

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Gestión Turística



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCUELA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Fidelización del mercado británico en
el sector turístico de la comarca de la
Marina Alta como consecuencia del
Brexit”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autora:

Nuria Bisquert Miralles

Tutor:

Carlos Gil Santiago

GANDIA, 2017

RESUMEN:

El pasado 23 de Junio de 2016 se celebró un referéndum en Gran Bretaña que concluyó con el Sí a la salida de la Unión Europea. De momento sabemos que han comenzado las negociaciones para la salida, las cuales irán avanzando a lo largo de un par de años hasta conseguir la voluntad manifestada por los británicos.

Centraremos el estudio en la comarca de la Marina Alta, destino receptor de un importante número de turistas británicos. En la que los efectos del llamado Brexit provocados por posibles dificultades como el cierre de aduanas, el fin de la libre circulación o la deflación de la libra esterlina respecto al euro, reduciría el poder adquisitivo a estos turistas y les complicaría el viaje.

Por tanto, en este trabajo analizaremos el posible efecto que podría tener el proceso de salida de Gran Bretaña de la Unión Europea y las previsibles consecuencias que podrían conllevar al turismo de la comarca de la Marina Alta para finalizar con una serie de propuestas que mantengan y fidelicen el segmento predominante en este destino hasta el momento, intentando así evitar o suavizar el previsible impacto negativo en este destino turístico.

PALABRAS CLAVE:

Brexit, Turismo, Británico, Marina Alta, Unión Europea.

ABSTRACT:

Last 23rd June, 2016, a referendum was held in Great Britain, which concluded with the YES on leaving the European Union. Currently we know that negotiations for the departure have begun, which will progress over a couple of years to achieve the wishes manifested by the British.

We will focus the study on the Marina Alta region, receiving destination of a significant number of British tourists. In which the effects of the so-called Brexit caused by possible difficulties such as the closure of customs, the end of free movement or the deflation of the pound sterling about the euro, would reduce purchasing power of these tourists and would complicate the travel.

Therefore, in this work we will analyse the possible effect that departure's process of Great Britain from the European Union could have and the foreseeable consequences that could bring to the tourism in the Marina Alta region to finalize with a series of proposals to maintain and loyalty the predominant segment in this destination so far, trying to avoid or soften the predictable negative impact on this tourist destination.

KEYWORDS:

Brexit, Tourism, British, Marina Alta, European Union.

Índice

INTRODUCCIÓN	5
OBJETIVOS:.....	6
METODOLOGÍA:.....	6
RESULTADOS PREVISTOS:	6
SITUACIÓN ACTUAL DE LA ECONOMÍA BRITÁNICA:	7
MOMENTOS CLAVE DE LA ECONOMÍA:.....	7
SITUACIÓN ACTUAL:.....	8
CÓMO ENTENDER EL CAMBIO:	12
IMPACTO EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA MARINA ALTA:	13
ATRATIVOS DE LA COMARCA. TIPOS DE TURISMO	14
<i>Análisis DAFO y CAME</i>	21
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO EN ESPAÑA	23
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.....	25
LA MARINA ALTA.....	26
<i>Impacto Social</i>	27
<i>Impacto Económico</i>	28
<i>Cómo afectará el Brexit a la Marina Alta:</i>	30
POSIBLES SOLUCIONES DE MEJORA:	32
CONCLUSIÓN:	41
BIBLIOGRAFÍA	44

Índice Imágenes:

IMAGEN 1: MAPA DEL IMPERIO BRITÁNICO EN EL S.XIX. FUENTE: HISTORIAYBIOGRAFIAS.COM	7
IMAGEN 2: INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL EN EL PERIODO DE LAS DOS GUERRAS MUNDIALES. FÁBRICA DE MG CAR COMPANY DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.....	7
IMAGEN 3: RESULTADOS EN EL REFERÉNDUM REALIZADO EL 23 DE JUNIO DE 2016 EN GRAN BRETAÑA. FUENTE: EL PAÍS.....	8
IMAGEN 4: GRÁFICO DEL FTSE 100 DURANTE 5 AÑOS. FUENTE: EL ECONOMISTA.....	9
IMAGEN 5: ARTÍCULOS DE ALGUNOS DE LOS ATENTADOS EN EUROPA DURANTE 2015 Y 2016. FUENTE: EL ESPECTADOR.	10
IMAGEN 6: ATENTADO TERRORISTA EN LONDRES (GRAN BRETAÑA) EL 22 DE MARZO DE 2017. FUENTE: EL PAÍS.	10
IMAGEN 7: ATENTADO TERRORISTA EN MANCHESTER (GRAN BRETAÑA) EL 23 DE MAYO DE 2017. FUENTE: EL MUNDO.	10
IMAGEN 8: ATENTADO TERRORISTA EN LONDRES (GRAN BRETAÑA) EL 03 DE JUNIO DE 2017. FUENTE: EL PAÍS.....	10
IMAGEN 9: MAPA DE LA MARINA ALTA. FUENTE: PLAN DIRECTOR COMERCIAL MARINA ALTA.....	13
IMAGEN 10: AEROLÍNEAS CON VUELO DIRECTO ENTRE RUSIA Y LA COMUNIDAD VALENCIANA (2016). FUENTE: TURISME GVA.....	36
IMAGEN 11: AEROLÍNEAS CON VUELO DIRECTO ENTRE ALICANTE-ÉLCHE Y LOS PAÍSES NÓRDICOS (2015). FUENTE: TURISME GVA A PARTIR DE AENA Y WEBS DE LAS COMPAÑÍAS AÉREAS.	37

Índice Tablas:

TABLA 1: TOTAL DE ALOJAMIENTO SEGÚN TIPO. FUENTE: AGÈNCIA VALENCIANA DE TURISME.....	14
TABLA 2: PLAYAS Y ZONAS APTAS PARA EL BAÑO. FUENTE: TURISME GVA A PARTIR DE LA ASOCIACIÓN DE EDUCACIÓN AMBIENTAL Y DEL CONSUMIDOR ADEAC-FEE Y CONSELLERIA DE TURISME, 2008.	14
TABLA 3: SENDEROS E INSTALACIONES RECREATIVAS FORESTALES. FUENTE: TURISME GVA A PARTIR DE SENDA VERDA. CONSELLERIA DE MEDIO AMBIENTE, AGUA, URBANISMO Y VIVIENDA, 2006.	15
TABLA 4: MUSEOS. FUENTE: TURISME GVA A PARTIR DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA. WINSITUR. CONSELLERIA DE TURISME, 2008.....	16

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

TABLA 5: PATRIMONIO CULTURAL. FUENTE: TURISME GVA A PARTIR DEL INSTITUTO DEL PATRIMONIO HISTÓRICO ESPAÑOL. MINISTERIO DE CULTURA, 2006.	17
TABLA 6: FIESTAS DECLARADAS DE ITN. FUENTE: TURISME GVA A PARTIR DE SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA. WINSITUR. CONSELLERIA DE TURISME, 2008.	17
TABLA 7: CAMPOS DE GOLF. FUENTE: TURISME GVA A PARTIR DE SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA. WINSITUR. CONSELLERIA DE TURISME, 2008.....	19
TABLA 8: PUERTOS DEPORTIVOS. FUENTE: TURISME GVA A PARTIR DE SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA. WINSITUR. CONSELLERIA DE TURISME, 2008.	19
TABLA 9: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES A ESPAÑA SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA EN 2016. FUENTE: FRONTUR/ INE.....	24
TABLA 10: GASTO DE LOS TURISTAS SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA (2014). FUENTE: TURESPAÑA.	25
TABLA 11: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES SEGÚN CCAA DE DESTINO PRINCIPAL EN 2016 (DATOS MENSUALES DE DICIEMBRE). FUENTE: FRONTUR.	25
TABLA 12: POBLACIÓN DE LA MARINA ALTA SEGÚN NACIONAL O EXTRANJERO DURANTE LOS AÑOS 2014, 2015 Y 2016. FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. REVISIÓN PADRÓN 2016. FECHA DE CONSULTA: 25/01/2017.....	26
TABLA 13: POBLACIÓN EXTRANJERA DE LA MARINA ALTA SEGÚN NACIONALIDAD. FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. REVISIÓN PADRÓN 2016. FECHA DE CONSULTA: 27/01/2017	27
TABLA 14: PAÍSES EMISORES A LA COMUNIDAD VALENCIANA: RANKING 2014. FUENTES: OMT, FRONTUR, EGATUR, INE (ENCUESTA OCUPACIÓN HOTELERA).	35

Introducción

El sector turístico es, en la actualidad, una de las principales y más importantes fuentes de ingresos de la Comunidad Valenciana. Así pues, si bien el turismo está extendido por todo el territorio valenciano, en la comarca de la Marina Alta tiene un importante impacto el turismo de sol y playa dada la orientación hacia este sector de la práctica totalidad de sus localidades costeras. Por tanto, centraremos este proyecto en esta comarca, la Marina Alta, una de las comarcas valencianas que más vive del turismo.

Este proyecto podría ser un simple trabajo de investigación y propuesta de mejora de no ser porque, el día 23 de Junio de 2016, se produce un referéndum en Gran Bretaña donde se escrutó si la población británica apoyaba la permanencia o salida de la Unión Europea. Es en este momento, con el resultado favorable a la desconexión de este país de la Unión Europea, cuando el resto de países europeos empiezan a preocuparse por el incierto futuro que causa esta acción sin precedentes. Entre estos países se encuentra España, uno de los principales países que más turistas británicos recibe al año (16,9 millones de turistas británicos en 2016)¹.

La Comunidad Valenciana es una de las comunidades españolas que más turistas británicos recibe, por lo que puede resultar especialmente sensible el impacto del proceso de desconexión del Reino Unido con la Unión Europea. Dentro de nuestra comunidad, la Marina Alta es una de las comarcas con mayor afluencia de turistas británicos, por lo que sería uno de los principales destinos en resentirse por el previsible descenso de este mercado turístico.

Por tanto, centrandolo el tema en la comarca de la Marina Alta, encontraremos el trabajo dividido en tres grandes bloques:

En primer lugar, el análisis de la situación actual de la economía británica, que se basara en conocer y analizar las fluctuaciones económicas de este país, y el impacto de una decisión política unilateral que afecta a la economía tanto a nivel local como a nivel global como consecuencia de la incertidumbre generada por una decisión política como es el fenómeno del Brexit.

A continuación, analizaremos la zona de destino y el previsible impacto que conllevará un cambio político-económico que, aún generado en otro país, afectaría a la situación económica y política en la zona de análisis: la Marina Alta. Para esto también analizaremos la economía de esta comarca y la influencia que tiene el sector turístico, centrándonos también en la influencia que tiene el mercado objeto del estudio, el británico.

Por último, concluiremos con la propuesta de una serie de posibles soluciones de mejora que podrían ayudar a suavizar el impacto posiblemente negativo del efecto Brexit o incluso mejorar los números en el sector, cerrando el trabajo con una conclusión extraída de dichas investigaciones.

Es importante recalcar que las conclusiones alcanzadas durante el trabajo, podrían variar en cualquier momento por la variable actualidad a la que están sometidos los hechos.

¹ “España recibe 16,9 millones de turistas británicos en 2016”. Fuente de El Mundo.

Objetivos:

El **objetivo principal** de este proyecto es conocer y mejorar el mercado turístico de la zona de la Marina Alta para notar en la menor medida de lo posible cualquier cambio o pérdida de mercado.

Objetivos secundarios que se pretenden conseguir:

- Analizar el efecto del Brexit en el país de origen.
- Ver cómo afecta o afectará el Brexit en el turismo de la comarca de la Marina Alta.
- Proponer una serie de iniciativas para notar el menor impacto posible de este suceso en la zona de destino.

El **objetivo personal** es intentar conocer el mercado receptor de la zona en vista a la salida laboral como posible emprendedora o conocedora del sector.

Metodología:

La metodología seguida para realizar el presente estudio ha sido la siguiente:

- Recopilación de información a través de artículos de prensa o informes estadísticos.
- Recopilación de información y datos a través de trabajos y proyectos de final de carrera, relacionados con este tema.
- Recopilación de información recogida en el archivo de los diversos municipios de la comarca.
- Sintetizar información obtenida a través de la experiencia laboral y observación.
- Elaboración del informe.

Resultados previstos:

Los resultados previstos para este proyecto son:

- Conocer los problemas y consecuencias que conllevaría la salida de Gran Bretaña de la Unión Europea para el sector turístico de la Marina Alta.
- Saber cómo podrían afectar al turismo de la comarca de la Marina Alta las dificultades que supondría para los turistas británicos, el conjunto de turistas más importante para España que Gran Bretaña no pertenezca a la Unión Europea.
- Ver qué iniciativas pueden proponerse para solucionar el previsible problema que esta situación podría causar al sector turístico.
- Intentar que el turismo de la Marina Alta se resienta en la menor medida posible de este problema que supondría la salida de Gran Bretaña de la Unión Europea.

Situación actual de la economía Británica:

La economía británica ha sido durante mucho tiempo una de las principales economías mundiales, generando uno de los 5 mejores PIB del mundo, sólo por detrás de EEUU, Japón, Alemania y China.

Momentos clave de la economía:

Para alcanzar esta primacía económica mundial, los ingleses han pasado por diferentes etapas durante la historia, de los que podemos destacar a grandes rasgos: el colonialismo o expansionismo, las dos guerras mundiales y diversos conflictos a nivel interno en el propio Reino Unido o en sus colonias.

A finales del siglo XIX Gran Bretaña llegó a poseer el mayor imperio colonial de la época, estableciendo rutas comerciales a través de los principales océanos y mares, explotando económicamente estos territorios que nunca han dejado de tener una buena relación con el país que los dominó en algún momento. Las buenas relaciones han hecho que estas localizaciones proporcionen un gran ingreso de divisas constantemente, además de generar más facilidades en el intercambio de mercancías.

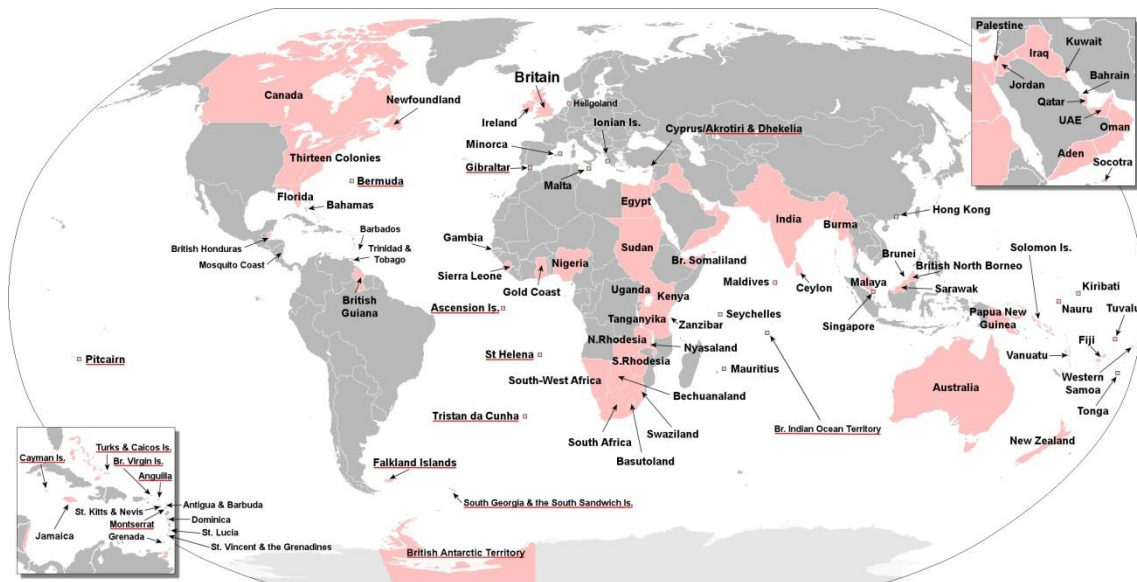


Imagen 1: Mapa del imperio británico en el S.XIX. Fuente: historiaybiografias.com

En cambio, durante las dos guerras mundiales, Gran Bretaña también se vio perjudicada por su localización en Europa sabiendo, aun así, situarse siempre de parte de los ganadores, con lo que se posicionó estratégicamente en el mercado, potenciando su industria para conseguir un gran ingreso que dejaba atrás la decadencia de la guerra, aunque sí le supuso una gran suma de deuda externa.

Imagen 2: Industria del automóvil en el periodo de las dos guerras mundiales. Fábrica de MG Car Company durante la segunda Guerra Mundial.



Además, Gran Bretaña ha tenido numerosos conflictos internos con Irlanda y Escocia, con los que mantiene aún por unirse o dejar de pertenecer a Gran Bretaña entre otros conflictos de intereses sociales, económicos y políticos. Y con las distintas colonias, donde perdía grandes sumas de dinero y personal, pero también una de sus principales y más fáciles fuentes de ingresos.

Pero finalmente, Gran Bretaña es un país que siempre antepone el nacionalismo entre la sociedad y el orgullo por la nación, haciendo que se depositen todas las confianzas en el producto nacional. Demostrándolo también manteniendo su propia moneda en índices altísimos, siendo así la moneda con mayor valor mundial actual².

Situación actual:

Viendo el progreso continuado de la economía británica, podríamos decir que parece no tener fin, lo que ha provocado, en la población británica, un sentimiento de patriotismo que se prolonga y acentúa con el tiempo. Empezando por la libra (moneda local) que se mantiene continuamente en niveles de cotización altísimos (siendo la moneda con más valor del mundo), continuando con una economía basada principalmente en la industria y acabando por un sentimiento de grandeza mundial debido a una posición histórica, tanto política como económica, de la cual presumen. Además, su idioma (el inglés) es la lengua oficial mundial lo que facilita que no se vean obligados a expresarse de otra forma que no sea la propia. Así, constantemente crece la voluntad de libertad e independencia.

Actualmente, los factores que incentivan el patriotismo están muy vigentes gracias al movimiento nacionalista del partido conservador, quien lidera actualmente gracias a la victoria que obtuvo en las anteriores elecciones (pese a la significativa pérdida de apoyo obtenida en las elecciones de junio de 2017), a los que se une también el temor terrorista que acecha principalmente a Europa desde hace poco más de dos años, instaurando en los principales países europeos un miedo continuo con la presencia de incesantes ataques terroristas de gran magnitud, y además, otros motivos ligados a la situación económica en declive durante los últimos años en la Unión Europea, que se ha sumido en una profunda crisis económica, la cual creen los británicos que les afectará mientras continúen perteneciendo a la Unión Europea.

Así pues, resumiendo lo anterior, los problemas sociales como el terrorismo o disputas por territorios entre otros, unido a la situación económica europea en declive por la crisis del euro, provocan el renacimiento de un sentimiento nacionalista y patriótico en los británicos que ha hecho resurgir el movimiento conservador, el cual ha cumplido su promesa electoral de realizar un referéndum para elegir democráticamente la decisión de permanecer en la Unión Europea o desvincularse totalmente de ésta.

El 23 de junio de 2016 Gran Bretaña celebró un referéndum, cuyo resultado elevó al liderazgo del proceso a Theresa May, en el que más del 50% de los votantes apoyaron el Sí a la salida de este de la Unión Europea.

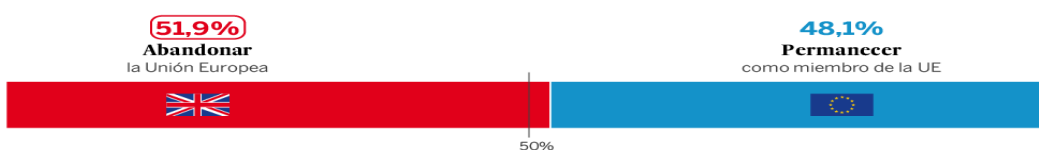


Imagen 3: Resultados en el Referéndum realizado el 23 de Junio de 2016 en Gran Bretaña. Fuente: El País.

² El Euro respecto a la libra esterlina está a un valor de 0'8754 a 02/06/2017. Fuente: Infobolsa

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

Este movimiento se denomina coloquialmente el Brexit. Movimiento que, como ya se prometía en la campaña electoral, pretende desvincular al país del conjunto de la Unión Europea. Pero este resultado no cae en saco roto, puesto que, al día siguiente, se desata una reacción inmediata por parte de la Unión Europea, quien decide que tal voluntad sin precedentes no puede tener vuelta atrás. A partir de entonces empieza una serie de negociaciones para determinar a qué acuerdos se puede llegar.

El día 29 de Marzo de 2017, el embajador británico ante la Unión Europea Tim Barrow, hizo entrega de la carta que formaliza y activa oficialmente el proceso de salida de Gran Bretaña de la Unión Europea, momento en que las negociaciones han sido más tensas entre el país demandante y la Unión Europea.

En el marco económico se han visto fluctuaciones desde entonces. Así, procederemos a analizar el estado actual de la economía para ver en qué medida este movimiento le ha afectado por el momento. Dado que esta economía tiene una especial influencia en el resto de economías mundiales, necesitaremos ver si se ha registrado algún cambio no usual en su economía para ver cómo podría afectar a nuestra región.

Siendo la industria local de vital importancia para la economía británica, procederemos a observar los índices registrados en la bolsa FTSE 100 que registra el valor y movimiento de sus empresas. Así podremos saber cómo fluctúa el PIB local, principal motor de la economía.

Por tanto, haciendo uso del gráfico de la bolsa británica FTSE 100 (Imagen 4), que comprende los años 2013 hasta 2017, observamos que continuamente se produce una tendencia de crecimiento, marcado posiblemente por la confianza que generan las empresas pertenecientes a esta bolsa y unido posiblemente a la confianza que el mundo tiene en este país tan próspero en medio de una gran crisis económica como es la europea.



Imagen 4: Gráfico del FTSE 100 durante 5 años. Fuente: El Economista.

Pero esta tendencia se ha visto afectada durante los años 2015, 2016 y 2017 por una serie de acontecimientos. Entre ellos, en 2015, se acentúa un gran descenso posiblemente por el miedo que generan una serie de **ataques terroristas** atribuidos al yihadismo o estado islámico, que producen escándalos y miedo en todo el continente europeo.

Así, en 2015 empieza una serie de atentados terroristas que afectan principalmente a Francia, país de gran influencia económica en el resto de países europeos, incluido Gran Bretaña, con el que tiene buena relación por su proximidad.

7 enero 2015. Fallecen 12 personas en el asalto a la redacción del semanario "Charlie Hebdo", en París.

9 enero 2015. Otras 7 personas mueren en Francia, 4 de ellas rehenes que permanecían en el supermercado "Hyper Cacher" de París y las otras 3 son los hermanos Kouachi, autores del tiroteo en la revista Charlie Hebdo y el asaltante del establecimiento comercial.

13 noviembre 2015. Varios atentados casi simultáneos en París dejan 130 muertos (89 en la sala de fiestas Bataclán) y más de 300 heridos.

14 de julio de 2016. El tunecino Mohamed Lahouaiej Bouhlel arrolla con un camión a ciudadanos que festejan la Fiesta Nacional de Francia en el principal paseo de Niza y deja un balance 84 muertos y más de un centenar de heridos.

Imagen 5: Artículos de algunos de los atentados en Europa durante 2015 y 2016. Fuente: El Espectador.

Cuatro muertos y 40 heridos en un atentado terrorista cerca del Parlamento británico en Londres

Imagen 6: Atentado terrorista en Londres (Gran Bretaña) el 22 de marzo de 2017. Fuente: El País.

Un atentado durante un concierto de Ariana Grande deja 22 muertos en Manchester

Imagen 7: Atentado terrorista en Manchester (Gran Bretaña) el 23 de mayo de 2017. Fuente: El Mundo.

Un atentado terrorista en Londres causa siete muertos y decenas de heridos

Imagen 8: Atentado terrorista en Londres (Gran Bretaña) el 03 de junio de 2017. Fuente: El País.

Continuando en 2016 y 2017 con más ataques terroristas ya extendidos por toda Europa que provocan mucho más miedo y racismo. Los últimos ataques producidos en Londres y Manchester han generado un gran declive en la política del país, reforzando el nacionalismo y racismo, y condicionando, probablemente, unas elecciones, convocadas por la Primera Ministra que tuvieron lugar en Junio de 2017, con el objetivo de pulsar la opinión mayoritaria de la población en un intento de fortalecer al partido conservador y poder realizar sus proposiciones con más decisión y apoyo popular. Pero estas elecciones anticipadas pudieron verse alteradas por el último atentado ocurrido en Londres a escasos días de estas, vistas además, las grietas que presenta la Inteligencia británica para la prevención de estos atentados, por lo que el resultado de las mismas, en las que el partido conservador perdió la mayoría absoluta, abre un escenario mucho más incierto respecto al futuro del Brexit.

Además, advertimos que los últimos ataques terroristas están focalizándose principalmente en este país, y muestran acciones más eficaces y devastadoras que en los últimos años, algo aparentemente imparable para el resto del mundo.

Estos atentados parecen reforzar la unión y cooperación entre países europeos para combatir un movimiento letal e inminente que no parece tener límites ni fin por el momento. Pero para Gran Bretaña podría no resultar útil esta unión, ya que al independizarse pierde todas las ventajas que genera una unión entre naciones, lo que podría favorecer a que los residentes de este país se viesen sumidos en una crisis política.

Aunque este no es el único momento en que el país se ha visto en una situación de tensión y miedo constante, dado que hubo una época “negra” donde los británicos registraban ataques constantes en una “guerra” o conflicto armado entre Gran Bretaña e Irlanda que se remonta a antes de los años 20, aunque tomó especial importancia a partir de los años 70, cuando una organización, llamada IRA³, pasó de ser una simple organización clandestina a una banda terrorista. Es en 1972 cuando Irlanda y Gran Bretaña se unifican en un gobierno centralizado que poco agrada a los irlandeses. El desagrado provoca continuos atentados por parte de la organización militar IRA, quienes atacan a Gran Bretaña para conseguir su independencia, hasta que, después de numerosos ataques mortales en suelo británico, a principios del 2000 Irlanda del Norte consigue su autonomía.

Se observa también, desde principios de 2016, un fuerte descenso del valor de activos, posiblemente debido al mencionado Brexit, situación sin precedentes que generó gran incertidumbre entre inversores que no sabían qué futuro quedaría al porvenir si se perdían ciertos acuerdos que resultan de la unión de varios países. Estos acuerdos podrían ser los tratados de libre circulación de mercancías y pasajeros, tratados de libre comercio, ventajas en comisiones de exportaciones e importaciones, pago de aduanas... Un gran batacazo para las empresas, que al tener más dificultades para importar y exportar sus productos y, por tanto, encarecer su precio, podrían decidir cambiar su sede a otro país con ciertos acuerdos de circulación de mercancías más económico. Esto produce que muchos de los inversores en bolsa pierdan la confianza en algunas de las empresas que todavía no se hayan pronunciado sobre su futuro en este país, y por tanto, dejarían de invertir, perdiendo esas empresas muchísimo valor. Como consecuencia de la pérdida de valor de dichos activos, quien más se verá afectada será la economía local, dado que esto influye directamente al PIB, que generaría grandes pérdidas económicas y podría acarrear en una economía a la deriva. De ser así, posiblemente Gran Bretaña no tendría el suficiente valor económico para mantenerse independiente, pero esto es algo que no podemos asegurar a ciencia cierta, por lo que sería una suposición basada en el peor de los escenarios.

Sin embargo, no todas las fluctuaciones son negativas. Como en la mayoría de ocasiones, todo lo que sube baja, y en este caso ocurre lo mismo, no hay que olvidar que este país es muy próspero y nacionalista, por lo que, aunque se produzcan situaciones de incertidumbre y miedo, generalmente político y social, que afectan directamente a la economía del país, esta nación tiene siempre un sentimiento patriótico que hace que la confianza en él no decaiga nunca.

Y así es que desde el mes de julio de 2016 ha continuado con su recuperación hasta llegar a día de hoy a niveles históricos en los últimos tres años.

³ IRA corresponde a las siglas en inglés de Irish Republican Army (Ejército Republicano Irlandés en español).

Cómo entender el cambio:

La economía británica se basa, principalmente, en su buena relación con sus antiguas y actuales colonias, el gran crecimiento durante la historia de su industria tanto textil y armamentística como del sector terciario y la gran importancia que tiene el PIB y el mercado bursátil, generado principalmente por la gran confianza que producen a los inversores, pudiendo así generar confianza en el sistema bancario y de finanzas.

Esta situación podía mantenerse mientras perteneciera a la Unión Europea, principalmente por unas ventajas que con la salida de la Unión podrían dejar de tener, entre ellas:

- Los tratados de libre circulación, que favorecen al movimiento internacional de mercancías, y que con la pérdida de este tratado podría encarecer o impedir estas transacciones.
 - Esto podría conllevar al pago de aduanas, que encarece el coste de exportar.
 - También podría provocar que los turistas deban disponer de visados cada vez que quieran viajar a otros países con los que no tengan un acuerdo específico.
 - Además de encarecer los transportes que tengan que moverse por zonas sin tratados.
- Posible devaluación de la moneda, que provocaría menor poder adquisitivo por parte de los británicos. Por tanto, dispondrían de menos efectivo para viajar.
- Posibles impuestos por no pertenecientes a ningún organismo.
- Dificultades en la obtención de visados y pasaportes.
- Posible desentendimiento por parte de la Unión Europea de Gran Bretaña en momentos difíciles como atentados u otros problemas o amenazas, quedando a expensas de su única fuerza militar.
- Posible exilio de empresas por perder sus ventajas a la hora de importar y exportar.
 - Estas ventajas podrían ser los tratados dichos anteriormente: de libre circulación o de libre comercio entre zonas comunitarias, que encarecerían los costes de importar y exportar, repercutiendo en la competitividad del precio del producto.
- Previsible destrucción de la competencia entre negocios europeos, ya que se perdería una de las principales y más fuertes economías de la Unión.

Finalmente podríamos deducir que con todas las hipotéticas consecuencias que podría acarrear este país con su salida de la Unión Europea, muchas de las empresas que están establecidas allí y aportan directamente al PIB del país, podría verse desfavorecidas con la posible devaluación de la moneda, las posibles dificultades y costes extra para exportar o la posible desconfianza que podrían conseguir por estar dentro del país con tan incierto futuro. Por tanto, esto podría dejar al país sin uno de sus principales ingresos que más prestigio y valor dan a la economía del mismo, además de una caída en picado de la FTSE 100, que conllevaría también a una gran bajada del PIB. Causando así gran desconfianza entre los posibles turistas que tampoco llegarían al país por las dificultades políticas y económicas que respectaría.

Impacto en el sector turístico de la Marina Alta:

La Marina Alta es una comarca situada al nordeste de la provincia de Alicante, al sur de la Comunidad Valenciana. Localizándose de entre las comarcas con más extensión de costa de toda la comunidad, siendo el turismo de gran importancia tanto en su economía como en su día a día.

Empezaremos así, haciendo un repaso de los recursos y atractivos que posee la Marina Alta. Así conoceremos cual es la oferta turística que tiene para posteriormente proceder a las propuestas de mejora. También realizaremos un análisis DAFO y CAME para conocer sus puntos fuertes y débiles y sus medidas a tomar.

En segundo lugar, analizaremos el impacto del turismo en España, viendo cuál es el segmento de turista más importante y el peso que tiene el turismo en su economía y sociedad.

A continuación analizaremos el caso de la Comunidad Valenciana, que como veremos a continuación, es una de las comunidades del país que más importancia turística tiene, recibiendo cada año millones de turistas que repercuten en gran medida en su economía y sociedad.

Y finalmente veremos el caso de la comarca de la Marina Alta, una de las comarcas con un altísimo nivel de turismo de la Comunidad Valenciana. Estudiando el impacto que tiene este sector en la economía y la sociedad local.

Esta comarca cuenta con 33 municipios y 2 pedanías que pertenecen al municipio de Dénia (los términos de La Xara y Jesús Pobre):

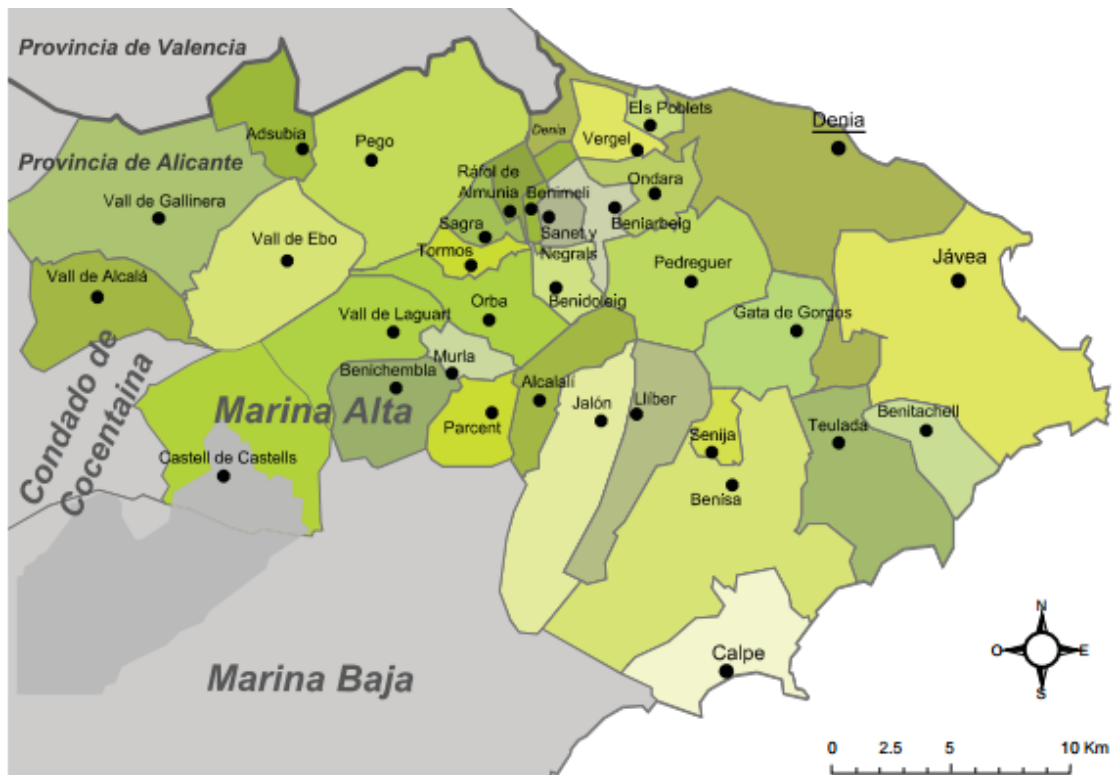


Imagen 9: Mapa de la Marina Alta. Fuente: Plan Director Comercial Marina Alta.

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

Los municipios de mayor importancia son Dénia (capital de comarca), Xàbia, Calpe y Teulada-Moraira. Estas cuatro localidades basan su modelo turístico principalmente en el turismo litoral o de sol y playa, pero también en menor medida en un turismo cultural y comercial en sus respectivos cascos antiguos característicos de la Costa Blanca. Mientras que los municipios de interior se basan en un turismo rural con casas rurales, campings e inmejorables vistas panorámicas de la costa y la montaña.

De entre los atractivos turísticos que poseen los 33 municipios pertenecientes a la Marina Alta, encontramos de diversos tipos, no solo litoral o de sol y playa, sino también turismo rural, cultural y comercial.

A continuación procederemos a mencionar los recursos y atractivos que posee esta zona, entre ellos su patrimonio natural (predominante), patrimonio cultural y los distintos tipos de turismo que ofrecen, como el deportivo o de salud entre otros.

En la Marina Alta hay contabilizados por el momento un total de 201 establecimientos hoteleros frente a 251 empresas de alquiler, por lo que ya deducimos la poca oferta hotelera respecto a los apartamentos turísticos que pueden haber en la zona.

Alojamiento Rural	81
Camping	14
Empresa de alquiler turístico	251
Hotel	106

Tabla 1: Total de alojamiento según tipo. Fuente: Agència Valenciana de Turisme.

Atractivos de la comarca. Tipos de turismo

- Playas y Zonas aptas para el baño:

PLAYAS Y ZONAS APTAS PARA EL BAÑO	47
• Calpe	13
• Dénia	12
• Xàbia	9
• Benissa	7
• Teulada	4
• Els Poblets	1
• Poble Nou de Benitatxell	1
PLAYAS CON BANDERA AZUL	12
• Calpe	3
• Teulada	3
• Xàbia	3
• Dénia	2
• Benissa	1
CERTIFICACIONES DE CALIDAD	8
• Teulada	3
• Dénia	2
• Calpe	3

La Marina Alta es la zona de la provincia de Alicante con más playas y zonas de baño, contabilizándose 47. Siendo Calpe, Xàbia y Dénia los municipios con mayor oferta y longitud de playas, mayoritariamente en lugar de playas abiertas.

El 26% del total de estas playas⁴ poseen Bandera Azul, principalmente en los municipios de Calpe, Teulada-Moraira y Xàbia.

Mientras que Dénia ha recibido los certificados de calidad ISO 14001 y 9001, Teulada-Moraira posee certificados ISO 14001 y 9001 y el Reglamento EMAS, y Calpe tiene los certificados de calidad ISO 14001 y 9001 y el certificado Q de calidad.

Tabla 2: Playas y zonas aptas para el baño. Fuente: Turisme GVA a partir de la Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor ADEAC-FEE y Conselleria de Turisme, 2008.

⁴ El 26% de las playas de la comarca han sido galardonadas con el distintivo de Bandera Azul, en concreto 12 playas, siendo los municipios de Calpe, Teulada y Xàbia los que han contado con mayor número de distintivos en 2008. Fuente: Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana. La Marina Alta Litoral. Turisme GVA.

- **Senderos e instalaciones recreativas forestales:**

Senderos: Se contabilizan 13 senderos de pequeño recorrido con un total de 120 km en el territorio de la Marina Alta. Siendo los municipios de Pedreguer y Pego los que más han creado (el 85%)⁵. Además de otras rutas como la del Montgó (Dénia y Xàbia), Sierra del Carrascar (Parcent) o Sierra de Oltá (Calpe).

Instalaciones Recreativas forestales: La mayoría son Áreas Recreativas, como la Serra Segaria (Ondara), Barranc de les Fontilles (Orba), La Font del Mortit (Sagra), La Costera del Moll (Tormos), La Plana y Pinosol (ambas en Xàbia). Mientras que la única Zona de Acampada es Tossal del Llop (Adsubia).

SENDEROS	13
▪ Pequeño Recorrido (PR-V:53, 58, 152, 158).	13
INSTALACIONES RECREATIVAS FORESTALES 7	
▪ Área Recreativa (AR)	6
▪ Zona de Acampada (ZA)	1

Tabla 3: Senderos e instalaciones recreativas forestales. Fuente: Turisme GVA a partir de Senda Verda. Conselleria de Medio Ambiente, Agua, Urbanismo y Vivienda, 2006.

Espacios naturales:⁶

Encontramos distintos espacios protegidos, de entre los que hay Parques Naturales, Reserva Natural Marina y Lugares de Interés Cultural (LIC).

Los parques Naturales:

- **Marjal de Pego-Oliva:** Es un humedal de 9 Km de longitud en medio de dos ríos y dos sierras, con una superficie de 1.290 ha. que se sitúa en el municipio de Pego. En este parque se realizan rutas guiadas y explicativas de tipos de cultivos tradicionales, fauna y flora.
- **Montgó:** Es una sierra con una cota máxima de 753 m de altitud que posee una superficie de 2.093'35 ha. y se asienta en los municipios de Dénia y Xàbia. (Decreto 25/1987).
- **Penyal d'Ifach:** Es un gran macizo de 332 m de altitud unido a tierra por un istmo, con una superficie de 35 ha. y pertenece al municipio de Calpe. El Aula de Naturaleza se encuentra al empezar la subida y desde ahí se pueden avistar aves como el halcón de Eleonor o el halcón peregrino. (Decreto 1/1987).

Reserva Natural Marina:

- **Cabo de San Antonio:** Es una reserva natural de acantilados y fondos marinos con una superficie de 967,85 ha. situado en Xàbia. El centro de información está situado en Torrecremada (Dénia) y desde allí se pueden realizar diversas rutas. (Decreto 25/1987).

⁵ Los Centros Excursionistas de Pedreguer y Pego son los que más senderos han creado. A ellos se deben el 85% de los senderos del espacio. Fuente: Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana. La Marina Alta Litoral. Turisme GVA.

⁶ Espacios naturales. Fuente: Turisme GVA a partir de la Conselleria de Medio Ambiente, Agua, Urbanismo y Vivienda, 2008.

Lugar de Interés Cultural (LIC):

- **Valls de la Marina:** Es una extensa zona formada por un conjunto de Valles y Sierras de gran interés paisajístico, ambiental y cultural, con una superficie de 16.061 ha., formado por los municipios de Tormos, Sagra, Pego, Ràfol d'Almúnia, Benimeli, Sanet i Negrals, Beniarbeig, El Verger y Ondara.
- **Riu Gorgos:** Es una pequeña zona fluvial de caudal discontinuo que cuenta con una superficie de 777 ha. extendido a lo largo de los municipios de Parcent, Alcalalí, Xalò, Llíber, Gata de Gorgos y Xàbia.
- **Penyasegats de La Marina:** Conjunto de acantilados con una superficie total de 3.262 ha. situado en los municipios de Xàbia, Benitatxell y Teulada-Moraira.
- **L'Almadrava:** Alberga un gran arrecife-barrera de Posidonia que consta de una superficie de 2.239 ha. marinas, ubicado en el litoral de Dénia.
- **Sierras de Bernia y El Ferrer:** Es un conjunto de sierras litorales y prelitorales, caracterizadas por su escarpado paisaje que cuenta con una superficie total de 3.450 ha. localizándose en los municipios de Calpe, Benissa, Xaló y Alcalalí.

- **Museos:**

La mayoría son museos de carácter local, siendo Calpe, Dénia y Pego los que mayor oferta tienen.

La gran mayoría son etnológicos y arqueológicos, donde destacan *los Museos Arqueológicos de Dénia y Xàbia*, los *Museos Etnológicos de la Pasa* de Alcalalí, el *Museo "Casa Cocó"* de Calpe, el *Museo de Pego* y la *Granja-Museo del Vino* de Xalò que permite participar en las actividades de recolección y pisado de la uva.

También hay otros museos como el *Museo del Coleccionismo* o *Casa de la Senyoreta* en Calpe, que muestra el patrimonio artístico municipal, el *Museo del Juguete* en Dénia, los *Museos de Arte Contemporáneo y Pintura* de Pego o el *Museo al Aire Libre* de Gata de Gorgos, donde se puede pasear y observar una colección de esculturas.

MUSEOS	19
▪ Calpe	6
▪ Dénia	3
▪ Pego	3
▪ Alcalalí	2
▪ Xalò	2
▪ Xàbia	1
▪ Gata de Gorgos	1
▪ Teulada	1

Tabla 4: Museos. Fuente: Turisme GVA a partir del sistema de información turística de la Comunidad Valenciana. Winsitur. Conselleria de Turisme, 2008.

- **Patrimonio cultural:**

De los 48 recursos declarados Bien de Interés Cultural en la zona de la Marina Alta, las torres vigías y los castillos forman la parte más importante del patrimonio histórico de la zona. Situando en Xàbia 9 torres vigías y dos abrigos rupestres (*Cova del Barranc de Migdia* y *Coves Santes*). En Dénia se conservan 3 torres vigías, un castillo, un abrigo rupestre (*Cova de la Caputxa*) y los monumentos de *la Casa Fortificada* y *la Ermita de San Juan*. En Pego se conserva un castillo y murallas. Mientras que en Calpe se conserva el único yacimiento arqueológico de la zona (*Baños de la Reina*) y *la Casa Nova*. Situamos el resto de castillos en Adsubia, Benimeli, Moraira y Murla, y una muralla en Beniarbeig. El resto de monumentos se encuentran en Benissa (*Lonja de Contratación*), Ondara (*la Casa Fuerte*) y Pedreguer (*la Masía Fortificada de Albardaneras*).

MONUMENTOS Y CONJUNTOS HISTÓRICOS DECLARADOS BIEN DE INTERÉS CULTURAL (BIC)	48
▪ Abrigo rupestre	10
▪ Castillo	7
▪ Monumento	6
▪ Muralla	3
▪ Torre	21
▪ Yacimiento arqueológico	1

Tabla 5: Patrimonio cultural. Fuente: Turisme GVA a partir del Instituto del Patrimonio Histórico Español. Ministerio de Cultura, 2006.

Además, los diversos municipios de la comarca también cuentan con múltiples eventos y fiestas que dotan a la zona de un atractivo turístico relacionado con las tradiciones y costumbres, generando grandes movimientos turísticos hasta el lugar. Estos son:

- **Fiestas:**

En Dénia se celebra a partir de la segunda semana de julio los *Bous a la Mar*, celebrados desde el año 1993. Es una fiesta popular donde se realizan actividades deportivas, desfiles, animación en la calle, actuaciones musicales, bailes, actividades infantiles, entrada de toros, bous a la mar, correfocs, misa y procesión.

Mientras que en Xàbia se celebra cada año desde el año 2002 *El Ajedrez Viviente*, fiesta popular que se realiza el día 5 de agosto en la escollera de poniente del puerto.

FIESTAS DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL	2
▪ Festividad de Bous a la Mar, Denia	1
▪ Ajedrez Viviente, Xàbia	1

Tabla 6: Fiestas declaradas de ITN. Fuente: Turisme GVA a partir de sistema de información turística de la Comunidad Valenciana. Winsitur. Conselleria de Turisme, 2008.

- **Eventos destacados⁷:**

Este espacio tiene una amplia oferta de eventos que pueden despertar un gran interés turístico. Siendo los municipios de Dénia y Calpe los más activos en eventos, pues en esta zona destacan las ferias y festivales vinculados a las artes (artesanías, folklore, teatro, músicas variadas, etc.). Aunque también son interesantes los eventos deportivos de tipo náutico como la Regata Ruta de la Sal o el Trofeo Peñón de Ifach de Vela en Calpe. Además, destacan en Dénia eventos gastronómicos como la Feria de la Alimentación y la Salud Natural y el Concurso Internacional de Arroz a Banda.

⁷ Eventos destacados. Fuente: Turisme GVA a partir de sistema de información turística de la Comunidad Valenciana. Winsitur. Conselleria de Turisme, 2008.

Estos son todos los eventos reconocidos que se realizan en la zona:

- Feria de Arte y Artesanía de Alcalalí.
- Mercado Medieval de Benissa.
- Feria Alternativa de Benissa.
- Festival Multicultural de Benissa.
- Festival de Folklore Internacional de Calpe.
- Trofeo Peñón de Ifach de Vela en Calpe.
- Festival Internacional de Música y Folklore en Calpe.
- Mercado del Sol en Calpe.
- Fiesta de la Cerveza en Calpe.
- Nits de Jazz en Calpe.
- Feria de Artesanía de Calpe.
- Feria del Juguete Antiguo y del Coleccionismo en Dénia.
- Classic Racing Revival en Dénia.
- Regata la Ruta de la Sal de Dénia.
- Feria de la Alimentación y la Salud Natural de Dénia.
- Música al Castell en Dénia.
- Concurso Internacional de Arroz a Banda en Dénia.
- Mercado Medieval de Dénia.
- Semana Internacional de la Música en Dénia.
- Muestra de Danza Folklórica en Dénia.
- Cantada d´Havaneres en Dénia.
- Feria de Arte y Artesanía de Murla.
- Mercado Medieval de Ondara.
- Festacarrer i Fira de Luthiers en Ondara.
- Feria Medieval de Parcent.
- Festival de Música Clásica de Teulada.
- Regata 300 Millas de Moraira “Trofeo Grefusa” en Teulada.
- Mercadillo de Navidad de Teulada-Moraira.
- Festival Internacional de Xàbia.
- Festival Internacional de Jazz en Xàbia.
- Feria de Artesanía Popular de Xàbia.
- Mercadillo de Navidad de Xàbia.
- Xàbia Folk.
- Feria de Muestras y de Artesanía Popular de Xaló.

Por otra parte, otro de los atractivos turísticos de la zona es el turismo deportivo o el de relax. Este es uno de los segmentos del turismo que más dinero aporta a las localidades de destino:

- **Establecimientos de belleza y salud (Spa):⁸**

En Dénia encontramos dos Spa vinculados al sector hotelero:

- El Daniya Spa forma parte del Hotel Daniya Dénia Spa & Business (4 estrellas).
- La Sella Spa forma parte del Hotel Denia La Sella Golf Resort & Spa (5 estrellas).

En Calpe la oferta de salud y belleza también se localiza en dos establecimientos hoteleros:

- El Balnearia Diamante forma parte del Hotel, Centro de convenciones y Spa Diamante Beach (4 estrellas).
- El Spa Roca Esmeralda forma parte del Hotel AR Roca Esmeralda & Spa (3 estrellas).

En Xàbia encontramos un Spa también vinculado al sector hotelero:

- El Spa El Rodat forma parte del Hotel Village & Spa El Rodat (4 estrellas).

⁸ Establecimientos de belleza y salud (Spa). Fuente: Turisme GVA a partir de sistema de información turística de la Comunidad Valenciana. Winsitur. Conselleria de Turisme, 2008.

- **Campos de golf:**

Encontramos en esta zona 3 campos de golf que ofrecen servicio de restauración y salones privados para reuniones.

El Club de Golf Ifach en Benissa tiene una longitud de 3.399 m. con 9 hoyos.

El Club de Golf Xàbia tiene una longitud de 5.950 m con 9 hoyos también.

El Club de Golf La Sella en Jesús Pobre (Dénia) tiene una longitud de 6.289 m. con 18 hoyos.

CAMPOS	3
	Hoyos
▪ Club de Golf Ifach	9
▪ Club de Golf Xàbia	9
▪ Club de Golf La Sella	18

Tabla 7: Campos de golf. Fuente: Turisme GVA a partir de sistema de información turística de la Comunidad Valenciana. Winsitur. Conselleria de Turisme, 2008.

- **Puertos deportivos:**

Dénia es el municipio con más amarres en toda la zona de la Marina Alta con 3 de los 9 puertos totales (Club náutico de Dénia, Marina de Dénia S.A. y Puerto de Dénia) ofreciendo en ellos servicios de restauración y escuelas de vela, remo y buceo.

Los puertos deportivos de Xàbia (Club Náutico de Xàbia y Puerto de Xàbia) cuentan con restaurante, piscina, escuela de vela y buceo.

Los puertos deportivos de Calpe (Club Náutico Calpe y Club Náutico Puerto Blanco) y el puerto del Club Náutico Les Basetes de Benissa (el más pequeño), ofrecen servicios de restauración, escuela de vela y buceo.

Por otra parte, el Club Náutico de Moraira cuenta con la mayor profundidad de calado (2-6m).

Nº DE INSTALACIONES NAÚTICAS DE RECREO	9
Nº de amarres	3197
▪ Dénia	3
▪ Calpe	2
▪ Xàbia	2
▪ Benissa	1
▪ Moraira	1

Tabla 8: Puertos deportivos. Fuente: Turisme GVA a partir de sistema de información turística de la Comunidad Valenciana. Winsitur. Conselleria de Turisme, 2008.

Deducimos entonces de todos los datos con los atractivos turísticos de la comarca que los municipios con más recursos, coinciden con aquellos que más turistas reciben, en este caso (Dénia, Xàbia, Calpe y Teulada-Moraira). Esto se debe especialmente a los recursos culturales y deportivos, además del recurso principal, que es el turismo de litoral.

Para ello, es importante conservar todo el patrimonio posible, dado que es este el principal factor de atracción del destino. Por consiguiente, es de vital importancia velar por la seguridad del patrimonio, controlando al milímetro las acciones humanas que se vayan a realizar en el entorno para alterarlo de la menor forma posible, puesto que los factores como la tranquilidad, la ubicación, la singularidad del patrimonio y la calidad paisajística y medioambiental son determinantes para el movimiento de un gran número de turistas mayoritariamente centroeuropeos.

Después de exponer todos los recursos reconocidos del territorio, procederemos a analizar el impacto turístico en dichos recursos.

Por una parte, el sol y playa presentan un alto grado de consolidación arraigado principalmente a los municipios de Benissa, Calpe, Dénia, Teulada-Moraira y Xàbia.

Pero no está de más complementar el producto principal (sol y playa) con más ofertas como salud, deportiva, gastronómica y turismo activo en los diversos municipios de la zona.

- Por su parte, el **turismo náutico** goza de un atractivo global elevado, y esta zona cuenta con una gran oferta de amarres en sus 9 puertos deportivos distribuidos por toda la zona litoral. Por el momento se apuesta por la celebración de grandes eventos náuticos como la regata de *la Ruta de la Sal* de Dénia, *el Trofeo Peñón de Ifach de Vela* en Calpe o *la Regata 300 millas de Moraira "Trofeo Grefusa"* en Teulada. Aunque no es un turismo predominante todavía.
- Por otra parte, el **turismo de golf**, como se ha comentado anteriormente, cuenta con 3 campos de golf en la comarca (uno en Jesús Pobre que depende del Hotel La Sella, y otros dos en Calpe y Xàbia que son independientes al sector hotelero). Cabe destacar el gran atractivo de este tipo de producto para la zona, dado que el demandante de este tipo de oferta genera un elevado nivel de gasto y es de carácter desestacionalizador, mejorando la imagen del destino. Este tipo se debe tener en cuenta para un futuro modelo turístico.
- El **turismo activo** en la zona es bastante variado, aunque aparece principalmente en las zonas de costa como Xàbia y Dénia, predominando el buceo. Mientras que en las zonas de interior las actividades ofertadas se centran en las multiaventura y, en general, actividades en las que se está en contacto con la naturaleza. En los últimos años han ido apareciendo numerosas pequeñas empresas de turismo activo e iniciativas por parte de los ayuntamientos. Estos últimos han fundado diversas rutas senderistas y ciclistas por sus parques naturales. Es un mercado potencial que podría atraer a muchos aficionados.
- El **turismo de salud**, como se ha comentado anteriormente, cuenta con 5 centros de Spa y balnearios. Este tipo de oferta podría fusionarse con el turismo de golf como es en el caso del Hotel La Sella, el cual cuenta con campo de golf y Spa propios. O con un nuevo modelo turístico que combine tranquilidad y calidad.
- El **turismo cultural** por su parte es el menos desarrollado por el momento, dado que se registran muy pocas visitas en los museos y generalmente estas son de turistas de paso o excursionistas, por lo que no tendría una gran repercusión en la economía local. Aunque esta oferta podría mejorar si se adhiere a la oferta de otros tipos de turismo. Podríamos incluir en este tipo de turismo las tradiciones y fiestas que también generan gran interés entre los turistas.
- Aunque uno de los fuertes en la tipología de turismo cultural sería el **enoturismo**, una modalidad novedosa en la zona, que podría tener un gran potencial por sus exitosas producciones vinícolas (especialmente vino blanco y mistela). Se dice que es novedosa porque no hace mucho tiempo que se ha extendido este tipo de turismo especializado a los museos, ofreciendo una experiencia gastronómica además de conocer las tradiciones y costumbres que supone esta producción o tradición tan antigua pero poco explotada o conocida.
- Y por último, el **turismo rural** podríamos decir que está en vías de desarrollo por el momento, aunque es un tipo de turismo más que potencial, dado que en esta zona encontramos un entorno totalmente natural muy próximo al litoral, provocando en este tipo de turismo una oferta completa y variada.

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

Con esto se pretende demostrar que el turismo de esta comarca no debe ceñirse sólo al modelo de sol y playa, pues sus numerosos recursos demuestran una gran variedad para atraer a un amplio y diverso segmento de turistas. Aunque con las características que tiene esta zona, podríamos estar hablando de un turismo variado donde predomine la calidad del destino con un tipo de turista de gama alta que busque comodidad, tranquilidad, infinidad de actividades al aire libre, y cuidado de la salud. Así, se podría combatir la estacionalidad con un turista con más poder adquisitivo y disponibilidad para viajar que prefiera realizar diversas actividades o disfrutar de los diversos eventos que se realizan durante todo el año. Pudiendo disfrutar del principal atractivo: el sol, prácticamente durante todo el año y en todo el territorio de la comarca. Pero de este nuevo modelo que podría funcionar hablaremos en apartado siguiente de *Posibles soluciones de mejora*.

Aunque hay que recordar que no se debe dejar de lado el turista actual de gama media que es estacional, pues aunque no generen tantos beneficios por turista, sí los generan por número de turistas en determinadas épocas del año. Por otra parte, un turista de gama alta generaría la desestacionalización pero no aseguraría la completa fidelidad que genera este tipo de turista ya instaurado en la zona.

Análisis DAFO y CAME

Utilizaremos un análisis **DAFO** para observar de forma más visual cuáles serán los puntos fuertes que deberán potenciarse y los puntos débiles que se deberán tener en cuenta.

Fortalezas	Debilidades
Cercanía a los aeropuertos de las principales ciudades de la Comunidad Valenciana (Alicante y Valencia).	Reducida oferta hotelera en comparación con el volumen de apartamentos y viviendas de potencial uso turístico
Amplia oferta de restauración de calidad que combinan tradición y creatividad.	Alto ritmo de crecimiento urbanístico y poblacional en la franja litoral y prelitoral.
Abundante y variada oferta de ocio en el litoral.	Débil proyección turística de los museos existentes.
Cantidad y variedad de playas aptas para el baño.	Escasez de complejos comerciales y de ocio.
Existencia de diversos parajes naturales protegidos o de atractivo turístico importante.	Elevada estacionalidad turística concentrada en los meses estivales.
Gran número de eventos susceptibles de aprovechamiento turístico.	Redes de comunicaciones anticuadas o en mal estado.
Oferta de golf.	Déficit de plazas de aparcamiento.
Oferta de infraestructuras náuticas.	
Enlace marítimo con Islas Baleares a través del puerto de Denia.	
Implantación de sistemas de gestión de calidad y medio ambiente (ISO 14001 y 9001) y banderas azules en las playas de Calpe, Dénia y Teulada-Moraira, Xàbia y Benissa.	
Renombre y gran calidad de los vinos y mistelas de la Marina Alta.	

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

Oportunidades	Amenazas
Diversificación de la demanda y desestacionalización de la actividad turística.	Problemas de congestión estival por afluencia turística.
Creación y explotación de nuevas infraestructuras y equipamientos culturales.	Desarrollo urbanístico hacia los espacios naturales protegidos que puede comprometer la conservación del patrimonio natural del espacio.
Mejora de las redes de comunicación como carreteras o transporte.	Falta de mantenimiento de las infraestructuras y servicios en urbanizaciones de determinados términos municipales.
Complementar oferta con territorios de interior.	Escasez de recursos hídricos.
Creación de alojamientos rurales interiores.	Riesgo de incendios forestales.
Aprovechamiento turístico de la riqueza natural y patrimonial, respetando el ecosistema.	Peligro de alteración de los ecosistemas marinos por la presencia masiva de embarcaciones.
Creciente dinamismo comercial con la apertura de nuevas zonas comerciales (Dénia, Ondara).	Despoblación en municipios de interior.
Futura puesta en funcionamiento del enlace ferroviario con Valencia, vía Gandia.	
Habilitar carril bici en distintos puntos de la comarca.	

A continuación realizaremos el análisis **CAME** para visualizar las consecuencias y medidas a tomar:

Mantener	Corregir
Reforzar las conexiones entre los aeropuertos más cercanos (Valencia y Alicante).	Creación de oferta hotelera y regulación de alojamiento en explotación.
Mantener la amplia oferta de restauración enfocada a todo tipo de turistas.	Control y regulación del crecimiento urbanístico.
Mantener la amplia oferta de ocio en el litoral con facilidades para la manutención de los locales.	Promoción y mejora de museos existentes.
Proteger la calidad de las playas y calas para no perder los distintivos y conseguir más.	Creación de complejos de ocio y comerciales.
Proteger o mantener la protección en distintos parajes naturales para lograr mayor atractivo.	Combatir la estacionalidad con modelos de turismo diferentes (diversificación de la oferta).
Continuación y proyección de los eventos turísticos a nivel mundial consiguiendo reconocimiento.	Creación de aparcamiento público en solares cercanos a lugares de gran demanda.
Consolidación de la oferta de golf con la creación de más campos de golf para el nuevo modelo de turista buscado.	Mejorar las carreteras principales y entre municipios de interior y de costa.
Regulación de las infraestructuras náuticas para el mismo modelo turístico que el de campo de golf.	
Consolidar y aumentar la oferta del enlace marítimo entre la Marina Alta e Islas Baleares.	
Mantener la calidad de las playas con plena dedicación por parte de los ayuntamientos de los municipios costeros para no perder distintivos y conseguir más.	
Promocionar y mostrar la elaboración y cata de vinos y mistelas de la comarca a los turistas, ampliando el número de museos y establecimientos que oferten este tipo de atractivo.	

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

Explotar	Afrontar
Desarrollo de un turismo de calidad enfocado a turistas de gama alta con disponibilidad de viajar todo el año y diversidad de oferta.	Desestacionalizar el turismo para evitar congestión en determinadas épocas.
Explotar y promocionar centros culturales como auditorios o museos.	Prohibir la urbanización en espacios protegidos.
Forzar a los responsables a cumplir un plan de financiación para mejora de vías de comunicación.	Mejorar el mantenimiento de las infraestructuras y servicios en todos los municipios.
Reforzar lazos entre territorios de interior y litorales combinando la oferta turística.	Racionar los recursos hídricos y crear otras fuentes de abastecimiento como desalinizadoras.
Promoción de los alojamientos rurales de interior en el modelo turístico de calidad.	Limpieza y mantenimiento de las zonas forestales para evitar incendios.
Protección de los espacios naturales para el disfrute turístico.	Protección de los ecosistemas marinos con la prohibición de anclar embarcaciones en la zona protegida.
Completar la oferta turística con centros comerciales y de ocio para el completar las necesidades de los turistas.	Dar trabajos generados por el turismo para repoblar municipios de interior.
Inversión en el enlace ferroviario con Valencia.	
Fortalecer el uso del carril bici entre municipios, sobre todo entre territorios litorales y de interior.	

Finalmente, habiendo hecho un repaso a los atractivos turísticos y las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas y cómo combatirlas que posee la Marina Alta, es el momento de analizar el impacto social y económico que tiene el turismo en esta zona. Además, se estudiará el impacto que puede tener en estas variables un efecto a nivel exterior como es el Brexit, que previsiblemente provocará dificultades en el movimiento de personas y mercancías desde el país británico a la zona de estudio, siendo este un efecto político y diplomático sobre el que no sería posible influir desde el destino.

Impacto socio-económico en España

A comienzos de este año 2017, España ha sido nombrada el país más competitivo en materia turística del mundo⁹, por delante de Alemania y Francia, gracias a sus infraestructuras, la seguridad y el patrimonio cultural y natural que posee. Aunque, el principal factor de atracción turística es el clima, un clima que proporciona a gran parte del país en torno a 300 días de sol anuales.

Por tanto, es uno de los países que más turistas reciben a nivel mundial, causando que la mayoría de aspectos político-económicos que se produzcan en el mundo, sobretudo en Europa y el resto de países que tengan relaciones con España, le afectarán directamente, por una parte, al turismo, que a su vez afectará también a la economía del país, y por otra parte podrá afectar al sistema económico y a la confianza de la sociedad.

Cabe tener en cuenta que España recibió durante 2016 la cantidad de casi 75'60 millones¹⁰ de turistas (aumentando cada año), mientras que su población es de 46'56 millones¹¹ de personas. Lo que da a entender que el turismo es un sector significativamente importante en

⁹ Según el Foro Económico Mundial. Fuente: El País. Economía.

¹⁰ Llegada de turistas internacionales según país de residencia (Tabla 9). Fuente: INE.

¹¹ Población española en el año 2016. Fuente: INE. Población inscrita en el padrón a 01/01/2017

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

el país (sobretudo reflejado en la economía), ya que la cantidad de turistas que llegan al país casi duplica su población total. Focalizándose este gran flujo de turistas principalmente en las provincias de Canarias, Cataluña, Andalucía, Madrid, Comunidad Valenciana e Islas Baleares.

Siendo el turismo uno de los principales motores de este país, las dificultades económicas y políticas que podría tener Gran Bretaña tras su desvinculación de la Unión Europea, podría acarrear consecuencias directas para España, tanto económicas como demográficas.

Apoyándonos en la siguiente tabla 9, podemos advertir que el país líder en enviar turistas a España con más de 17'80 millones¹² de turistas es Reino Unido, seguido por Francia y Alemania, lo que nos verifica que el principal segmento de turismo que llega a nuestro país es el británico. Por ello estudiaremos cómo podría afectar la desvinculación británica de la Unión Europea a nuestro país, nación con la que mantiene grandes relaciones.

Llegada de turistas⁽¹⁾ internacionales según país de residencia

	Datos mensuales		Datos acumulados	
	Valor absoluto	Variación ⁽²⁾ anual	Valor absoluto	Variación anual
TOTAL	3.979.713	13,3	75.563.198	10,3
Alemania	454.403	13,3	11.188.523	6,4
Bélgica	101.930	-1,7	2.309.535	2,5
Francia	603.901	6,5	11.371.209	7,1
Irlanda	78.084	31,0	1.820.699	23,0
Italia	259.573	8,2	3.993.289	5,8
Países Bajos	139.155	3,5	3.371.811	9,2
Portugal	121.595	5,5	1.994.266	15,1
Reino Unido	879.152	16,0	17.840.292	12,4
Suiza	91.563	12,5	1.728.569	8,5
Rusia	45.065	10,6	1.007.709	2,2
Países nórdicos	368.218	8,5	5.169.195	10,9
Resto de Europa	282.623	23,4	4.958.431	15,7
Estados Unidos	116.915	26,6	2.001.214	7,2
Resto de América	167.636	32,0	2.567.259	23,3
Resto del mundo	269.903	20,6	4.241.198	14,2

(1) No incluye viajeros en tránsito ni visitantes de un solo día sin pernoctación (excursionistas).

Tabla 9: Llegada de turistas internacionales a España según país de residencia en 2016. Fuente: FRONTUR/ INE.

Advertimos también la importancia del turista británico en la economía española por el gasto que hacen estos durante su estancia, demostrando que el gasto medio por turista británico es de en torno a 900€ por estancia con una estancia media de 9 días (Tabla 10), mientras que el gasto total es el más alto respecto al resto de países. Este último dato se debe a que, como hemos advertido en la tabla anterior, viene un gran número de turistas británicos a nuestro país, y aunque gastan menos dinero por persona que otros turistas procedentes de otros países, el total de turistas es siempre mayor y el total de gasto también. Por lo que, en las posibles soluciones de mejora, comentaremos qué segmento de mercado es más beneficioso para el turismo de nuestro país y barajaremos la idea de abarcar otros segmentos y tipos de mercado turístico para atraer más beneficios y evitar posibles pérdidas que supondría el descenso de turistas británicos. Es decir, se barajará la idea de no focalizar toda la atención en atraer al turista británico, sino en abrir barreras a otros mercados potenciales.

¹² Llegada de turistas internacionales según país de residencia (Tabla 9). Fuente: INE.

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

	Gasto Total*		Gasto Medio Persona		Gasto Medio Diario		Estancia Media	
	Mill. Euros	% Var	Euros	% Var	Euros	% Var	Noches	% Var
Total	63.035	6,4	971	-0,6	109	0,2	9	-0,9
Alemania	10.023	3,0	962	-2,6	101	-0,4	10	-2,2
Bélgica	1.872	7,2	859	-7,7	89	-7,0	10	-0,8
Francia	6.538	9,4	617	-1,5	82	-2,5	8	1,0
Irlanda	1.181	2,3	914	0,6	101	0,4	9	0,2
Italia	2.713	11,0	737	-2,7	104	-2,5	7	-0,3
Países Bajos	2.421	0,8	876	-4,6	90	-1,8	10	-2,9
Portugal	807	5,5	430	-5,6	94	-6,1	5	0,6
Reino Unido	12.747	5,9	850	1,2	96	-0,1	9	1,3
Suiza	1.719	10,4	1.054	0,6	122	0,2	9	0,4
Países Nórdicos	5.810	1,4	1.152	-2,0	120	-2,7	10	0,8
EE.UU.	2.849	15,5	2.341	13,4	182	8,9	13	4,2
Resto Europa	5.238	0,2	1.152	-0,5	120	0,3	10	-0,7
Resto América	4.278	6,6	2.233	4,1	178	10,2	13	-5,6
Resto mundo	4.838	20,3	1.746	1,5	210	7,0	8	-5,2

Millones de Euros.

Tabla 10: Gasto de los turistas según país de residencia (2014). Fuente: Turespaña.

Impacto socio-económico en la Comunidad Valenciana

De entre las comunidades que más turistas reciben, se encuentra la Comunidad Valenciana, que como hemos comentado al principio, sería una de las principales afectadas por este efecto. Si bien el reflejo del sector en la Comunidad Valenciana es muy similar al anteriormente descrito para el conjunto de España, vamos a añadir algunos datos que nos permitan conocer mejor el sector turístico valenciano.

Esta recibió en 2016 más de 7'8 millones de turistas extranjeros (Tabla 11), de los cuales el 33'7%¹³ de ellos fueron británicos.

Llegada de turistas internacionales según comunidad autónoma de destino principal. Datos mensuales y acumulado

	Datos mensuales		Datos acumulados	
	Valor absoluto	Variación anual	Valor absoluto	Variación anual
TOTAL	3.979.713	13,3	75.563.198	10,3
Andalucía	495.680	10,9	10.641.469	12,8
Balears, Illes	101.282	5,6	13.011.876	11,9
Canarias	1.250.421	18,6	13.297.883	13,2
Cataluña	956.015	7,4	17.988.830	4,0
Comunitat Valenciana	365.332	14,1	7.828.996	16,6
Madrid, Comunidad de	422.474	27,1	5.742.926	13,5
Otras CCAA	388.510	4,1	7.051.218	6,0

Tabla 11: Llegada de turistas internacionales según CCAA de destino principal en 2016 (datos mensuales de Diciembre). Fuente: FRONTUR.

De entre las tres provincias localizadas en la Comunidad Valenciana, la provincia de Alicante es la que más turistas recibe, siendo localidades como Benidorm la que más turistas recibe por metro cuadrado de terreno. Pero si nos centramos en el ámbito de comarcas, encontramos una que posee la mayor longitud de costa de la provincia alicantina y un turismo principalmente británico que es más que notable. Esta comarca es la Marina Alta, ámbito de estudio por su potencial turístico en el que nos adentraremos a continuación.

¹³ Según la estadística de movimientos turísticos en fronteras (diciembre 2016). Fuente: INE.

La Marina Alta

Como nuestro caso de estudio es la comarca de la Marina Alta, una de las zonas dentro de la Comunidad Valenciana más concurrida por británicos, centraremos la atención en analizar cómo afectará cualquier cambio económico y político al turismo de la comarca.

En primer lugar, esta comarca de entre las 34 que hay en la Comunidad Valenciana cuenta con una gran cantidad de playas y calas que consolidan la oferta de turismo de sol y playa, además de contar con numerosos recursos culturales nombrados anteriormente, junto a los cascos antiguos de los municipios propios de la Costa Blanca, la gran variedad gastronómica donde predomina el pescado y marisco, el turismo activo con su numerosos valles, playas, montañas, etc., diversas rutas culturales y deportivas, y su amplio abanico de miradores, que permiten diversificar la oferta de la zona.

Por tanto, empezaremos viendo la cantidad de población que tiene el conjunto de municipios de la comarca, que asciende a casi 170.000 personas en 2016 (Tabla 12). Advirtiendo que la población total ha ido descendiendo durante los últimos 3 años, hecho que se podría deber a la estacionalidad laboral existente y la reciente crisis y malestar del continente europeo, que podrían haber obligado a muchos de los residentes que vinieron a trabajar durante los años de bonanza económica (principalmente procedentes de Sudamérica) a marcharse a su país u otros países. Sin embargo, el descenso es bastante leve, y esta tendencia podría revertirse, puesto que el efecto **Brexit** estaría generando, a partir de 2017, que muchos de los británicos residentes en los municipios de la Marina Alta decidieran empadronarse en estos municipios para mantener el derecho de residencia en sus casas y propiedades, o simplemente sus beneficios por continuar viviendo dentro de la Unión Europea, en función del resultado de las negociaciones que aún han de emprender la Unión Europea y Gran Bretaña para el desarrollo del Brexit. Así han afirmado recientemente algunos de los primeros ediles de los municipios de la comarca que participaron (José Chulvi: Xàbia, Magda Mengual: Gata de Gorgos, Josep Femenia: El Poble Nou de Benitatxell y Abel Cardona: Benissa) en el pase de encuestas y estadísticas realizado durante el mes de Abril de 2017 (ver Anexo Estadísticas turísticas según municipios). Del mismo modo, dicen notar un ligero incremento de británicos que demandan la nacionalidad española, en previsión de esas consecuencias potenciales. Además, muchos de los españoles residentes en la Marina Alta que decidieron ir al país británico en busca de trabajo y cambiaron su residencia para trabajar allí, ahora podrían decidir volver a la Marina Alta afectados por el efecto Brexit que los dejaría fuera del amparo legal europeo.

Población según nacionalidad (Unidad: personas)								
Año 2014			Año 2015			Año 2016		
Total	Españoles	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros
178.052	114.101	63.951	175.015	114.531	60.484	169.831	114.954	54.877

Tabla 12: Población de la Marina Alta según nacional o extranjero durante los años 2014, 2015 y 2016. Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2016. Fecha de consulta: 25/01/2017.

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

Total población extranjera	54.877		Total África	4.324
Total Europa	43.784		Argelia	294
Total Unión Europea	38.753		Marruecos	3.664
Alemania	6.773		Nigeria	17
Bulgaria	1.266		Senegal	259
Francia	1.815		Total América	5.024
Italia	1.035		Argentina	716
Polonia	449		Bolivia	324
Portugal	152		Brasil	176
Reino Unido	16.781		Colombia	1.485
Rumanía	3.616		Cuba	204
Total Europa No Comunitaria	5.031		Chile	122
Rusia	1.860		Ecuador	753
Ucrania	1.049		Paraguay	56
Total Asia	1.700		Perú	61
China	788		Rep. Dominicana	62
Pakistán	304		Uruguay	315
Oceanía y Apátridas	45		Venezuela	329

Tabla 13: Población extranjera de la Marina Alta según nacionalidad. Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Revisión Padrón 2016. Fecha de consulta: 27/01/2017

En esta última tabla 13 vemos desglosado por nacionalidades la población que tiene la Marina Alta. Así, podemos afirmar mediante datos del Instituto Nacional de Estadística español que la población predominante en el último año sería la británica todavía, aunque se ha notado un ligero descenso que podría haberse producido por el nombrado anteriormente efecto Brexit. En el que hasta finales de 2016 muchos británicos podrían haber decidido regresar a su tierra natal para participar activamente en sus últimas decisiones o para solventar todo el papeleo necesario para cambiar definitivamente su nacionalidad.

Impacto Social

Habiendo visto la importancia que tiene la comunidad extranjera en la zona, siendo la mitad que la población local (Tabla 12), deducimos que esta comunidad local se ve muy influenciada por la comunidad extranjera, dependiendo posiblemente económicamente de ellos.

Pues en el caso de los turistas (no residente), estos son los que más puestos de trabajo crearían por la necesidad de cubrir toda la demanda que generan, creando niveles altos de empleo y gastando mucho dinero en el destino.

A continuación, en el subapartado del impacto económico, analizaremos la cantidad de turistas que llegan a la zona según su procedencia¹⁴. Obteniendo datos de los alojamientos turísticos que hay en la comarca (solo hay registradas alrededor de 78.700 plazas en total). Observando un desvarío en las cifras, ya que en algunos de los municipios se duplica o triplica esta cifra, siendo ya más alta en un municipio que el total del alojamiento disponible en toda la comarca. Esto puede suceder a causa del alquiler irregular o ilegal de apartamentos turísticos que no llevan ningún tipo de registro, o debido a que algunos turistas poseen casa propia o de algún familiar o amigo que tampoco contabiliza en el registro turístico. Aun así, estos también

¹⁴ En el Anexo tendremos estadísticas y desglose de los turistas de algunos de los municipios participantes en las entrevistas según su procedencia. Fuente: Oficinas de Turismo de los Ayuntamientos de los municipios participantes (Benissa, Pego, Xàbia, Gata de Gorgos y El Poble Nou de Benitatxell).

deberían considerarse turistas, ya que, según la definición de la OMT (Organización Mundial del Turismo), ***el turismo consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año.***

Aunque no encontramos datos reales de la población total durante todo el año (incluidos turistas), sobretodo los meses de más afluencia turística, sí sabemos por algunos estudios y artículos de prensa que Dénia es una de las principales ciudades españolas que más multiplica su población en los meses estivales, siendo esta una población totalmente estacional. En un estudio de 2013 se estima que el número de habitantes total en época estacional supera las 200.000 personas, mientras que su población habitual está en torno a las 40.000 personas¹⁵. Esto significa que en ciertas épocas del año, esta localidad se quintuplica, no dando cabida sus establecimientos y suministros para tanta población, y creando la necesidad de encontrar otro tipo de alojamiento por vías no reconocidas. Procediendo a la creación de un turismo bastante decadente que genera un estado de malestar entre la población local.

A este caso le siguen bastante de cerca los municipios de Xàbia y Calpe, los cuales también multiplican notablemente su población en ciertas épocas del año (generalmente en periodos estivales). En este caso, Calpe llega a superar en cinco veces su población, y Xàbia casi cuadruplica su población.

Es tanto el impacto en la sociedad que para muchos de los residentes llega a ser agobiante y una locura vivir en estas zonas litorales durante los periodos estivales de más afluencia de turistas. Pero sí es verdad que durante estas época (generalmente verano, pero también en periodos vacacionales como pascua o navidad) se crean muchos empleos y la economía resurge. Además de dar vida a muchos de los municipios que durante el resto del año no tiene mucha afluencia de población. Por tanto, para muchos de los municipios de la comarca, el turismo genera un enorme impacto social durante algunos periodos.

Impacto Económico

La economía de la Marina Alta se basa principalmente en el turismo, pero no sólo esta es su principal fuente de ingresos en todos los municipios, pues muchos de ellos basan su economía en el sector primario de cultivos, ganadería o pesca (como sería el caso de los valles o algún municipio de costa) o en la industria y comercios que poseen (como sería el caso de Gata de Gorgos o Pedreguer). Aun así, el turismo es un fuerte en casi todos los municipios, pues es el principal motor de intercambio de servicios tanto en el interior como en el litoral.

Ahora pues, viendo el gran impacto que genera el turismo en esta zona, sobretodo en algunos de los principales municipios como Calpe, Dénia, Xàbia y Teulada-Moraira, procederemos a analizar cómo puede afectar esto a la economía de la zona.

Obviamente, con tal cantidad de turismo, este juega un papel importantísimo en la economía, ya que los turistas invierten gran parte de sus ahorros vacacionales en los comercios del destino, generando también muchos empleos para solventar la demanda de estos turistas.

Por tanto, las empresas que más van a notar el impacto económico que genera el turismo serán las directamente relacionados con este, tanto cualquier alojamiento, como cualquier empresa de restauración, supermercados, pequeños comercios, agencias de viajes... Y todo

¹⁵ *Turismo invisible de la Marina Alta*. Fuente: La Marina Plaza.

esto se debe también a que en toda la zona no se ofrece ningún *todo incluido*, por lo que todo turista debe salir a consumir a otros comercios, creando también un turismo sostenible del que todos se pueden beneficiar. Incluso los ayuntamientos de los municipios, quienes sanean sus cuentas y aumentan sus ingresos por la repercusión que supone la creación de empresas.

Aunque cabe destacar que muchos de los turistas no se alojan en alojamientos turísticos como hoteles, hostales o pensiones, sino en casas privadas que compran cuando vienen a visitar por primera vez la zona o casas de familiares o amigos, lo que supone que desciendan los ingresos obtenidos estrictamente por el sector turístico, si bien generan también riqueza a los comercios de los municipios de la comarca.

Además, esta zona se encuentra en la Costa Blanca, zona que recibe el 75% del turismo extranjero que llega a la Comunidad Valenciana, generando números exorbitantes de casi medio millón de turistas al año que gastan alrededor de 1000€ por turista¹⁶.

De la importancia que hemos visto que tiene el turismo en la economía de la Marina Alta, y la importancia que tiene también el turista extranjero, que deja una media de ingresos bastante más alta que la del turista nacional, vamos a ver qué tipo y segmento de turista es el que más importancia podría tener en la zona.

De entre todos destacaremos a los británicos, el grupo más numeroso de todos los turistas extranjeros en prácticamente todos los municipios de la Marina Alta en los últimos años analizados (ver Anexos Estadísticas turísticas según municipio). Destacamos que el muestreo no es muy amplio pero sí significativo, pues encontramos bastante equivalente las muestras tanto de municipios de interior (Pego), como de costa (Xàbia y El Poble Nou de Benitatxell como), catalogando a Gata de Gorgos como municipio de segunda línea de litoral e industrial y el municipio de Benissa de litoral y natural. Así, de entre los municipios participantes en las entrevistas, analizaremos los siguientes casos:

- En el caso de Benissa, en 2016 se registraron niveles bastante altos de turistas belgas, británicos y holandeses en establecimientos hoteleros, mientras que franceses y alemanes hacen más uso de los chalets y villas.
- En el caso de El Poble Nou de Benitatxell, en 2016 se registraron niveles altísimos de turistas británicos seguidos por los franceses.
- En el caso de Gata de Gorgos, en 2016 se registraron casi el mismo número de visitantes extranjeros que nacionales, lo que indica que el turismo extranjero tiene mucha importancia en el municipio. Siendo los turistas extranjeros más numerosos con diferencia los británicos, más del doble de turistas que los franceses que quedan en un segundo puesto.
- En el caso de Xàbia, en 2016 se registraron 290.007 turistas¹⁷, de los cuales el 53% fueron extranjeros, siendo el periodo estival el de mayor influencia. De los turistas extranjeros, el turista británico fue el más significativo. Destacamos también que

¹⁶ Según el "Diario Información": *El gasto medio por turista fue de 1.023 euros en 2016, +3,75% más que en 2015.*

¹⁷ *Xàbia en 2016 acogió 290.007 turistas que pernoctaron en el municipio.* Fuente: Estadísticas de la Oficina de Turismo de Xàbia.

durante el periodo estival (Junio, Julio y Agosto) los hoteles y apartamentos son los que más turistas alojan, mientras que durante el resto del año son los campings los que más turistas alojan.

- Finalmente, en el caso de Pego se registraron durante el periodo comprendido entre 2014 y 2017 casi el doble de turistas extranjeros que nacionales. Siendo los turistas británicos los más numerosos, seguidos bastante de cerca por franceses y alemanes.

Así concluimos que en general, en todos los municipios de la Marina Alta, el turista británico es el más importante para la zona, dado que en casi todos los destinos es el que registra más turistas respecto al resto de turistas extranjeros, e incluso en algunos municipios, superando al turista nacional. Por tanto, podemos afirmar notablemente que el turista británico es el que más impacto genera en la Marina Alta. Pues, aunque no alcance el mismo gasto medio por persona que otro tipo de turista, sí llegan a niveles altísimos de gasto por la cantidad de turistas que suman. Así pues, no podemos dejar de lado a quienes han demostrado ser fieles admiradores del modelo turístico de la Marina Alta.

Cómo afectará el Brexit a la Marina Alta:

Como ya hemos dicho, no podremos asegurar las consecuencias que tendrá este efecto en la zona porque todavía no se han adelantado las negociaciones, pero sí podemos predecir escenarios ante la situación que podría producirse.

En estas suposiciones destacaremos que si estos turistas tienen más dificultades diplomáticas para viajar a destinos europeos como este, se perderá mucha densidad de turistas, perdiendo parte de uno de los principales segmentos de mercado turístico que es el sector más beneficioso para la economía de la zona. Por tanto, se reducirían mucho los beneficios y quedaría un gran vacío en el turismo de la Marina Alta, que supondría la pérdida de muchos puestos de trabajos estacionales que dependen del turismo, afectando al paro de la sociedad y a la economía local de la Marina Alta.

No solo se tendrían pérdidas económicas a nivel de ingresos y empleo, sino también a nivel municipal, dado que muchas de las empresas de servicios se verían obligadas a cerrar sus puertas, perdiendo muchísimo valor el destino y la institución pública en sí.

Pero además de pérdidas económicas, también supondría pérdidas sociales, pues muchos de los británicos residentes en la Marina Alta podrían decidir volver a sus casas para no tener problemas, dado que muchos de los británicos residentes en la zona son pensionistas jubilados que vinieron a la zona buscando descanso y buen clima después de la jubilación con los beneficios que tenía hasta el momento pertenecer a la Unión Europea, las cuales podrían desaparecer con la desvinculación de Gran Bretaña de la Unión Europea.

Sin embargo, este hecho podría provocar un pensamiento de cambio de dinámica de mercado del turismo ofertado por el momento en el destino. Pues podría aprovecharse para buscar y promocionar un turismo de mayor calidad en el que predomine el turista de gama alta, con alto poder adquisitivo y disponibilidad para viajar durante todo el año. Pudiendo vencer a la estacionalidad y la llegada masiva de turistas en determinados periodos anuales.

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

Además, estos turistas, al gozar de un mayor poder adquisitivo, permiten ofertar una diversidad de turismo mayor, con turismo no solo de sol y playa, sino también deportivo (golf, tenis, equitación...), turismo activo, turismo de salud, bella y relax...

Este tipo de turismo podría renovar la imagen de la Marina Alta con una diversificación, modernización, exaltación de la naturaleza y descanso, además de generar unos ingresos mayores y con menos cantidad de turistas que combatirían la masificación.

Posibles soluciones de mejora:

En primer lugar, cabe destacar que para esta zona sería mucho más cómodo continuar con el mismo modelo de mercado turístico como se ha hecho hasta ahora. Sin embargo, con el problema añadido del caso estudiado durante el trabajo: el Brexit, el cual produciría una serie de dificultades a la hora de viajar y costes adicionales y más elevados al viaje para el turista británico. Causando un gran descenso del turista británico de gama media en destinos como la Marina Alta. Decimos de gama media porque este turista posee suficiente poder adquisitivo para viajar pero no tanto como para pagar los elevados costes que supondría, en un periodo a largo plazo, viajar fuera de territorio sin tratados.

Por tanto, intentaremos solucionar dentro de nuestras posibilidades una probable pérdida de ingresos. Aunque encontramos que la solución al problema político quedaría fuera del ámbito de actuación de la Marina Alta dado que, al ser cuestiones diplomáticas y políticas no se puede hacer nada al respecto desde un territorio tan pequeño en comparación al ámbito de origen del problema. No obstante, sí podemos llevar a cabo una serie de medidas que podrían marcar levemente el impacto negativo del descenso de turistas en la comarca.

En segundo lugar, considerando como prioridad la opción de fidelizar al turista británico, gran seguidor del modelo turístico de la zona, podríamos continuar con el mismo modelo para abastecer de la misma manera al turista tanto británico de gama media como al turista nacional, clientes que no destacan por su gran gasto económico pero que sí son fieles al destino y vienen en grandes cantidades. Pero como este segmento de gama media posiblemente descienda, y además no depende de nosotros abaratar los costes burocráticos, deberemos buscar una alternativa para mantener el turismo como una de las fuentes de ingresos más importante del lugar.

Para esto propondremos a continuación un tipo de turismo de calidad, en el que se busque un turista británico de gama alta que pueda costear estos gastos adicionales, pues hemos contemplado que este segmento de mercado busca también zonas tranquilas, no masificadas y con amplia variedad actividades turísticas. Por lo que deberemos potenciar todos los recursos turísticos que posee la Marina Alta como el turismo activo, turismo deportivo (de golf, náutico,...), turismo de salud o turismo gastronómico entre otros. Un modelo turístico que generaría más ingresos en la zona y una mayor calidad que el usual turismo de sol y playa.

También sabemos que este tipo de turista británico prefiere destinos más exóticos, pero no debemos desprestigiar el potencial de la Marina Alta en este segmento, pues gozamos de una buena situación geográfica cercana a su país de origen y una amplia variedad de actividades y patrimonio que pueden atraerles. Para esto deberíamos mejorar y promocionar las infraestructuras actuales, además de generar más como balnearios o spa, campos de golf o alojamiento rodeado de naturaleza y/o tranquilidad no en primera línea de mar, sino en una segunda línea menos masificada como propondremos a continuación.

Aun así, debemos ser conscientes de que este segmento de turistas no será suficiente para salvar todo el descenso que podría producirse, pero sí sería el objetivo principal, conseguir un turismo de calidad ampliando mercado sin perder al turista británico.

En tercer lugar, como posiblemente el segmento de turismo de calidad propuesto anteriormente no rellene todo el vacío de mercado que dejaría el turista británico de gama media con el nuevo enfoque al turista británico de gama alta, deberemos completar el sector con otro tipo de mercado como el ruso, nórdico o norteamericano. Así concretaremos a continuación las diversas soluciones de mejora propuestas entre las que destacaremos unas a

nivel interno de los municipios y otras a nivel de expansión de mercado o nivel internacional (externo).

Estas medidas se propondrán no solo para la mejora de la calidad del turismo de la zona, sino también para paliar la posible pérdida del gran segmento de turistas que suponen los británicos, el segmento más numeroso hasta el momento, como consecuencia de un efecto político a nivel interno del país británico, pero que afecta al resto de países miembros de la Unión Europea. Este efecto es el llamado Brexit o desvinculación o salida de este de la Unión Europea.

Como hemos ido comentando a lo largo del trabajo, la desvinculación de este país de la Unión Europea podría ocasionar la pérdida de ciertos tratados y relaciones que desfavorecerían a los británicos a la hora de negociar sus relaciones con el resto de Europa.

Y aunque los hechos podrían ir cambiando con el paso del tiempo, por el momento, no parece que las relaciones entre Gran Bretaña y el resto de la Unión Europea vayan a continuar por el buen camino como hasta ahora, dado que esta decisión política unilateral de los británicos podría acarrear consecuencias directas en la economía del país, lo que causaría un efecto rebote en el resto de países miembros, teniendo más dificultades para, entre otros motivos, viajar entre ambos países. Por tanto, la posible consecuencia que afectaría directamente al turismo de España, y en este caso a la Marina Alta, sería el descenso de turistas británicos a la zona, pues supondrían grandes pérdidas económicas para todo el sector turístico.

Pasando a las propuestas, se plantearán unas posibles soluciones **a nivel interno** que los propios municipios podrían tomar:

- Promocionar el comercio artesanal que tienen algunos de los municipios de la comarca, como es el caso de Gata de Gorgos, quien tiene diversidad de tiendas e industrias de cestas de mimbre artesanales. Esto podría promocionarse como turismo de comercios, anticuarios o amantes de los productos artesanales, dando valor a este pequeño sector artesanal.
- Fomentar que el turismo litoral se extienda por los municipios de “segunda línea” costera para no masificar durante periodos determinados la mayoría de municipios costeros. Esto se podría promocionar como una experiencia de descanso y relax en zonas no tan concurridas, pero cerca del litoral. Aunque supondría una inversión en mejora de las comunicaciones entre ambos.
- Promover un tipo de turismo más controlado en el que no se trate de construir masivamente en zonas costeras, sino crear un ambiente de tranquilidad y responsabilidad en el que el turista se pueda evadir del estrés que suponen las grandes ciudades y lugares con masividad de turistas.
- Impulsar el turismo rural en los municipios de interior como lugares idílicos, con grandes vistas panorámicas a la costa, un entorno totalmente natural y una tranquilidad extrema que evadirá al turista de toda preocupación. Creando más alojamientos rurales con todo tipo de detalles que no dejen indiferente al cliente en zonas como La Vall d’Ebo, La Vall de Gallinera y Vall de Laguart. Zonas de cierta altitud que disfrutan de unas vistas panorámicas de la costa espectaculares, además de paisajes de montaña y la tranquilidad que los envuelve. En estas zonas también se podría fomentar el turismo deportivo con rutas de senderismo y rutas ciclistas señalizadas y habilitadas correctamente. O también realizando eventos deportivos

como campeonatos deportivos. Aunque esto supondría una gran inversión en infraestructuras para poder realizar este tipo de eventos en plena naturaleza. Intentando generar el menor impacto posible en el entorno para no perder la esencia del lugar: la tranquilidad.

- Tratar de promover cierto interés por el turismo de salud y belleza, fomentando la creación de nuevos establecimientos o ampliar los centros de Spa o balnearios de que ya se dispone. Este tipo de turismo atrae a un tipo de turista que gasta bastante más dinero que el típico turista habitual de sol y playa, además de ser más respetuoso en la mayoría de los casos y provoca que no se produzca tanta masificación en ciertas zonas. Dentro del turismo de tranquilidad o “relax” que se pretendería promover en la comarca, encontramos que en la zona de la Marina Alta hay, además de multitud de parajes naturales y entornos idílicos en zonas poco pobladas como es el caso del interior de la comarca, diversos centros de salud y belleza, también llamados Spa. Concretamente hay 5 establecimientos que ofrecen este tipo de servicios para la completa desconexión y relajación del cliente. Todos ellos vinculados a hoteles.
 - En Denia encontramos 2 establecimientos:
 - En primer lugar tenemos el Daniya Spa que forma parte del Hotel Daniya Dénia Spa & Business (4 estrellas).
 - En el complejo hotelero La Sella Golf Resort & Spa (5 estrellas) está el Spa la Sella.
 - En Calpe encontramos otros 2 establecimientos:
 - El Balnearia Diamante forma parte del Hotel, Centro de convenciones y Spa Diamante Beach (4 estrellas).
 - El Spa Roca Esmeralda forma parte del Hotel AR Roca Esmeralda & Spa (3 estrellas).
 - En Xàbia encontramos el último Spa:
 - Finalmente, en el Hotel El Rodat Village & Spa (4 estrellas) encontramos el Spa El Rodat.
- Incentivar entre el tipo de turismo deportivo la creación y promoción de más campos de golf, además de dar a conocer a nivel mundial los campos ya existentes para uso individual del turista o eventos como competiciones de golf. Este turista, al igual que el turista de balneario o Spa, es un turista que gasta grandes sumas de dinero y no provocan estragos ni colapso en las zonas donde lo practican.

Mientras que **a nivel internacional o de expansión de mercado**, podríamos enfocar las medidas dichas anteriormente para distintos segmentos de turista que detallaremos a continuación:

Empezaremos observando el ranking de turistas extranjeros según nacionalidad en la Comunidad Valenciana, donde se puede deducir que los turistas británicos, pese a ser los más numerosos gastan muy poco dinero (sólo 82,4€ por turista al día) respecto a otros turistas como portugueses (96,20€ por turista al día) y con mucha más distancia los rusos (134,50€ por turista al día). Además, les siguen de cerca los turistas escandinavos (Suecia, Finlandia y Noruega) y daneses, quienes gastan una media de 80,30€ por turista al día y prometen ser turistas potenciales en la zona.

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

PAÍSES EMISORES A LA COMUNITAT	RANKING 2014	TURISTAS 2014	Cuota %	Variación %	GASTO TURISTA/ DÍA 2014 (€)	Variación %	VIAJEROS HOTELES 2014	Variación %
Reino Unido	1º	2.085.849	33,5	-5,5	82,4	2	847.351	0,04
Francia	2º	941.221	15,1	11,5	62	6,5	245.135	-1,4
Alemania	3º	527.119	8,5	17,2	64,5	13,6	132.223	6,1
Holanda	4º	382.037	6,1	-0,3	68,2	1,2	128.974	0,8
Bélgica	5º	355.263	5,7	24,7	72,3	-3,5	119.287	13,2
Italia	6º	298.561	4,8	4,9	87,4	4,1	193.071	-7,2
Noruega	7º	289.095	4,6	0,5	80,3	-5,4	61.033	3,3
Suecia	8º	221.731	3,6	1,9	80,3	-5,4	48.235	1,2
Suiza	9º	166.743	2,7	9	79,7	10,7	46.049	3,7
Irlanda	10º	140.663	2,3	-1,4	79,5	-5,7	42.900	6,3
Rusia	11º	138.198	2,2	16,7	134,5	12,2	71.983	-5
Portugal	12º	95.729	1,5	16,1	96,2	0,7	73.136	9,3
Argelia	13º	91.002	1,5	60,1	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible
Finlandia	14º	59.193	0,9	17,5	80,3	-5,4	21.058	19,3
Dinamarca	15º	58.163	0,9	2,2	80,3	-5,4	18.341	-6,3
TOTAL EXTRANJEROS		6.233.881	100	4,4	78,5	3,1	2.743.136	2,1

Tabla 14: Países emisores a la Comunidad Valenciana: Ranking 2014. Fuentes: OMT, Frontur, Egatur, INE (Encuesta Ocupación Hotelera).

A continuación detallaremos las propuestas:

- Enfoque al **turista ruso**. Este segmento de turista que se encuentra en la parte europea más oriental no es tan común en la zona por la lejanía desde su país de origen respecto al resto de turistas europeos, concretamente se encuentra en el puesto número 11 del ranking de turistas extranjeros en la Comunidad Valenciana. Pero no por esto debemos dejarlo de lado, dado que hemos observado que este turista procedente de Rusia gasta grandes sumas de dinero que incluso duplican las cantidades del resto de turistas procedentes de otros países más cercanos como son los británicos, franceses o alemanes (aunque estos son los que ganan en número de turistas). El gasto medio por día que se hizo en 2014 fue de casi 135€ por turista ruso en la Comunidad Valenciana.¹⁸

Por tanto, debemos tener en cuenta este segmento de mercado, dado que podría ser un buen enfoque a la hora de mejorar en cuanto a beneficios se refiere, pues con menor cantidad de turistas- lo que supondría menos masificación- se conseguiría recaudar los mismos o incluso más beneficios. Además, la Comunidad Valenciana es la segunda comunidad que más turistas rusos recibe, y entre las provincias de esta comunidad, destaca la provincia de Alicante con más del doble de turistas rusos que el resto de las comunidades. Cabe destacar que este tipo de turista es interesante por no escatimar en gastos, ni días de estancia (prefieren estancias largas), ni lujo, puesto que anteponen la comodidad y el lujo al dinero.

Viajan principalmente a cinco destinos, entre ellos España. El destino preferido por estos hasta 2015 era Turquía, pero con los problemas políticos resueltos en los últimos años con respuestas bélicas que sumen al país en un caos y una guerra brutal, generan

¹⁸ En 2014 visitaron la Comunidad Valenciana 138.198 turistas rusos que gastaron un total de 134'50€ por persona y día. Fuente: Ranking 2014 de países emisores a la Comunidad Valenciana (Tabla 14).

en los turistas poca confianza. Este hecho podría haber provocado un gran descenso del turista ruso en su destino preferido.

De la misma manera, Egipto, el segundo país preferido por los rusos, también tiene este tipo de problemas bélicos que podrían haber generado el mismo efecto en los rusos.

Por otra parte, la enorme crisis en la que se ha sumido Grecia en los últimos años, su tercer destino favorito, genera desconfianza e inestabilidad en la sociedad y la política local. Provocando que muchos de los turistas rusos prefieran cambiar de destino.

Así pues, quedaría España como el siguiente de los destinos turísticos preferidos, junto a Tailandia. La diferencia entre Tailandia y nuestro país sería el exotismo de este primero, pues Tailandia ofrece playas paradisíacas con un entorno diferente al de las españolas, constituyéndose como un país muy exótico que genera gran interés entre los turistas.

Las razones por las que España puede competir contra este nuevo gigante del turismo, son las siguientes:

- La proximidad a la parte occidental del país soviético (situación geográfica). Aunque Rusia es muy extensa, la Comunidad Valenciana se encuentra más cerca desde la parte occidental de este país que Tailandia, además de tener más cantidad de vuelos anuales que la potencia asiática.

Imagen 10: Aerolíneas con vuelo directo entre Rusia y la Comunidad Valenciana (2016). Fuente: Turisme GVA.

Aerolíneas con vuelo directo entre Rusia y la Comunitat Valenciana (2016)			
ALICANTE- ELCHE	Siberia Airlines S7	Vueling	Otras
Moscú/ Domodedovo			
St. Petesburgo			
VALENCIA	Siberia Airlines S7	Vueling	Otras
Moscú/ Domodedovo			
Moscú / Sheremétievo			Aeroflot

- La gastronomía. La Comunidad Valenciana cuenta con una gastronomía muy variada que gusta mucho a los rusos. En cambio, Tailandia no posee tanta variedad gastronómica y se basa principalmente en platos bastante picantes.
- La situación político-económica. Pues aunque España y la Comunidad Valenciana no está pasando la mejor situación económica y política, sí resulta ser mejor que la situación tailandesa, dado que este país se caracteriza por la pobreza en la mayoría de su población y por la decadencia del lugar.
- Competencias. Tailandia es un país exótico que triunfa por esta característica poco usual pero, excepto sus recursos naturales y culturales, poco más puede ofrecer. Tampoco es un país que ofrezca una sensación de seguridad, al contrario que ocurre con la Comunidad Valenciana, donde se percibe una situación estable y con buenos recursos tanto naturales, como culturales, y con una amplia variedad de oferta turística como el turismo náutico, turismo de negocios o turismo rural entre otros.
- La variedad. La Comunidad Valenciana ofrece gran variedad de actividades y patrimonio en prácticamente todo el territorio, mientras que Tailandia sólo ofrece en sus principales ciudades, dado que la mayoría del territorio presenta una pobreza extrema y muy poca seguridad. El país asiático no puede comparar tampoco la cantidad de kilómetros de costa que tiene España. Y en su medida la Comunidad Valenciana.

- Otro de los mercados potenciales sería **el turista del norte de Europa** (principalmente procedente de países escandinavos: Suecia, Noruega, Finlandia, Dinamarca e Islandia). España es el principal destino turístico para suecos, daneses e islandeses. Y el segundo y tercero para noruegos y finlandeses.

Estos turistas presumen de un alto poder adquisitivo y se caracterizan por la intensidad en la que viajan (en torno a 2 veces por año cada persona) y la fidelidad al destino. Prefieren el sol y playa, pero en un entorno más tranquilo y respetuoso.

Además, España está bien comunicada mediante avión con estos países, por lo que es una vía directa de turistas. Por esto y por la seguridad y confort del sol y playa, estos turistas nórdicos son de los más fieles que podría tener la Comunidad Valenciana.

El turismo de deportes y turismo activo (golf, senderismo y náutico) junto al gastronómico y la cultura, son algunos de los atractivos que más gustan a este tipo de turista, además del típico turismo de sol y playa que tanto ansían en los países nórdicos y encuentran en nuestra zona.

Por eso consideramos que este segmento de turista podría ser muy beneficioso para la zona de la Marina Alta, pues son unos turistas fieles que desean el sol y la playa tanto como los británicos pero siendo mucho más respetuosos con el entorno, sobre todo con la naturaleza, y gastarían más dinero que los británicos (cosa que favorece mucho a la economía local) si diversificamos la oferta y favorecemos un modelo turístico de calidad.

Cabe añadir que el país emisor que más turistas envía a la Comunidad Valenciana es Islandia. Aunque tiene poca población, sus habitantes prefieren viajar a la Costa Blanca en todo momento.

Estos turistas gastan una media de casi 1.000€ por viaje en estancias medias de 12 días.¹⁹

Entre estos destinos y el aeropuerto de Alicante-Elche hay vuelos casi diarios en los que se registran más de 700.000 llegadas de pasajeros procedentes de estos países.

Entre ellos podemos encontrar vuelos desde muchas zonas de estos países como:

Aerolíneas con vuelo directo entre la Comunitat Valenciana y los países nórdicos 2015					
2015	ALICANTE	Norwegian	Scandinavian	Ryanair	Otras
NORUEGA	Aalesund				
NORUEGA	Bergen				
NORUEGA	Harsdstad				
NORUEGA	Haugesund				
NORUEGA	Kristiansand				
NORUEGA	Moss / Rygge (Oslo)				
NORUEGA	Gardemoen (Oslo)				
NORUEGA	Torp / Sandefjord (Oslo)				
NORUEGA	Stavanger				
NORUEGA	Tromso				
NORUEGA	Trondheim				
SUECIA	Vasteras (Estocolm)				
SUECIA	Arlanda (Estocolmo)				
SUECIA	Skavsta (Estocolmo)				
SUECIA	Save (Gotemburgo)				
SUECIA	Gotemburgo				
SUECIA	Karlstad				
SUECIA	Vaxjo				
DINAMARCA	Aalborg				
DINAMARCA	Billund				
DINAMARCA	Copenague				Vueling
FINLANDIA	Helsinki				
FINLANDIA	Tampere				
ISLANDIA	Reykjavik				Wow Primera Air
2015	VALENCIA	No hay conectividad			

Imagen 11: Aerolíneas con vuelo directo entre Alicante-Elche y los países nórdicos (2015). Fuente: Turisme GVA a partir de Aena y webs de las compañías aéreas.

¹⁹ Fuente: Informe de mercados emisores: Turismo Nórdico. Turisme GVA 2015.

- Y otro tipo de mercado sería **el americano**, en este caso procedente de América del Norte (Estados Unidos y Canadá), o también el mercado procedente de Australia, que a pesar de tener largas horas de trayecto y mucha distancia para llegar al destino, son turistas que también se encuentran en un buen momento económico en su país y cuando viajan gastan mucho dinero en la zona de destino.

Estos turistas se interesan principalmente por el golf, la gastronomía, turismo activo y turismo náutico. Además de la playa y la naturaleza, seguridad y tranquilidad que destaca en la zona de la Marina Alta.

El turismo procedente de EEUU va aumentando cada año en la zona de la Comunidad Valenciana, aunque el pasado año 2016 no continuó el ritmo tan frenético que se observaba últimamente, principalmente debido al temor causado por los atentados y a la incertidumbre de las últimas elecciones de los diversos países europeos.

Nuestro país es el quinto destino más visitado por los norteamericanos, sólo por detrás de Reino Unido, Francia, Italia y Alemania. Aunque el país británico podría perder visitantes si no soluciona sus relaciones con el resto de países, incluido EEUU, con el que parece haber empeorado las relaciones con el cambio de gobierno, teniendo continuos conflictos intergubernamentales por sus intereses políticos.

En 2016, los norteamericanos realizaron un gasto medio por persona y estancia de casi 2000€ y una estancia media de más de 8 días²⁰.

Son turistas que no anteponen la playa al turismo cultural o de cualquier otro tipo. Por tanto, sería interesante enfocarse a este segmento de turismo desde el punto de vista de ofrecerles turismo activo, cultural o deportivo. Los cuales dejan mucho más dinero que el turismo de sol y playa, y además, es más respetuoso y responsable con el entorno.

Por otro lado, el **turista australiano** prefiere alojamiento de “alto standing” o más lujoso, por tanto están dispuestos a gastar bastante dinero en sus estancias. Además, enfocan sus preferencias al turismo cultural y gastronómico. Así, sería conveniente promocionar entre este tipo de turista los distintos restaurantes gastronómicos localizados en la Marina Alta como:

- El restaurante Quique Dacosta del chef con tres estrellas *Michelin* que da nombre al local en Dénia.
- El restaurante Bon Amb de la mano del chef Alberto Ferruz con dos estrellas *Michelin* en Xàbia.
- El restaurante Casa Pepa de la mano de la chef Pepa Romans con una estrella *Michelin* en Ondara.

Además de contar con otro sinfín de restaurantes que no gozan de reconocimiento en la guía *Michelin*, pero que ofrecen una gastronomía amplia, variada y de calidad a sus clientes.

Estos turistas se encuentran en un muy buen momento económico, con la gran apreciación del dólar australiano que les proporciona un gran poder adquisitivo en nuestra zona. Así pues, promete ser un cliente que dejaría muchos ingresos en la zona y no supondría un riesgo para la masificación, pues no vienen en grandes cantidades. Podríamos hablar de un tipo de turista responsable y respetuoso con el entorno, muy similar al turista americano.

²⁰ Fuente: Informe de mercados emisores: Turismo Estadounidense. Turisme GVA 2017

- Por último, en el caso de que alguno de los turistas propuestos anteriormente nos falte, se podría tener en cuenta al **turista portugués**, uno de los turistas que, según observamos en la tabla 14, tuvo en 2014 un gasto medio diario de 96'20€ por persona, un gasto bastante superior al de los británicos, pero demanda mucho inferior.

Por el momento no presentan gran significación en la zona de la Marina Alta, aunque sí la tiene en zonas cercanas como Benidorm (el 53% visitan Benidorm)²¹. Por esta cercanía podríamos considerarlo un mercado potencial al que podríamos atraer mediante propuestas de visitas a zonas cercanas a su destino principal, dado que desde el territorio que comprende la Marina Alta se les podría ofrecer el mismo tipo de oferta que encuentran en Benidorm.

Este turista prefiere viajes cortos, cercanos y económicos, tres características que la Marina Alta cumpliría de entre los destinos europeos. Por una parte, la cercanía es clara, estos turistas residentes en la misma zona geográfica que nosotros (la Península Ibérica) prefieren realizar sus vacaciones en lugares donde el desplazamiento sea mínimo, siendo el turismo nacional el más significativo. Pero en lo que conlleva el turismo internacional, estos turistas tienen como destino más cercano España, siendo este el país preferido para viajar. Permitiéndoles también economizar el viaje, ya que el transporte es más económico. Siendo España un país bastante barato en relación con otros países europeos como Gran Bretaña, Francia o Alemania.

Aunque este turista no se caracteriza por viajar en masa, pues por su mala situación económica no son muchos los afortunados que viajan, y los que lo hacen sólo lo hacen durante 6 o 7 días²². Además de ser de tipo estacional, ya que prefieren el sol y playa y durante los meses estivales.

De entre las comunidades españolas que más turistas portugueses reciben se encuentra la Comunidad Valenciana, y dentro de esta, la provincia que se lleva la palma es la Provincia de Alicante. Y aunque se aferran al modelo turístico de sol y playa, principalmente en la Costa Blanca, que acoge los municipios de la Marina Alta, estos turistas demandan no sólo el turismo litoral, sino el turismo cultural, de negocios, gastronómico y activo, tipos de turismo que se les podría ofrecer en la Marina Alta.

Hablamos del turismo de negocio porque en su país no predomina este tipo, y van en busca de destinos que lo ofrezcan, siendo España, y entre ella la Marina Alta, un buen destino que pueda combinar el litoral con los negocios. Por tanto, siendo un fiel seguidor de zonas cercanas a la comarca como es Benidorm, se puede considerar la medida de atraer a estos turistas a la Marina Alta con una oferta más completa que el sol y playa que complementa al modelo turístico de Benidorm.

Así concluimos que, aunque no va a ser nuestro objetivo principal por no tener los requisitos que necesitamos para completar nuestro modelo turístico de calidad, dado que son turistas estacionales, los podríamos tener en cuenta si falla alguno de los segmentos propuestos anteriormente por el alto nivel de gasto económico que realizan en el destino y la posible desestacionalización que podrían provocar si se desarrolla satisfactoriamente un turismo de negocios y variado que pueda atraer a más turistas.

²¹ El 53% de los turistas portugueses que viajan a la Comunidad Valenciana tienen como destino Benidorm. Fuente: Informes de mercados emisores: Turismo portugués en la Comunidad Valenciana. Turisme GVA.

²² *Su estancia es de 7 días*. Fuente: Informes de mercados emisores: Turismo portugués en la Comunidad Valenciana. Turisme GVA.

Todos estos tres tipos de turista son turistas que optan por un tipo de turismo más tranquilo y de calidad, sin masificación de gente, rodeados de naturaleza, y con alternativas al sol y playa como eventos deportivos o turismo de salud y belleza, gastronómico y deportivo (golf principalmente). Además de que no escatiman en gastos, dejando grandes sumas de dinero en el destino (casi el doble que los británicos habituales por estancia).

Por otra parte, cabe mencionar que es mejor intentar mantener un turista ya arraigado y fiel al destino de la Marina Alta como es el británico, pues es un segmento que todos los años crece y deja grandes sumas de dinero para la economía local.

Continuando con la idea de intentar mantener al turista británico tan fiel como hasta ahora, propondremos un turista de gama alta que pueda costearse los gastos adicionales que supondría viajar al extranjero y buscaremos el modelo de calidad propuesto para atraer a este tipo de turista con más poder adquisitivo y desestacionalizado. Además de ser más respetuoso con el entorno que el usual turista británico de gama media que viene de forma masiva y presenta ser bastante descuidado y poco respetuoso con el entorno del destino.

Pero para mantener este nuevo modelo turístico que no se completaría con el nuevo segmento de británicos, deberemos buscar entre algunos mercados ya existentes en menor medida en la Marina Alta, que son los tres propuestos anteriormente.

Finalmente, en el caso de que alguno de los tres tipos de turistas propuestos anteriormente (ruso, nórdico y norteamericano-australiano) fallara, podríamos tener en cuenta por su elevado gasto medio al turista portugués, conocedor y próximo a la zona.

Por otra parte, favorecería al turismo de la Marina Alta la creación de una línea de tren entre Alicante y Valencia y los principales municipios de la comarca, como son Denia, Xàbia y Calpe. Esto facilitaría a los turistas la llegada al destino desde los principales y más cercanos aeropuertos de Alicante y Valencia, dado que el billete de tren sería más económico que el taxi o coche de alquiler desde cualquiera de los dos aeropuertos más cercanos hasta el destino.

Este medio de comunicación ha sido solicitado desde hace muchos años por los municipios de la Marina Alta, y supondría una ventaja también para los turistas, dado que abarataría los costes de desplazamiento.

Finalmente, estas medidas propuestas servirían principalmente para mejorar la imagen del destino e intentar desestacionalizar y descongestionar el destino. Medidas que requieren de gran inversión por parte de los municipios y las empresas locales para enfocarse a otro tipo de mercado.

Conclusión:

El turista británico es y ha sido durante mucho tiempo un fiel seguidor de España, y de entre todo el país, la región de la Comunidad Valenciana ha experimentado un gran auge económico gracias a este segmento que sigue tan de cerca sus kilómetros de playas y calas. Podríamos incluso afirmar que este turista es el más fiel que tiene España, dejándose cada año millones de euros en la zona y llegando incluso a instalarse habitualmente en las maravillosas zonas que tanto gustan a los británicos. Pero no solo el clima y la playa son los únicos atractivos con los que estos turistas quedan encantados (aunque sí los principales), sino también quedan encantados y repiten continuamente por la gastronomía, muy rica y variada en todos los aspectos, y por su cultura y tradiciones que se han sabido preservar durante tanto tiempo con sus costumbres, fiestas, monumentos...

En resumen, para los británicos España es un país donde disfrutar de un buen clima, gastronomía, ambiente social, tranquilidad y seguridad. Donde se han instalado ya muchos de ellos formando colonias entre la sociedad autóctona. Aunque la inserción en la sociedad local no ha resultado del todo satisfactoria, pues los británicos se han asentados en diversas zonas de la Comunidad Valenciana sin tener casi contacto con los locales, creando colonias británicas con sus propias empresas, locales de ocio, etc. En cierta medida no se han insertado en el entorno, generando beneficios para sus propias empresas. Por tanto, vemos que los británicos son claros amantes de nuestra zona, pero no favorecen en gran medida a nuestra economía. Aunque no sólo son un gran número de residentes extranjeros, sino también un gran número de turistas, por lo que hablamos del segmento de turista más importante que tiene la Comunidad Valenciana y en su caso, la Marina Alta.

Por tanto, que este turista tenga más dificultades para viajar a nuestra zona, nos perjudica directamente, aunque esto sea por una situación política y diplomática unilateral por su parte. Pues la situación de abandonar la Unión Europea, llamada Brexit, es una decisión democrática tomada por los británicos a nivel político que no podemos solucionar desde el destino. Y afectará directamente a todo aquel que desee tener relaciones con el extranjero, sobre todo si pertenecen a la Unión Europea, con la que tendrá más dificultades en las negociaciones de tratados y reglamentos. Siendo, por su parte, los turistas británicos los que tendrán grandes dificultades para viajar fuera de sus fronteras.

En el caso de la Marina Alta, por el momento no hay consecuencias del efecto Brexit en el turismo local, ya que, como hemos dicho anteriormente, los turistas británicos son los más fieles a este destino turístico. Esto se puede deber a la facilidad que tienen por el momento para llegar al destino, dado que desde Gran Bretaña salen vuelos directos prácticamente todos los días tanto a Alicante como a Valencia, los aeropuertos más frecuentados por estos y más cercanos a la Marina Alta. Aunque, a largo plazo sí se esperan repercusiones directas en el destino.

Todavía no podemos saber exactamente cuáles serían las consecuencias directas que supondría este suceso en nuestra zona. Por eso, a lo largo de este proyecto se han estudiado los posibles efectos que conllevaría el Brexit al destino, tanto a España como a la Comunidad Valenciana y a la Marina Alta, una de las zonas más concurridas por estos, esta última situada en la Costa Blanca. Puesto que este hecho puede tener un efecto tardío en las repercusiones internacionales por la actualidad de los hechos, estos efectos podrían afectar negativamente a largo plazo al turismo de la Marina Alta. Por esto, todas las proposiciones y afirmaciones que se han hecho durante el trabajo son solo suposiciones o hipótesis que podrían no funcionar o no tener sentido si cambian los acontecimientos de los hechos. Pero por el momento,

debemos tener en cuenta una serie de medidas, ya que no parece que por parte de la Unión Europea vayan a haber cambios respecto a la decisión de rescindir totalmente las relaciones de esta con Gran Bretaña.

De todos los efectos que hemos visto, la conclusión que podemos obtener es que con la salida de Gran Bretaña de la Unión Europea, los viajes a Europa podrían encarecerse, además de descender notablemente la cantidad de vuelos con destino al resto de países europeos.

Este encarecimiento no solo se representaría en los vuelos por las tasas extra que se deberían pagar respecto a los costes normales entre países europeos, sino también por los costes adicionales de aduanas, visados, trámites, etc. Incluso por llegar a España podrían pagar tasas adicionales por no ser residentes europeos. Además de que podrían no ser bienvenidos a los países europeos por haber abandonado la Unión Europea.

No solo el turismo notaría este cambio, pues en el ámbito económico, todas las economías mundiales se podrían ver involucradas en una recesión económica si la economía británica, una de las más importantes a nivel mundial sufre una gran caída. Esta caída se podría deber a la pérdida de valor de su moneda (la más poderosa por el momento), la pérdida del valor de sus activos si las empresas asentadas en suelo local deciden cambiar la sede de lugar a otro que tengan mejores condiciones de importación y exportación, la pérdida de tratados y relaciones que favorecen la libre circulación de mercancías y personas, las relaciones entre países, las ayudas en malos momentos, pertenecer a asociaciones contra el crimen...

Todas las pérdidas que podría acarrear Gran Bretaña serían un desastre para el resto de economías, tanto para el sector turístico nombrado anteriormente, como para la economía y la política mundial. Pues estamos en un momento en que se produce un hecho sin precedentes y hay una gran incertidumbre entre toda la población mundial que no sabe qué ocurrirá con este país y las repercusiones que podrá tener en el resto de países. Justo en un momento donde el mundo, y principalmente Europa, se ven sumidos en un miedo constante por los continuos y terroríficos ataques terroristas por parte del estado islámico, movimiento que no parece tener fin y no se puede parar sin la colaboración de todos los países.

Pero volviendo al ámbito turístico (objeto de estudio) de la Marina Alta, con la previsible huida del habitual turista británico de gama media por un problema diplomático al que no podemos abarcar ni podemos hacer nada al respecto porque queda fuera de nuestro alcance, nos veríamos obligados a buscar una solución. Una solución que podría venir de la mano de un cambio en el modelo turístico, no demasiado lejos del que se puede estar proyectando, pues en esta zona hay muchos de los recursos para lograr el modelo propuesto, un modelo de turismo de calidad.

Este turismo de calidad iría principalmente dirigido a un turista de gama alta al que no le importe la cantidad a gastar ni la época en que viajar. Generalmente este tipo de turista no presenta síntomas de estacionalidad, ni un turismo masivo, ni problemas con el dinero. Podríamos decir también que es un turista más respetuoso con el entorno y buscaría la tranquilidad y diversidad de actividades. Aunque para este tipo de turismo se debe tener en cuenta una gran inversión en infraestructuras que resultarían beneficiosas en un plazo no demasiado largo si todo sale según lo esperado.

Para este turismo buscaremos principalmente al turista británico de gama alta, sin dejar de lado al resto de turistas de gama media que continúen pudiendo afrontar los gastos que conllevaría el viaje. Pero bien es cierto que posiblemente no rellenemos el gran vacío que

podrían dejar los actuales turistas. Pues necesitaremos cubrir estas bajas con otro tipo de turistas ya conocedores del destino y que están en auge, estos son los nórdicos, rusos y americanos (englobando también a los australianos). Y en el caso de que alguno de los nombrados falle, podríamos recurrir al turista portugués, conocedor y cercano al destino.

Finalmente, se cree que este modelo propuesto podría funcionar muy bien en el destino con una gran inversión en infraestructuras, sumado a las ya existentes. Además de promocionar y popularizar entre los municipios de la zona el modelo propuesto anteriormente para atraer a los turistas que se han comentado.

En el caso de que funcione, podría traer grandes beneficios a la comunidad local como la desmasificación, descentralización y desestacionalización del destino, además de un entorno de calidad y tranquilidad tanto para turistas como para locales.

Bibliografía

- ABC. (16 de Enero de 2017). *Exceltur: El sector turístico crecerá un 3,2% en 2017, tras un año «difícilmente repetible»*. Obtenido de ABC Economía: http://www.abc.es/economia/abci-excetur-sector-turistico-crecera-32-por-ciento-2017-tras-dificilmente-repetible-201701161224_noticia.html
- Agència Valenciana del Turisme. (Febrero de 2015). *Informes de mercados emisores: Turismo nórdico en la Comunitat Valenciana*. Obtenido de Turisme GVA: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/Nordico_febrero2015.pdf
- Agència Valenciana del Turisme. (Junio de 2015). *Informes de mercados emisores: Turismo portugués en la Comunitat Valenciana*. Obtenido de Turisme GVA: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/Portugal_junio2015.pdf
- Agència Valenciana del Turisme. (Febrero de 2015). *Países emisores a la Comunitat Valenciana: Ranking 2014*. Obtenido de Turisme GVA: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/Ranking_CV2014_febrero2015.pdf
- Agència Valenciana del Turisme. (Abril de 2017). *Informes de mercados emisores: Turismo estadounidense en la Comunitat Valenciana*. Obtenido de Turisme GVA: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/EEUU_abril2017c.pdf
- Agència Valenciana del Turisme. (Abril de 2017). *Informes de mercados emisores: Turismo ruso en la Comunitat Valenciana*. Obtenido de Turisme GVA: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/Mercado_%20ruso_abril2017c.pdf
- Agència Valenciana del Turisme. (s.f.). *Listado público de empresas turísticas*. Obtenido de Turisme Generalitat Valenciana: http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/tramitacion/listado_empresas/listado_empresa.html?tam=&menu_id=10
- Agencias. (31 de Marzo de 2017). *El 'Brexit', única amenaza para la llegada de turistas a España*. Obtenido de 20 Minutos: <http://www.20minutos.es/noticia/3000399/0/brexit-unica-amenaza-llegada-turistas-espana/>
- Arce, B. (29 de Marzo de 2017). *Qué es el 'brexit' y cómo te afecta, en 16 claves*. Obtenido de El Periódico Internacional: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/internacional/brexit-que-es-5206572>
- Arévalo, A. (31 de Enero de 2017). *75,6 millones de turistas visitaron España, un 10,3% más que en el año anterior*. Obtenido de Cinco días: http://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/01/31/economia/1485874616_878101.html
- BBC Mundo. (24 de Junio de 2016). *El Brexit gana el referendo: Reino Unido elige salir de la Unión Europea. ¿Qué pasa ahora?* Obtenido de BBC Mundo: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-36614807>

- Checa, F. R. (04 de Agosto de 2016). *La economía británica se asoma ya a la recesión por el Brexit*. Obtenido de Expansión: <http://www.expansion.com/economia/2016/08/04/57a20cebe2704e07408b4640.html>
- Conselleria d'Economia, Indústria, Turisme i Ocupació. (Noviembre de 2013). *Turismo de sol y playa en la Comunitat Valenciana*. Obtenido de Turisme Generalitat Valenciana: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/Sol_y_playa_noviembre2013.pdf
- Conselleria de Turisme GVA. (s.f.). *Plan de espacios turísticos de la Comunitat Valenciana: La Marina Alta Litoral*. Obtenido de Turisme GVA: <http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/planificacion/ET16MarinaAltaLitoral-simpl.pdf>
- Delgado, C. (06 de Abril de 2017). *España lidera el ránking mundial de la competitividad del turismo*. Obtenido de El País. Economía: http://economia.elpais.com/economia/2017/04/05/actualidad/1491412519_346853.html
- EFE. (22 de Julio de 2016). *Principales atentados terroristas en Europa*. Obtenido de El Espectador: <http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/principales-atentados-terroristas-europa-articulo-644793>
- EFE, & Redacción. (17 de Enero de 2017). *May confirmará hoy que Reino Unido abandona el mercado único europeo*. Obtenido de La Vanguardia: <http://www.lavanguardia.com/internacional/20170117/413432603422/theresa-may-reino-unido-mercado-unico-europeo-brexit.html>
- El País. (24 de Junio de 2016). *¿Qué es el 'Brexit'?* Obtenido de El País: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/06/15/actualidad/1465985703_933248.html
- El País. (29 de Marzo de 2017). *Así te hemos contado el primer día del 'Brexit'*. Obtenido de El País: http://internacional.elpais.com/internacional/2017/03/29/actualidad/1490765967_149583.html
- Europa Press. (24 de Junio de 2016). *¿Afecta el 'Brexit' al sector turístico en España?* Obtenido de Europa Press: <http://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-afecta-brexit-sector-turistico-espana-20160620085951.html>
- Exceltur. (Abril de 2017). *Perspectivas Turísticas*. Obtenido de Exceltur: <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2017/04/Informe-Perspectivas-Tur%C3%ADsticas-N%C2%BA60-IT-2017-y-perspectivas-para-IT-y-Semana-Santa-2017.pdf>
- F.J.B. (13 de Enero de 2017). *El gasto medio del turista en la Costa Blanca superó los mil euros en 2016*. Obtenido de Diario Información: <http://www.diarioinformacion.com/alicante/2017/01/12/gasto-medio-turista-costa-blanca/1848179.html>

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

- Félix Abad, J. (07 de Diciembre de 2016). *Los seis restaurantes con Estrellas Michelin en la provincia de Alicante*. Obtenido de Calle & Cultura: <http://calleycultura.com/not/925/los-seis-restaurantes-con-estrellas-michelin-en-la-provincia-de-alicante/>
- Fernández, S. (12 de enero de 2017). *España recibió 75,3 millones de turistas en 2016*. Obtenido de El Mundo: <http://www.elmundo.es/economia/2017/01/12/587751a246163f6d518b4600.html>
- Ferrándiz Montava, R. (2013). *Plan de desarrollo turístico en las comarcas centrales del interior de la provincia de Alicante*. Obtenido de RiuNet: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31237/memoria.pdf?sequence=1>
- FHistorica. (16 de Agosto de 2011). *El IRA*. Obtenido de La Factoria Histórica: <https://factoriahistorica.wordpress.com/2011/08/16/el-ira/>
- Focus Soluciones S.L. (22 de Febrero de 2012). *Marketing Territorial: Marina Alta, Moraira - Teulada*. Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/focussoluciones/b016-mk-territorial-marina-alta-moraira-3>
- Gobierno Provincial de Alicante. (2016). *Revisión padrón municipal*. Obtenido de Diputación de Alicante: <http://documentacion.diputacionalicante.es/4hogares.asp?codigo=00030>
- Gobierno Provincial de Alicante. (2017). *Municipios, Comarcas y partidos judiciales de la provincia de Alicante 2017*. Obtenido de Diputación de Alicante: http://documentacion.diputacionalicante.es/municom.asp?tfm_order=DESC&tfm_orderby=comarca
- Guimón, P. (22 de Julio de 2016). *La economía británica sufre el mayor retroceso desde 2009 tras el 'Brexit'*. Obtenido de El País: http://economia.elpais.com/economia/2016/07/22/actualidad/1469190837_740837.html
- Guimón, P. (24 de Marzo de 2017). *Cuatro muertos y 40 heridos en un atentado terrorista cerca del Parlamento británico en Londres*. Obtenido de El País: http://internacional.elpais.com/internacional/2017/03/22/actualidad/1490194314_103355.html
- Guimón, P. (04 de Junio de 2017). *Un atentado terrorista en Londres causa siete muertos y decenas de heridos*. Obtenido de El País: http://internacional.elpais.com/internacional/2017/06/03/actualidad/1496525725_084837.html
- INE. (2014). *Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)*. Obtenido de Turespaña: <http://estadisticas.tourspain.es/WebPartInformes/paginas/rsvisor.aspx?ruta=%2fEgatur%2fEstructura%2fAnual%2fGasto+de+los+turistas+seg%u00fan+pa%u00eds+de+residencia.+--+Ref.1913&par=1&idioma=es-ES&anio=2014>
- INE. (31 de Enero de 2017). *Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) 2016*. Obtenido de INE: <http://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur1216.pdf>
- INE. (26 de Abril de 2017). *Población inscrita en el padrón a 01/01/2017*. Obtenido de INE: http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177012&menu=ultiDatos&idp=1254734710990

Fidelización del mercado británico en el sector turístico de la comarca de la Marina Alta como consecuencia del Brexit.

- Infobolsa. (s.f.). *Divisas*. Recuperado el 03 de Junio de 2017, de Infobolsa: <http://www.infobolsa.es/divisas>
- Inglaterra.net. (s.f.). *Economía de Inglaterra*. Obtenido de Inglaterra.net: <http://www.inglaterra.net/economia-de-inglaterra/>
- Jueguen Graucob, M. C., & Rodríguez Sanabra, G. (2011). *Análisis del turismo residencial en Dénia*. Obtenido de RiuNet: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/14448/memoria.pdf?sequence=1>
- La Marina Plaza. (3 de Marzo de 2017). *El turismo invisible de la Marina Alta*. Obtenido de La Marina Plaza: <http://lamarinaplaza.com/2017/03/03/el-turismo-invisible-de-la-marina-alta/>
- León, A. (08 de Marzo de 2009). *IRA, 40 años de lucha sangrienta contra la dominación británica*. Obtenido de RTVE: <http://www.rtve.es/noticias/20090308/ira-40-anos-lucha-sangrienta-contradominacion-britanica/245706.shtml>
- Longás, H. (24 de Junio de 2016). *Resultados del referéndum del 'Brexit'*. Obtenido de El País: http://elpais.com/elpais/2016/06/23/media/1466697605_577966.html
- Muñoz, A. (23 de Mayo de 2017). *Un atentado durante un concierto de Ariana Grande deja 22 muertos en Manchester*. Obtenido de El Mundo: <http://www.elmundo.es/internacional/2017/05/23/5923645dca4741bf348b45c3.html>
- Pérez Porto, J., & Gadey, A. (2008). *Definición de Turismo*. Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/turismo/>
- Plan Director Comercial. (2008). *Plan Director Comercial: La Marina Alta*. Obtenido de PATECO: <http://www.pateco.es/administracion/ficheros/02.-%20PDC%20Marina%20Alta%20-%20La%20Marina%20Alta.pdf>
- Porrás Olalla, G. (26 de Junio de 2016). *El Brexit y el turismo español*. Obtenido de Hosteltur: https://www.hosteltur.com/comunidad/004979_el-brexit-y-el-turismo-espanol.html
- Rodríguez Suanzes, P. (24 de Junio de 2016). *¿Qué ocurrirá en la UE tras el sí del Reino Unido al Brexit?* Obtenido de El Mundo: <http://www.elmundo.es/internacional/2016/06/22/576960e2468aeb44568b456f.html>
- Villaécija, R. (8 de Agosto de 2016). *Más turistas británicos en España en la antesala del Brexit*. Obtenido de El Mundo: <http://www.elmundo.es/economia/2016/08/05/57a44524268e3e904e8b473d.html>