipo de celebración.

- **Luna de Miel:** 1 de los encuestados (el 8.33%) prefirió Valencia como destino de luna de miel. Aunque es la preferencia menos común en esta muestra, indica que al menos una persona considera Valencia como un lugar romántico para su luna de miel.



Figura 4 - Celebraciones solicitadas por los encuestados. Fuente: elaboración propia

## 5. Perfil del turista

Como se mencionó antes, el objetivo principal de este trabajo es proponer una idea de un nuevo negocio para organizar celebraciones en Valencia, que va atraer principalmente a los turistas de los estados postsoviéticos, ya que ellos son los que buscan ese tipo de turismo.

¿Cómo son los turistas de los países postsoviéticos? Son personas jóvenes, que tienen entre 25 y 44 años, procedentes de las ciudades más importantes y más grandes de sus estados, con un poder adquisitivo medio, medio-alto o alto, que elige pasar sus vacaciones en una zona de playa (Barret & Roginskiy, Русские туристы за границей: как отдохнуть и не вляпаться, 2006).

En cuanto al estado civil, allí se encuentra de todo: personas solteras, parejas, familias con hijos (Varlamov, Youtube, 2023). Hace falta mencionar que en esos países no existe el concepto de “turismo de tercera edad”. Debido a pensiones bajas los jubilados no tienen oportunidad de viajar. Obviamente se puede encontrar personas jubiladas de los estados postsoviéticos en la costa de España, pero esos representan un pequeño porcentaje de la población jubilada de sus países.

El perfil del turista de un país postsoviético es diverso, ya que ese término se refiere a las personas de 15 países distintos: Rusia, Ucrania, Bielorrusia, Moldavia, Armenia, Azerbaiyán, Georgia, Kazajistán, Kirguistán, Tayikistán, Turkmenistán, Uzbekistán, Estonia, Letonia, Lituania (Ilustración 3 - Página web de "La Vanguardia"). Cada uno de estos países tiene su propia cultura y lengua, aunque se conservan lazos culturales entre los países independizados, entre otros el uso del ruso como lengua vehicular. Aparte del idioma ruso, las personas de estos países tienen hábitos y costumbres muy parecidas.



Ilustración 3 - Página web de "La Vanguardia". Fuente: La Vanguardia (2024)

Esas son las características comunes de los turistas de los estados postsoviéticos (Ari, 2021):

1. Interés en la cultura y la historia: Los turistas a menudo tienen un fuerte interés en la cultura y la historia, tanto en su propio país como en los destinos que visitan. Suelen visitar museos, monumentos históricos y sitios culturales.
2. Viajes familiares: Los turistas a menudo viajan con sus familias, incluyendo niños y personas mayores. Los viajes en familia son una parte importante de sus culturas.
3. Preferencia por destinos soleados: Dado que Rusia, Ucrania, Bielorrusia y otros países postsoviéticos tienen inviernos largos y fríos, muchos turistas buscan destinos cálidos y soleados para sus vacaciones. Esto ha llevado a un aumento en la popularidad de destinos como España, Tailandia, Turquía y Egipto.
4. Duración de las vacaciones: Los turistas a menudo prefieren vacaciones largas, especialmente en destinos lejanos. Las vacaciones de una a dos semanas son comunes, lo que les permite explorar más a fondo los lugares que visitan.
5. Compras: Los turistas de los países postsoviéticos tienen una reputación de ser ávidos compradores cuando viajan al extranjero. Suelen comprar ropa de moda, productos de lujo, joyas y productos electrónicos en el extranjero.
6. Idioma ruso: Muchos turistas pueden tener limitaciones en su conocimiento de idiomas extranjeros, por lo que los destinos que ofrecen servicios en ruso o tienen guías turísticas que hablan ruso pueden ser más atractivos para ellos.
7. Experiencias exclusivas: Los turistas a menudo buscan experiencias exclusivas y de alta calidad, y están dispuestos a gastar en alojamiento de lujo, cruceros y servicios premium.

## 6. Análisis de la oferta turística

Valencia es una ciudad conocida por su rica historia, cultura, arquitectura y su papel como destino turístico. La capital de la Comunidad Valenciana ofrece una combinación de atractivos históricos, culturales, naturales y recreativos que la convierten en un destino turístico diverso y atractivo tanto para viajeros nacionales como internacionales (Patricia, 2024). Es una ciudad que ha sabido mantener su tradición mientras se adapta a las demandas del turismo moderno.

Algunos de los aspectos más destacados de la oferta turística en Valencia incluyen (Valencia, s.f.):

- Patrimonio histórico y cultural: Valencia cuenta con una gran riqueza histórica y cultural. Destacan la impresionante Catedral de Valencia, la Lonja de la Seda (declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO), el Mercado Central, el barrio del Carmen y la Ciudad de las Artes y las Ciencias, un conjunto arquitectónico moderno de gran interés turístico.
- Playas y actividades acuáticas: La ciudad cuenta con hermosas playas en su litoral, como la Playa de la Malvarrosa y la Playa del Cabanyal. Estas playas atraen a turistas que buscan disfrutar del sol y el mar, así como practicar deportes acuáticos.
- Gastronomía: Valencia es famosa por su gastronomía, en particular por la paella valenciana, un plato emblemático de la región. Los turistas pueden disfrutar de una amplia variedad de restaurantes y bares que ofrecen delicias locales y cocina mediterránea.
- Festivales y eventos: La ciudad alberga varios festivales y eventos a lo largo del año, incluyendo las famosas Fallas en marzo, donde se queman enormes esculturas de cartón piedra, así como la Feria de Julio y la noche de San Juan, cuando se celebra alrededor de hogueras en la playa la llegada del verano, durante la noche del solsticio de verano.
- Ocio y vida nocturna: Valencia ofrece una vibrante vida nocturna con bares, discotecas y restaurantes que atraen tanto a locales como a turistas.

- **Deportes:** Los amantes del deporte pueden disfrutar de eventos como la Fórmula 1 en el Circuito Ricardo Tormo, partidos de fútbol en el estadio Mestalla o carreras de yates en la Copa del Rey.
- **Parques y naturaleza:** La ciudad cuenta con parques y espacios verdes, como el Jardín del Turia, un antiguo lecho del río que se ha convertido en un extenso parque.

La ciudad de Valencia ha evolucionado en relación al turismo de celebraciones, Valencia tiene algo para todos los gustos y preferencias: ya sea que el turista esté interesado en la historia y la cultura, en la gastronomía, en la naturaleza o en las celebraciones festivas. A pesar que existe una gran variedad en infraestructura turística y cultural, a continuación se presentarán ciertos lugares que ejemplificarán aquellos en los que los turistas podrían celebrar sus eventos especiales: restaurantes, discotecas y hoteles.

#### Restaurantes (Tripadvisor, 2024)

Valencia ofrece una amplia variedad de restaurantes ideales para celebrar ocasiones especiales. Aquí se detalla una lista de algunos restaurantes en Valencia que son conocidos por su ambiente romántico y gastronomía excepcional

**Ricard Camarena Restaurant:** este restaurante galardonado con estrella Michelin es famoso por su cocina creativa y elegante. Es perfecto para celebraciones especiales y ofrece menús degustación de alta calidad.

**La Salita:** ofrece una cocina de autor creativa con un enfoque en los productos locales y de temporada. Su ambiente acogedor lo hace adecuado para celebraciones íntimas.

**Restaurante La Sucursal:** ubicado en el emblemático edificio Veles e Vents, ofrece una experiencia culinaria de alta calidad y hermosas vistas al puerto de Valencia.

**Restaurante Submarino:** situado en el complejo de Ciencias Oceanográficas, este restaurante ofrece la experiencia única de cenar bajo el agua, rodeado de peces y vida marina.

#### Discotecas (Llagunes, Valencia secreta, 2024)

Valencia es conocida por su animada vida nocturna, y la ciudad cuenta con una amplia variedad de discotecas y locales de entretenimiento para disfrutar de la música y el baile. A continuación, se presentarán algunas de las discotecas populares en Valencia.

**L'Umbracle:** parte del complejo de ocio "Ciudad de las Artes y las Ciencias", L'Umbracle es una discoteca al aire libre que combina música, cócteles y un ambiente exclusivo.

**Akuarela Playa:** situada frente a la playa de la Malvarrosa, esta discoteca es conocida por sus fiestas en la playa durante el verano y su música variada.

**Moon Valencia:** conocida por su ambiente elegante y su música comercial, es un lugar popular para bailar y socializar.

**Marina Beach club:** Marina Beach Club es un conocido club de playa y espacio de entretenimiento ubicado en la playa de Las Arenas, en Valencia, España. Este lugar es conocido por su ambiente elegante y relajado, así como por sus eventos y fiestas en la playa.

#### Hoteles (Zankyou, 2024)

Valencia ofrece una amplia variedad de hoteles que pueden ser ideales para celebrar eventos especiales como bodas, conferencias, cumpleaños o celebraciones familiares. Estos hoteles suelen ofrecer servicios de catering, salas de reuniones y eventos, y opciones personalizadas para adaptarse a las necesidades de clientes. A continuación, se mencionarán algunos hoteles en Valencia que son conocidos por ser lugares adecuados para eventos:

**Hotel Las Arenas Balneario Resort:** éste hotel de lujo, ubicado frente a la playa de Las Arenas, cuenta con impresionantes instalaciones para eventos, incluyendo salones de banquetes con vistas al mar.

**The Westin Valencia:** ofrece espacios elegantes para conferencias y eventos sociales, además de un hermoso jardín para recepciones al aire libre.

**Hotel Balneario La Alameda:** ofrece un entorno histórico y tranquilo para eventos, con opciones de salones y áreas al aire libre.

**Parador de El Saler:** situado en un entorno natural junto al Parque Natural de la Albufera, este hotel ofrece una experiencia única para eventos especiales.

#### Lugares al aire libre para disfrutar de la naturaleza y celebrar una u otra ocasión

Valencia ofrece una variedad de lugares al aire libre donde se puede celebrar un evento de manera divertida y segura. Estas son algunas de las opciones:

**Parques:** los parques de Valencia son lugares ideales para pasar el tiempo con pareja o amigos al aire libre. Algunos parques populares incluyen el Jardín del Turia, el Parque de Cabecera, el Parque de la Granja. Se puede organizar un picnic, jugar juegos al aire libre o simplemente disfrutar del entorno natural.

**Playas:** las playas de Valencia, como la Playa de la Malvarrosa o la Playa de las Arenas, son lugares encantadores para celebrar un evento en un ambiente relajado. Un día de sol y playa, voleibol de playa o un picnic frente al mar.

**Albufera de Valencia:** para los que buscan un lugar más tranquilo y rodeado de naturaleza. Se puede alquilar una barca y dar un paseo por el lago o disfrutar de un día de picnic en sus alrededores.

**Terrazas y miradores:** Valencia cuenta con numerosas terrazas y miradores con vistas panorámicas de la ciudad. Estos lugares ofrecen un ambiente encantador con vistas impresionantes. Algunos ejemplos incluyen la terraza del Veles e Vents y el Mirador del Ateneo Mercantil.

## 7. Estrategía de organización de un evento

Organizar y celebrar un evento o una fiesta requiere de planificación. Ya sea que se trate de una despedida de soltero/a, un cumpleaños o un aniversario, y si tiene tres semanas para planificar o medio año, el éxito de un evento está en los detalles.

La realización del evento debe venir acompañada de un exhaustivo estudio previo del porqué, del para qué, qué objetivos se quieren cumplir con la acción, a qué participantes va dirigido y presupuesto asignado. Con todo esto bien definido se pasa a la planificación del evento (Sánchez González D. d., 2016)

La estrategia va a ser una herramienta fundamental para que el evento realizado sea un éxito y genere experiencias inolvidables vividas por los clientes.

A continuación, se verán los pasos de la estrategia de organización de una fiesta o un evento (Cuadrado Esclapez & Rodríguez Cuadrado, El abc en la organización de eventos, 2018).

### 1. Determinar el perfil del turista e investigar sus gustos y deseos

El primer paso, antes de hacer cualquier otra cosa, debe ser definir claramente quién es el cliente, qué es lo que quiere y cuáles son sus gustos y preferencias. A partir de esto, todas las demás decisiones caerán en su lugar. El formato, el contenido, los precios, la ubicación, etc. fluirán desde la primera decisión. Este enfoque estructurado también lo ayudará a mantenerse enfocado en alcanzar metas específicas.

### 2. Crear un programa de seguimiento

Establecer un programa será la guía para estructurar la organización. El programa interno del evento tiene que incluir la siguiente información:

- Un cronograma con las actividades que van a ocurrir los días de la celebración
- Hacer una lista de detalles (todo aquello que se necesitará para la organización)
- Presupuesto estimado

### 3. Presentar el plan provisional a los clientes y modificarlo basándose en sus solicitudes.

Un plan provisional del evento/celebración concreta se presenta al cliente. Si el cliente está de acuerdo con todos los pasos y puntos el dicho plan se deja sin cambios, y si el cliente quiere cambiar o añadir una u otra cosa, el plan provisional se modifica.

### 4. Comunicarse con los proveedores para organizar la celebración

La comunicación efectiva con los proveedores es fundamental para el éxito de cualquier evento u organización. Hay que asegurarse de que ambas partes estén alineadas en cuanto a expectativas, detalles y requisitos del servicio o producto a suministrar.

#### 5. Presentar el plan final al cliente

Después de haber cumplido todos los pasos anteriores, se crea el plan final. Ese plan incluye las fechas y los horarios de todas las actividades que entran en la celebración, el programa (descripción de cada día, paso a paso) y el precio final por los servicios de la empresa.

## 8. Programa provisional

Un programa provisional es un plan preliminar o esquema que detalla la estructura y secuencia de actividades propuestas para un evento. Es un documento flexible que proporciona una visión general de cómo se desarrollará el evento, pero que aún puede ser modificado y ajustado según sea necesario antes de su confirmación definitiva (Cfin, 2013).

El programa provisional de un evento incluye información relevante, como:

- **Título y descripción del evento:** Un nombre que identifique el evento y una breve descripción de su propósito y temática.
  
- **Fecha, hora y duración:** La fecha y la hora en que se llevará a cabo el evento, junto con la duración estimada del mismo.
  
- **Ubicación:** El lugar donde se realizará el evento, con detalles sobre la dirección y, si es necesario, cómo llegar al lugar.
  
- **Público objetivo:** Una descripción de la audiencia a la que está dirigido el evento y los participantes que se espera asistan.
  
- **Programa de actividades:** Un esquema o cronograma que muestra el orden y la duración de las diferentes sesiones, charlas, talleres o actividades que se llevarán a cabo durante el evento.
  
- **Breaks y descansos:** Espacios asignados para pausas, comidas y momentos de networking entre las actividades.
  
- **Consideraciones especiales:** Cualquier información adicional relevante para los asistentes, como requisitos especiales, detalles sobre inscripción o registro, entre otros.

## Programas provisionales para ocasiones distintas

Programa provisional de celebración de un cumpleaños de una chica de 20 años con grupo de amigos

### Día 1

- Fun Jump Valencia por la mañana

Traslado del alojamiento a Fun Jump Valencia.

Fun Jump Valencia es un trampolín park con camas elásticas más grande de España. Cuenta con más de 70 camas elásticas interconectadas en un espacio de más de 2500 m<sup>2</sup>. Una propuesta de ocio diferente y única muy cerca de la ciudad para pasarlo en grande saltando, haciendo piruetas y otras actividades.

Traslado de regreso al alojamiento.

- Cena en Voltereta Bienvenido a Bali por la tarde y toma de cócteles en Backyard

Traslado del alojamiento al lugar de la cena.

Voltereta Bienvenido a Bali es un restaurante que te da la sensación de visitar la isla de Indonesia sin necesidad de sobrevolar tantos miles de km y en una ciudad española.

El restaurante cuenta con dos espacios diferenciados: Campamento Ubud caracterizado por ser una terraza balinesa muy exótica y por Villa Seminyak, un espacio interior con todos los detalles cuidados al milímetro.

- Backyard

Backyard es un Bar muy bonito con mucho encanto que tiene una gran variedad en la carta de cócteles. Un sitio perfecto para acabar el día y tomar algo apetecible con tus amigos.

Traslado de regreso al alojamiento

### Día 2

- Por la mañana picnic en el río Turia.

Traslado del alojamiento.

La zona del antiguo río Turia es perfecta para hacer un picnic. Kilómetros de zonas verdes con amplias superficies de sombra. Hay zonas preparadas para comer al aire libre junto al emblemático Gulliver y en los alrededores de la Ciudad de las Artes y las Ciencias.

- Tiempo libre para conocer el Paseo marítimo y pasar un rato agradable en la playa de la Malvarrosa.

- Noche de fiesta: L'Umbracle

Traslado a L'Umbracle.

L'Umbracle de día es un precioso jardín, mientras que de noche funciona como discoteca de estilo lounge llamada l'Umbracle Terraza, considerada uno de los mejores locales de fiesta de toda la ciudad de Valencia. Esta discoteca al aire libre es popular sobre todo en los meses más calurosos, cuando se llena de valencianos, y también de turistas, con ganas de salir de fiesta en un entorno tan especial.

Traslado al alojamiento.

Programa provisional de celebración de un aniversario de bodas.10 años juntos

## **Día 1**

- Paseo en barca por La Albufera en el atardecer

Recogida del alojamiento y traslado al parque nacional de La Albufera

Paseos en barca. «EL PERO» prepara los paseos en barca totalmente personalizados. Tú cuentas la idea que tienes en la mente y ellos la hacen realidad (aunque de eso se encarga la empresa, ya que sabe todo lo que desea el cliente).

Los paseos para ver el atardecer suelen durar 1 hora y 15 minutos ya que la barca para en mitad del Lago de la Albufera y así podéis contemplar el atardecer de la mejor manera posible.

Para la ocasión ofrecen la posibilidad de escoger cena y bebida. Además, la barca puede ir decorada para la ocasión y se puede contratar el servicio extra en el que el barquero os deja anclados en la barca solos para disfrutar del atardecer y pasado el tiempo contratado vuelve a por vosotros.

Traslado a 270° SkyBar

- 270° SkyBar

Una de las mejores opciones para acabar el día en una fecha tan especial es la visita a 270 SkyBar. Desde la décima planta del edificio del Hotel Barceló Valencia, la terraza 270 Grados ofrece una de las mejores vistas de toda la ciudad de Valencia, el sorprendente skyline de

una gran ciudad como esta nos deleita con las fascinantes vistas a la ciudad de las Artes y las Ciencias; sobre todo cuando la gran ciudad se ve inundada de luces y alboroto en una de sus cálidas noches.

En la terraza 270 Grados se puede disfrutar de una de las mejores cartas de bebida de toda Valencia, en la que se encuentran las mejores copas, cócteles, cavas y champagnes de la ciudad con los que disfrutar de una noche valenciana.

Traslado al alojamiento.

## **Día 2**

- Visita a L'Oceanogràfic y Comida en el Submarino

Traslado a L 'Oceanogràfic

El Oceanogràfic de la Ciutat de les Arts i les Ciències es el mayor acuario de Europa, y en él se representan los principales ecosistemas marinos del planeta. Espectacular, imponente, cuando lo ves por primera vez uno queda extasiado ante semejante maravilla. Ideal para cansarte de caminar recorriendo todo.

El Restaurante Submarino, que consta de dos niveles: el nivel superior parece una isla en medio de un lago y el nivel inferior está rodeado por un enorme acuario. Este restaurante ofrece una cocina muy refinada y elaborada, por lo que, si no te importa gastar algo más de lo habitual, la experiencia es única.

Traslado al alojamiento.

- Cena en el Portet

Traslado a Zona de La Marina.

El Portet de la Marina es un sitio con mucho glamur y estilo y muy elegante, aparte de cómodo, sus comidas tienen muy buena presentación y un sabor inolvidable. Una gozada de bienestar en cuanto a diseño parece estar en el Caribe. Ese restaurante es una de las mejores opciones para disfrutar de comida mediterránea, arroces, ensaladas, pescados y demás. Las vistas de la playa del Portet son espectaculares. Romántico, bonito, elegante, con vistas al mar. En otras palabras- un sitio perfecto para celebrar un aniversario de bodas en la atmósfera mediterránea de Valencia.

Traslado al alojamiento.

Programa provisional de celebración de una despedida de soltero de un chico de 27 años

## **Día 1**

- Deportes acuáticos por la mañana

Traslado al lugar de actividad.

Empezar la celebración de tu despedida de soltero al aire libre, en la naturaleza y practicando alguna actividad lúdica y deportiva, con amigos suena interesante. Despidiendo de tu vida te soltero te ofrecemos hacer algo especial, paddle surf, kayak, windsurf, surf, bigsup y ¡muchas risas! Un paseo en kayak, una ruta en paddle surf, o bien una clase de windsurf o surf será tú nuevo descubrimiento.

Traslado a alojamiento.

- Cena en El Tridente de Neptuno

Traslado al Paseo marítimo

Está ubicado en primera línea del paseo marítimo, con vistas a la playa y fácil acceso y localización. El local espacioso y con un diseño minimalista. En pocas palabras es un restaurante de toda la vida, junto a la playa de la Malvarrosa con una terraza donde puedes degustar paella y especialidades marineras.

- Celebración en la playa por la noche. Terraza MarySombra

MarySombra dispone de terraza alrededor de quiosko en la playa de la Malvarrosa. Organiza celebraciones y eventos privados, personalizando el espacio acorde a las necesidades de distintos tipos de evento. Al lado del mar cualquier evento es más especial. Tapas, bebidas, música y la brisa marina le darán a la despedida de soltero el ambiente fresco.

Regreso al alojamiento por cuenta propia.

## **Día 2**

- Excursión a Mestalla a media mañana.

Desplazamiento al estadio.

Mestalla es uno de los estadios más antiguos de España. Cada persona que está interesada en fútbol debe visitar la casa del Valencia Club y conocer su historia. No son la excepción los

ciudadanos de los países postsoviéticos, donde el fútbol es el deporte más popular. Podrán visitar la sala de prensa, el vestuario de los jugadores mientras escuchan a travez de los equipos de sonido el rugido de la afición.

- Comida en el Jenkin´s Blasco Ibáñez

Jenkin´s es un restaurante de cocina estadounidense con platos para picar, alitas, costillas, bistecs, hamburguesas contundentes y batidos. Tienen unos puntos muy fuertes en la calidad de la carne, espectacular y sabrosa, que se aprecian en los países de origen de nuestros visitantes.

Después de la comida tienen tiempo libre.

- Fiesta en Akuarela por la noche

Traslado a Akuarela.

Es una discoteca que está ubicada en la playa de la Malvarrosa. Suele ser la discoteca más popular en la época veranea. Hay varias salas con distintos estilos de música. Además disponen de una terraza enorme donde suele estar toda la gente. Su ubicación, música, vistas, diseño y ambiente la conviertan en una discoteca ideal para celebrar una despedida de soltero.

Programa provisional de celebración de luna de miel de una pareja de 30 años

## **Día 1**

- Sesión de SPA por la mañana

Traslado a Caroli Health Club Valencia.

El Caroli Health Club cuenta con magnificas espaciosa cabinas de ambiente íntimo donde recibir innovadores tratamientos faciales y corporales. Además cuenta con un Private Spa cabina doble, ideal para parejas, tratamientos y masajes, baños de hidromasajes.

Traslado al alojamiento. Tiempo libre.

- Paseo en velero privado en Valencia al ponerse el sol

Traslado a Puerto de Valencia.

Este paseo en velero privado en Valencia te lleva al mar Mediterráneo con tu pareja.

Durante las 2-4 horas de duración del paseo en velero privado en Valencia apreciarás la hermosa costa sur de la ciudad, con playas naturales como Pinedo, El Saler y la playa de La Devesa. Una extensa franja de arenas finas, protegidas por una interminable sucesión de dunas y pinares, que se encuentran dentro del espacio protegido del Parque Natural de la Albufera.

- **Cena en el Vertical**

Magnífico mirador sobre la ciudad de las Artes y las Ciencias donde Jorge de Andrés Salvador (Premio Nacional de Gastronomía mejor director de sala 2013) sugiere una carta de innovación, en permanente revisión del recetario valenciano al ritmo del mercado.

## **Día 2**

- **Visita a Bioparc (se come allí)**

Se puede decir sin ninguna duda que Bioparc es uno de los mejores parques de animales del mundo. Innovador parque zoológico en el que las barreras son prácticamente invisibles y los animales campan a sus anchas. Este parque tiene la peculiaridad de llevar al visitante totalmente al hábitat de los animales y no al contrario, como ocurre con los zoológicos tradicionales, es el concepto llamado zoo-inmersión.

Leopardos, lémures, hienas, leones, jirafas, gorilas, rinocerontes, hipopótamos, puercoespines, avestruces, elefantes, nutrias... conviven entre sí en este mundo zoológico, que ofrece experiencias emocionantes en cada recodo del parque y a cada minuto.

- **Cena romántica en la casa alquilada**

La casa estará decorada de acuerdo con la temática del evento (en este caso, luna de miel). Guirnaldas de flores, globos inflados, un stand con fotos de pareja, altavoces para escuchar música. El menú de la cena se acuerda con los clientes.

## 9. La idea del negocio

De forma sintética, la idea del negocio que se presenta en este trabajo servirá para fortalecer el tejido turístico especializado en celebración de eventos, enfocando la oferta hacia grupos acotados de turistas provenientes de países postsoviéticos, ofreciendo un servicio en lengua rusa.

A continuación se presentará y se detallará una propuesta provisional de una idea de negocio de una empresa de eventos (Создание идеи бренда, 2024).

Resumen ejecutivo:

- **Nombre de la empresa:** Valencian party
- **Misión:** Proporcionar servicios de planificación y organización de eventos excepcionales en Valencia y sus alrededores, superando las expectativas de clientes y convirtiendo sus sueños en realidad.
- **Visión:** Ser la empresa de eventos líder en Valencia, reconocida por la calidad, la creatividad y la innovación en la industria.
- **Propuesta de valor:** Ofrecer servicios personalizados de planificación y organización de eventos, desde despedidas de soltero/a y cumpleaños hasta aniversarios y lunas de miel, con un enfoque en la atención al cliente y la creatividad. Ofreciendo un servicio en lengua rusa, para así complementar la habitual atención ofrecida predominantemente en inglés y español.

Descripción de la empresa:

- **Ubicación:** Valencia, España
- **Estructura legal:** Sociedad Limitada
- **Fundación:** 18/03/2024
- **Fundador:** Daniela Espinoza Espinoza
- **Colaboradores externos:** proveedores de catering, floristas, fotógrafos, etc.

Servicios de eventos:

Valencian party ofrece una amplia gama de servicios de planificación y organización de eventos, incluyendo:

- Cumpleaños
- Despedidas de soltero/a
- Aniversarios

- Luna de miel
- Eventos temáticos y fiestas privadas

Características específicas de la propuesta:

- **Demanda en Valencia:** Valencia es un mercado en crecimiento para eventos sociales y corporativos. Hay una demanda constante de servicios de planificación de eventos de alta calidad. Según “Levante – EMV”: “Desde el departamento de desarrollo profesional, hemos tenido un impacto creciente de solicitud de estudiantes por parte de las empresas organizadoras de eventos que nos ha provocado un exceso de oferta de empleo que no hemos podido abastecer con el alumnado de la sede de Valencia. Muchas empresas organizadoras de eventos donde sus sedes se sitúan en grandes capitales nos llaman para demandar profesionales ya que expanden sus eventos a la ciudad de Valencia por las instalaciones y la tendencia de eventos sociales de la ciudad” (Calero, 2022)
- **Perfil del cliente objetivo:** clientes objetivo incluyen desde parejas que planean luna de miel o aniversario de boda, hasta grupos de amigos que quieren celebrar una ocasión especial y particulares que buscan servicios de eventos personalizados. Con énfasis en persona de habla rusa, aunque acogiendo también perfiles de habla inglesa, española, etc.
- **Tendencias del mercado:** Existe una tendencia potente hacia eventos personalizados y únicos que reflejan la personalidad de los clientes. Según los datos de la entrevista con el director de “Tour me out”, cada vez hay más turistas que buscan fiestas personalizadas/privadas, y suelen preguntar por celebración de un u otro evento de un día entero o hasta una celebración de 3 días.

Ingresos y gastos:

- **Ingresos:** Los ingresos se generarán a través de diferentes vías: en primer lugar existe una tarifa de entrada, en concepto de asistencia personal al cliente. En segundo lugar, se estima un gasto mínimo que cada persona hará sobre cada uno de los diferentes proveedores y sus diferentes servicios, y sobre ese precio cerrado se aplica un 30% al precio total (según el director y el manager de “Tour me out” es el margen más adecuado para una empresa de eventos para generar beneficios), que terminará contabilizándose a nivel de ganancias en ‘tantos’€ por persona y actividad, de cara a los proveedores.

### 1. Tarifa de entrada:

Este es el primer flujo de ingresos. Hay una de entrada de 50€ por persona que incluye la planeación personalizada del evento, la coordinación de proveedores y otros servicios de asistencia.

### 2. Gasto mínimo por persona en proveedores:

Además de la tarifa de entrada, se estima que cada cliente realizará un gasto mínimo en los diferentes proveedores y servicios disponibles. Un ejemplo: una persona gastará un mínimo de 200€.

### 3. Cálculo de ganancias para la empresa y los proveedores:

- Porcentaje aplicado al gasto mínimo: 30%

- Gasto mínimo por persona: 200€

- Ganancia para la empresa por persona:  $30\% * 200€ = 60€$

- **Gastos:** Los gastos estimados por año y mes se desglosarán en apartados siguientes

### Hitos y cronograma:

- **Mes 1-3:** Establecimiento de la empresa, desarrollo de marca y redes sociales.
- **Mes 4-6:** Iniciar campañas de marketing y construir relaciones con proveedores locales.
- **Mes 7-12:** Captación de los primeros clientes y realización de los primeros eventos.

### Riesgos y desafíos:

- **Competencia:** La competencia en la industria de eventos puede ser alta. Existen varias empresas que organizan actividades para gente extranjera en Valencia, tales como "Tour me out" y "Palm tree events" que tienen muy buenas reseñas y valoraciones en Tripadvisor y Google, pero éstas empresas no se encargan de fiestas personalizadas (cumpleaños, aniversarios, luna de miel, etc.), más bien organizan actividades para grupos grandes y de diferentes hostales. Además, dichas empresas no prestan servicios para gente rusoparlante (en lengua rusa).
- **Estacionalidad:** Los ingresos pueden ser estacionales en función de los eventos programados y la temporada (baja/alta).

- **Evolución del mercado:** La evolución de las tendencias del mercado debe ser monitoreada constantemente.

Próximos pasos:

- Establecer operaciones y comenzar a ofrecer servicios de planificación de eventos.
- Captar clientes y construir una cartera de eventos exitosos.
- Evaluar y ajustar estrategias a medida que se desarrolla el negocio.

El número de trabajadores necesarios para una empresa de eventos puede variar significativamente según diversos factores, como el tamaño de la empresa, la cantidad de eventos que planes gestionar, la escala de los eventos, la ubicación geográfica y la amplitud de los servicios que ofreces.

La tabla de trabajadores necesarios para la empresa ha sido hecha basándose en la propia experiencia laboral obtenida en una empresa de eventos en Rusia y una empresa de eventos en Valencia – “Tour me out”. Aquí hay algunas funciones clave que una empresa de eventos podría necesitar cubrir y el número aproximado de trabajadores para cada una:

<b>Función</b>	<b>Cantidad de trabajadores</b>
Director general	1
Coordinadores de eventos	2
Diseñador de eventos (decoración)	1
Personal de ventas y marketing	1
Personal administrativo	1
Personal de logística y transporte	1
Total	7

*Tabla 6 - Trabajadores necesarios. Fuente: elaboración propia*

En la Tabla 6, se han enumerado diferentes funciones y la cantidad de trabajadores necesarios para cada una de ellas:

- **Director General:** es responsable de la dirección general de la empresa y la toma de decisiones estratégicas.  
Sueldo bruto mensual: €2948 (Jooble, 2024)
- **Coordinadores de Eventos:** planificación y ejecución de eventos.  
Sueldo bruto mensual: €2550 (Jooble, 2024)
- **Diseñadores de Eventos:** diseñadores de eventos creativos y decoradores.  
Sueldo bruto mensual: €2686 (Jooble, 2024)
- **Personal de Ventas y Marketing:** la persona que va a manejar las estrategias de marketing, ventas y relaciones públicas.

Sueldo bruto mensual: €2546 (Indeed, 2024)

- Personal Administrativo: encargado de realización de tareas administrativas, contabilidad y gestión de la oficina.

Sueldo bruto mensual: €2024 (Jooble, 2024)

- Personal de Logística y Transporte: personal para manejar eventos que requieren transporte y logística.

Sueldo bruto mensual: €1645 (Jooble, 2024)

Como se puede observar, la cantidad necesaria para poner en marcha el negocio son 7 trabajadores. La cantidad de trabajadores puede variar según la temporada. Por ejemplo, es posible que se necesita más personal durante la temporada alta. Además, hay otra opción de contratar empleados a tiempo parcial o temporales según las necesidades de cada evento. Es importante mencionar que todos los salarios cumplen el salario mínimo en España (el Salario Mínimo Interprofesional queda fijado en €1134 brutos mensuales (La Moncloa, 2024).

Iniciar una empresa requiere tiempo, esfuerzo y, por supuesto, dinero. El capital necesario para los primeros pasos como empresarios dependerá de diversos factores: el tipo de empresa, el modelo de negocio a implementar, los recursos para sacarlo adelante. En función de estos parámetros se puede empezar a definir y desglosar el presupuesto.

Aquí se presenta una estimación general, basada en la experiencia propia y las fuentes analizadas.

#### 1. Costes de personal:

Sumando todos los salarios de 7 personas el coste total de 1 mes será de €16950 y el coste anual total de personal sería de aproximadamente €203400.

#### 2. Espacio de oficina:

El coste del alquiler de un espacio de oficina dependerá de la ubicación y el tamaño. Después de haber mirado varias opciones, se ha elegido una oficina en Campanar por €400 al mes (€4800 al año) (Idealista, 2023).

#### 3. Marketing y publicidad:

Para una campaña de publicidad y marketing inicial, se asignaría alrededor de €8000 (basandose en la experiencia de la empresa "Tour me out" y en los fuentes que han sido analizados (marketinhouse, s.f.).

#### 4. Equipos y suministros de eventos:

Equipos y suministros relacionados con eventos. Esto podría variar ampliamente, según el tipo de evento. Así que se calculará como un gasto adicional aparte.

#### 5. Gastos generales:

Esto incluye servicios públicos, suministros de oficina, internet, teléfono y otros gastos generales. Esto podría ser alrededor de €5000 al año (basándose en la experiencia de “Tour me out”).

<b>Total Estimado de Costes Iniciales (en 1 año)</b>	
Costes de personal	203400€
Alquiler de oficina	4800€
Marketing y publicidad	6000€
Equipos y suministros de eventos	X€
Gastos generales	5004€
<b>Total</b>	<b>219204€</b>

Tabla 7 - Costes iniciales (1 año). Fuente: elaboración propia

<b>Total Estimado de Costes Iniciales (en 1 mes)</b>	
Costes de personal	16950€
Alquiler de oficina	300€
Marketing y publicidad	500€
Equipos y suministros de eventos	X€
Gastos generales e intereses	417€
<b>Total</b>	<b>18267€</b>

Tabla 8 - Costes iniciales (1 mes). Fuente: elaboración propia

Según los cálculos representados en la **Error! Reference source not found.** y la Tabla 8, se necesitan unos 18267€ (el primer mes) y unos 219204€ (en 1 año) para poner en práctica el negocio (sin gastos en equipos y suministros de evento). El coste total para poner en marcha una empresa de eventos puede variar significativamente según varios factores: la escala de los eventos planeados, los costes de proveedores, los gastos de operación y otros.

#### El precio del producto turístico

Para calcular el precio del producto turístico que se analiza y desarrolla en este TFG, hay que considerar los costes asociados con el producto, como transporte, comidas, actividades, y cualquier otro gasto relevante. Además hay que tener en cuenta el margen de ganancia que se desea obtener.

La fórmula básica para calcular el precio de venta dado el coste y el margen deseado<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> (CQ financiera, s.f.)

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costos Totales} / (1 - \% \text{ Margen de Ganancia})$$

- **Costes totales:** Esto incluye todos los costos asociados con el producto, como decoraciones, transporte, comidas, actividades, y otros gastos relacionados con la operación de la celebración de dos días.
- **Margen de ganancia:** Este es el porcentaje de ganancia que se desea obtener en cada producto vendido.

A continuación se detallará un ejemplo que se había visto antes: aniversario de boda, 10 años juntos.

Los costes totales para un producto turístico (un aniversario) de dos días en Valencia son de 302 euros por 2 personas (ya que es un aniversario es una promoción para 2 personas), y se desea obtener un margen de ganancia del 30%.

Los costes totales = paseo en barca (Albufera) + entradas al Oceanográfico + transporte

$$\text{Los costes totales} = 100\text{€} + 72\text{€} + 130\text{€} = 302\text{€}$$

Es importante mencionar: cuando los clientes van a un restaurante a comer o cenar, estos precios no entran en los costes totales, ya que la empresa se encarga de la reserva y traslado, pero los clientes son los que deciden qué van a comer y cuánto van a gastar en un restaurante.

$$\text{Precio de Venta} = 302 / (1 - 0,30) = 431,43\text{€} \text{ por dos personas.}$$

El precio final del producto turístico depende de muchos factores distintos: sitios que se visitarán, actividades que se harán, decoraciones u otros deseos de clientes.

## 9.1 Propuestas de promoción del negocio

La idea de las propuestas del negocio es promover Valencia como un potencial destino de turismo de celebraciones y atraer a personas y grupos que desean celebrar eventos especiales en un entorno único y emocionante. Es una gran oportunidad para refrescar la imagen de la ciudad y permitir a los turistas ver todo el potencial de Valencia. A continuación se presentarán varias propuestas de promoción que ayudarán al negocio a destacar los atractivos de Valencia como un destino de turismo de celebraciones. Dichas propuestas se pondrán en marcha al mismo tiempo, ya que 5 empleados estarán involucrados en ese proceso.

## **1. Desarrollo de la identidad de marca:**

Responsables: director general y coordinadores de eventos

Crear una identidad de marca de diversión para el negocio. Esto destaca las características únicas de la empresa que la hacen atraer a los clientes potenciales.

### 1. Nombre y eslogan:

- Nombre: "Valencian party"
- Eslogan: "Donde cada momento se convierte en un recuerdo inolvidable"

### 2. Segmentación del mercado:

- Parejas: lunas de miel y aniversarios
- Familias: celebraciones de cumpleaños y reuniones familiares
- Grupos de amigos: fiestas, escapadas, despedidas de soltero/a

### 3. Experiencias personalizadas:

- Ofrecer servicios de planificación de eventos personalizados, donde los clientes puedan elegir entre una variedad de opciones que se adapten a sus gustos y necesidades.
- Promover actividades únicas, como pub crawl, clases de cocina, paseos en barco por la Albufera o visitas a la Ciudad de las Artes y las Ciencias.

### 4. Testimonios y reseñas:

- Recopilar y compartir historias de parejas y grupos que han celebrado ocasiones especiales en Valencia es una excelente manera de demostrar lo mucho que tiene que ofrecer la ciudad como destino de celebraciones y hacer los clientes potenciales querer venir a Valencia para vivir la misma experiencia.

## **2. Las redes sociales dedicadas:**

Responsable: empleado de ventas y marketing

Diseñar y lanzar redes sociales dedicadas exclusivamente a Valencia como destino para eventos especiales es una de las claves para promover el turismo y los servicios relacionados

en la ciudad. Aquí hay algunas características que tienen que incluirse en estas redes sociales:

- Información detallada sobre lugares de celebración: Proporcionar una lista completa de lugares de celebración en Valencia, como salones de eventos, hoteles, restaurantes y espacios al aire libre. Incluir detalles como capacidad, servicios ofrecidos y reseñas de usuarios.
- Actividades turísticas: Destacar las actividades turísticas disponibles en Valencia, como visitas guiadas, excursiones, actividades al aire libre y eventos culturales. Proporcionar información detallada sobre cada actividad, incluyendo horarios y reseñas de usuarios.
- Calendario de eventos: Mantener actualizado un calendario de eventos especiales que se llevarán a cabo en Valencia, como festivales, conciertos, ferias y exposiciones. Los usuarios podrían buscar eventos por fecha, categoría o ubicación.
- Comunidad de usuarios: Permitir a los usuarios interactuar entre ellos y compartir experiencias, recomendar lugares y servicios, hacer preguntas.
- Reseñas y valoraciones: Permitir a los usuarios dejar reseñas y valoraciones sobre lugares de celebración, proveedores de servicios y actividades turísticas. Esto ayudaría a otros usuarios a tomar decisiones informadas y a mantener un nivel de calidad en la plataforma.

### **3. Alianzas con proveedores locales:**

Responsables: director general y administrativo

Colaborar con proveedores locales de eventos, como floristerías, empresas de catering y proveedores de entretenimiento. Promocionar estas alianzas en las redes sociales para mostrar la calidad de los servicios disponibles en Valencia.

Estos son los pasos que seguir para establecer alianzas y promocionarlas en las redes sociales:

- Identificar proveedores locales: Investigar y seleccionar proveedores locales de eventos en Valencia que ofrezcan servicios de alta calidad.
- Establecer contacto: una vez que se hayan identificado los proveedores locales, ponerse en contacto con ellos para presentar la propuesta de colaboración.
- Definir los términos de la colaboración: discutir con los proveedores locales los detalles de la colaboración, como la forma en que se promocionarán mutuamente,

los descuentos o beneficios especiales que se ofrecerán a los usuarios de la red social, y cualquier otra forma de apoyo que puedan brindarse entre sí.

- Crear contenido promocional: crear contenido promocional para mostrar la calidad de los servicios de los proveedores locales. Publicar fotos y videos de eventos en los que hayan participado, testimonios de clientes satisfechos, reseñas positivas, etc.

#### **4. Marketing en redes sociales:**

Responsables: empleado de ventas y marketing

El marketing en redes sociales es una estrategia efectiva para promocionar eventos y atraer seguidores comprometidos. Para crear y mantener perfiles activos en redes sociales, como Instagram, Facebook y Pinterest, para mostrar fotos y videos de eventos reales en Valencia hay que seguir estos pasos:

- Crea perfiles atractivos: diseñar perfiles atractivos y coherentes en cada plataforma de redes sociales que se utilizarán.
- Compartir fotos y videos de eventos reales: Publicar regularmente fotos y videos de eventos reales que se hayan celebrado en Valencia. Mostrar la diversidad de eventos y resaltar los aspectos más destacados, como la decoración, la comida, el entretenimiento y la atmósfera general.
- Utilizar historias para mostrar contenido en tiempo real: utilizar las historias de Instagram y Facebook para compartir contenido en tiempo real de eventos que estén ocurriendo en Valencia. Esto crea un sentido de urgencia y permite a los seguidores sentirse más conectados con los eventos.
- Publicar regularmente: mantener una frecuencia regular de publicaciones para mantener a los seguidores comprometidos. Se puede establecer un calendario de publicaciones y programarlas con anticipación para asegurarte de que siempre haya contenido fresco en los perfiles.
- Interactuar con los seguidores: responder a los comentarios y mensajes de los seguidores de manera oportuna. Fomentar la participación haciendo preguntas en las publicaciones y animando a la gente a compartir sus propias experiencias y fotos de eventos en Valencia.
- Utilizar hashtags relevantes: utilizar hashtags relevantes en las publicaciones para aumentar la visibilidad y llegar a un público más amplio. Investigar los hashtags populares relacionados con eventos en Valencia y úsalos estratégicamente en las publicaciones.

## **5. Servicio de atención al cliente:**

Responsable: administrativo

Establecer un servicio de atención al cliente dedicado para responder a las consultas de personas interesadas en celebrar eventos en Valencia. Brindar información útil y responder preguntas sobre logística, opciones de alojamiento y actividades locales.

Para implementar un servicio de atención al cliente efectivo hay que:

- Designar un equipo de atención al cliente: seleccionar a un equipo de personas capacitadas y amigables para que se encarguen de atender las consultas de los clientes.
- Proporcionar múltiples canales de comunicación: ofrecer diferentes canales de comunicación para que los clientes puedan contactarte fácilmente. Esto puede incluir correo electrónico, teléfono, chat en vivo y redes sociales.
- Crear una base de conocimientos: crear una base de conocimientos en las plataformas en la que los clientes puedan encontrar respuestas a preguntas frecuentes. Incluir información sobre los eventos en Valencia, actividades locales, transporte y cualquier otra información relevante.
- Monitorear y analizar: monitorear y analizar las consultas y preguntas frecuentes para identificar patrones y áreas de mejora. Utilizar esta información para optimizar las respuestas y mejorar la eficiencia del servicio de atención al cliente.

Estas propuestas de promoción revelarán los puntos fuertes de la empresa y atraerán a una audiencia diversa de personas y grupos que buscan crear experiencias memorables en la capital de la Comunidad Valenciana.

## 10. Conclusiones

En resumen, este trabajo de investigación ha explorado en profundidad el tema del turismo de celebraciones en Valencia. A lo largo de este estudio, se han analizado diversas facetas de esta industria en crecimiento, investigando los factores que hacen Valencia un destino atractivo para aquellos que desean celebrar eventos especiales en esta ciudad española.

Las investigaciones realizadas revelaron que Valencia ofrece una combinación única de factores que la convierten en un destino ideal para lunas de miel, aniversarios, celebraciones familiares y otras celebraciones. La combinación de su clima agradable, su rica herencia cultural, su variada oferta gastronómica y su hermoso entorno costero la posiciona como un lugar excepcional para eventos memorables.

Sin lugar a dudas, tras un exhaustivo análisis de este nicho de mercado, resulta evidente que la competencia en este ámbito es prácticamente inexistente en la ciudad de Valencia. A pesar de la creciente afluencia de turistas rusohablantes en la capital valenciana, no se ha identificado ninguna empresa o iniciativa que se enfoque específicamente en satisfacer sus necesidades en cuanto a celebraciones y experiencias turísticas se refiere.

Este vacío en el mercado representa una oportunidad única para la implementación de la idea de negocio turístico propuesta en este trabajo, la cual tiene el potencial de llenar este vacío y satisfacer las demandas de un segmento de clientes cada vez más importante y diversificado.

La ausencia de competidores directos en este nicho posiciona a la empresa en una posición ventajosa para establecerse como líder en la prestación de servicios turísticos y de celebración dirigidos al turista rusohablante en Valencia. Esta conclusión refuerza la viabilidad y el atractivo de la idea de negocio, ofreciendo una base sólida para su desarrollo y ejecución en el mercado local.

Si bien el turismo de celebraciones en Valencia presenta un gran potencial, también se identifican desafíos y áreas de mejora. Estos incluyen la necesidad de una mayor promoción y marketing para destacar la ciudad como destino de celebraciones, así como la importancia de mantener altos estándares de calidad y servicio para satisfacer las expectativas de los clientes.

Tras la elaboración de idea de negocio, se reveló la necesidad de determinar la cantidad de recursos humanos y financiamiento necesarios para poner en marcha ésta empresa. Éste proceso no solo implicó definir la dirección y los objetivos de la empresa, sino también analizar en detalle las demandas en términos de personal y capital financiero para llevar a cabo la idea de negocio de manera efectiva.

En última instancia, este estudio demuestra que Valencia tiene un papel importante que desempeñar en el mercado del turismo de celebraciones y que existen oportunidades significativas para su crecimiento continuo. A medida que la ciudad continúe atrayendo a parejas, familias y grupos de amigos provenientes de países postsoviéticos que buscan celebrar momentos especiales, es fundamental que todos los actores involucrados trabajen en conjunto para aprovechar al máximo este potencial y garantizar experiencias excepcionales para quienes eligen Valencia como su destino de celebración.

## 11. Bibliografía

- Ari. (2021). Youtube. Moscú, Rusia.
- Barret, M., & Roginskiy, N. (2006). *Русские туристы за границей: как отдохнуть и не вляпаться*. Moscú, Rusia: Geleos.
- Barret, M., & Roginskiy, N. (2006). *Русские туристы за границей: как отдохнуть и не вляпаться*. Moscú: Geleos.
- Calero, A. L. (1 de 08 de 2022). Demanda de profesionales. *Levante*.
- ceupe. (s.f.). Obtenido de ceupe.com: <https://www.ceupe.com/blog/que-es-un-producto-turistico.html>
- Cfin. (2 de Abril de 2013). Obtenido de <https://www.cfin.ru/management/people/instructions/procedure.shtml>
- Cfin. (2 de 07 de 2013). Obtenido de cfin.ru: <https://www.cfin.ru/management/>
- CQ financiera. (s.f.). Obtenido de <https://cqfinanciera.com/como-calcular-un-precio-de-venta-con-un-margen-de-rentabilidad-establecido/>
- Cuadrado Esclapez, C., & Rodríguez Cuadrado, R. (2018). *El abc en la organización de eventos*. Madrid: Fund, Confemetal.
- Cuadrado Esclapez, C., & Rodríguez Cuadrado, R. (2018). *El abc en la organización de eventos*. Madrid, España: Fund. Confemetal.
- El País. (11 de Agosto de 2015). Obtenido de [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/08/11/pyme/1439276699\\_712968.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/08/11/pyme/1439276699_712968.html)
- ESDAI. (28 de Abril de 2023). *Universidad Panamericana*. Obtenido de <https://blog.up.edu.mx/administracion-y-hospitalidad/la-industria-del-entretenimiento-y-su-relacion-con-el-turismo>
- Garcia, D. (13 de 12 de 2016). *Prezi*. Obtenido de prezi.com: <https://prezi.com/0humqnozxdv9/turismo-de-diversion/>
- Hosteltur. (07 de 01 de 2023). Obtenido de Hosteltur.com: [https://www.hosteltur.com/12600\\_espana-turismo-sol-playa-mantiene-su-liderazgo-comunidad-valenciana-generalitat.html](https://www.hosteltur.com/12600_espana-turismo-sol-playa-mantiene-su-liderazgo-comunidad-valenciana-generalitat.html)
- Idealista. (Septiembre de 2023). Obtenido de <https://www.idealista.com/inmueble/102437923/>
- Idealista. (09 de 2023). Obtenido de idealista.com: <https://www.idealista.com/inmueble/102437923/>
- Indeed. (18 de 07 de 2024). Obtenido de es.indeed.com: <https://es.indeed.com/career/personal-para-eventos/salaries>
- Jobble. (24 de 07 de 2024). Obtenido de es.jobble.org: <https://es.jobble.org/salary/director-eventos>
- Jobble. (24 de 07 de 2024). Obtenido de es.jobble.org: <https://es.jobble.org/salary/coordinador-eventos/Madrid>

*Jooble*. (24 de 07 de 2024). Obtenido de es.jooble.org: <https://es.jooble.org/salary/director-eventos>

*Jooble*. (24 de 07 de 2024). Obtenido de es.jooble.org: <https://es.jooble.org/salary/administrativo-eventos>

*Jooble*. (24 de 07 de 2024). Obtenido de es.jooble.org: <https://es.jooble.org/salary/chofer-conductor-de-trailer/Valencia>

*La Moncloa*. (27 de 06 de 2024). Obtenido de lamoncloa.gob.es: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/trabajo14/Paginas/2023/140223-salario-minimo-interprofesional.aspx>

Llagunes, Á. (4 de Abril de 2023). *Valencia Secreta*. Obtenido de <https://valenciasecreta.com/hoteles-bonitos-valencia/>

Llagunes, Á. (16 de 04 de 2024). *Valencia secreta*. Valencia, Comunidad Valenciana, España.

Marc. (30 de Octubre de 2020). *Por conocer*. Obtenido de <https://www.porconocer.com/reportaje/ocio-turismo-relacion-estrecha>

Marc. (30 de 10 de 2020). *Por conocer*. Obtenido de porconocer.com: <https://www.porconocer.com/reportaje/ocio-turismo-relacion-estrecha>

*marketinhouse*. (s.f.). Obtenido de marketinhouse.es: <https://www.marketinhouse.es/precios-agencia-marketing-digital-tarifas/>

*Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones*. (24 de 02 de 2024). Obtenido de inclusion.gob.es: <https://www.inclusion.gob.es/w/el-gobierno-de-espana-ha-dado-proteccion-a-199.000-personas-huidas-de-ucrania-en-los-dos-anos-de-guerra>

Nicolau, J. L. (s.f.). El producto turístico. *El producto turístico*. Alicante, Comunidad Valenciana, España.

*ONU Turismo*. (s.f.). Obtenido de unwto.org: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>

Patricia. (12 de 03 de 2024). *EXPLORIAL*. Obtenido de explorial.com: <https://explorial.com/es/descubre-los-10-datos-curiosos-de-valencia/>

Porras, C. (5 de Abril de 2023). *Hosteltur*. Obtenido de [https://www.hosteltur.com/156823\\_radiografia-de-las-22-ciudades-mas-competitivas-de-espana-en-turismo.html](https://www.hosteltur.com/156823_radiografia-de-las-22-ciudades-mas-competitivas-de-espana-en-turismo.html)

Sánchez González, D. (2016). *Técnicas de organización de eventos*. Madrid, España: Síntesis.

Sánchez González, D. d. (2016). *Técnicas de organización de eventos*. Madrid: Síntesis.

*Tripadvisor*. (2023). Obtenido de [https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g187529-Valencia\\_Province\\_of\\_Valencia\\_Valencian\\_Community.html](https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g187529-Valencia_Province_of_Valencia_Valencian_Community.html)

*Tripadvisor*. (2024). Obtenido de tripadvisor.com: [https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g187529-Valencia\\_Province\\_of\\_Valencia\\_Valencian\\_Community.html](https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g187529-Valencia_Province_of_Valencia_Valencian_Community.html)

*Tu fin de carrera*. (s.f.). Obtenido de <https://www.tufindecarrera.es/>

*Tu fin de carrera*. (2023). Obtenido de <https://www.tufindecarrera.es/>

*UNESCO*. (Noviembre de 2016). Obtenido de <https://ich.unesco.org/es/RL/la-fiesta-de-las-fallas-de-valencia-00859>

*Valencia*. (s.f.). Obtenido de [visitvalencia.com](https://www.visitvalencia.com/associated-resources-vv-business-activity): <https://www.visitvalencia.com/associated-resources-vv-business-activity>

*Valenciaplaza*. (2 de 02 de 2024). Obtenido de [valenciaplaza.com](https://valenciaplaza.com/comunitat-valenciana-roza-10-5-millones-turistas-internacionales-2023-21-8-mas): <https://valenciaplaza.com/comunitat-valenciana-roza-10-5-millones-turistas-internacionales-2023-21-8-mas>

Varlamov, I. (13 de Agosto de 2022). Youtube. Moscú, Rusia.

Varlamov, I. (Agosto de 2023). Youtube. *Испания: как эмигрировать и счастливо жить на пенсию. Валенсия, золотая виза, переезд*. Moscú, Rusia. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=Rfh7oxkRI\\_w](https://www.youtube.com/watch?v=Rfh7oxkRI_w)

Varlamov, I. (4 de 07 de 2023). Youtube. Moscú, Rusia.

*Wikipedia*. (s.f.). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Fallas\\_de\\_Valencia](https://es.wikipedia.org/wiki/Fallas_de_Valencia)

*WOM Viajes*. (s.f.). Obtenido de <https://www.womviajes.com/viajes-para-despedidas-de-soltera-medida/>

*WOM Viajes*. (2024). Obtenido de <https://womviajes.com/>

*Zankyou*. (2024). Obtenido de [zankyou.es](https://www.zankyou.es/hoteles-bodas/valencia): <https://www.zankyou.es/hoteles-bodas/valencia>

Zaragoza, J. (2011). *UNESCO. Patrimonio Cultural Inmaterial*. Obtenido de [ich.unesco.com](https://ich.unesco.com): <https://ich.unesco.org/es/RL/la-fiesta-de-las-fallas-de-valencia-00859>

*Создание идеи бренда*. (2024). Obtenido de [mindrepublic.ru](https://mindrepublic.ru): <https://mindrepublic.ru/articles/sozdanie-idei-brendinga/>



## Anexo I

### Relación del trabajo

### con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030

#### Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster

#### Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030

#### Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Objetivos de Desarrollo Sostenibles	Alto	Medio	Bajo	No procede
ODS 1. Fin de la pobreza				x
ODS 2. Hambre cero				x
ODS 3. Salud y bienestar			x	
ODS 4. Educación de calidad				x
ODS 5. Igualdad de género			x	
ODS 6. Agua limpia y saneamiento				x
ODS 7. Energía asequible y no contaminante				x
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico	x			
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras			x	
ODS 10. Reducción de las desigualdades			x	
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles			x	
ODS 12. Producción y consumo responsables			x	
ODS 13. Acción por el clima				x
ODS 14. Vida submarina				x
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres				x
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas				x
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos				x

#### Descripción de la alineación del TFG/TFM con los ODS con un grado de relación más alto

El turismo de celebraciones en Valencia puede relacionarse de manera significativa con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 8: "Trabajo decente y crecimiento económico". A continuación, se detallan algunas de las conexiones clave:

1. **Generación de empleo:** El turismo de celebraciones podría atraer a un buen número de turistas, lo que impulsa la creación de empleos en sectores como la hostelería, la venta de productos locales y la organización de eventos. Esto contribuye al crecimiento económico local y a la generación de oportunidades de trabajo.
2. **Impulso a la economía local:** El turismo de celebraciones promueve el consumo en negocios locales, desde restaurantes y bares hasta tiendas de souvenirs y mercados artesanales. Esto no solo beneficia a las empresas, sino que también contribuye a la sostenibilidad de la economía local.
3. **Promoción de la cultura y la identidad local:** Las celebraciones son una forma de promover la cultura y las tradiciones locales, lo que puede mejorar la reputación de Valencia como destino turístico. Esta visibilidad puede atraer más turistas a lo largo del año, diversificando las fuentes de ingresos.
4. **Impulso a la innovación y la sostenibilidad:** El ODS 8 también se centra en la innovación y la sostenibilidad. Las iniciativas que buscan hacer que los eventos sean más sostenibles, como la reducción de residuos y el uso de recursos locales, pueden surgir del turismo de celebraciones, contribuyendo así a un crecimiento económico que no degrade el medio ambiente.

En resumen, el turismo de celebraciones en Valencia aborda varios aspectos del ODS 8, al fomentar el trabajo decente, el crecimiento económico inclusivo y sostenible, y la innovación en la gestión de estos eventos.