



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



---

# ANÀLISI DE LES ESTRATÈGIES DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE DÉNIA I XÀBIA

---

TREBALL DE FI DE GRAU

CURS ACADÈMIC: 2021/2022

AUTOR: JOSEP PASTOR COLL

TUTOR: LUIS MONTERO DE VICENTE

GRAU: GESTIÓ I ADMINISTRACIÓ PÚBLICA

ERT: FACULTAT D'ADE



**Títol:** Anàlisi de les estratègies de màrqueting turístic de Dénia i Xàbia.

**Resum:** el turisme és un dels pilars fonamentals en la economia de la Comunitat Valenciana. D'entre tota la Comunitat Autònoma destaca el cas dels municipis amb platja de la Costa Blanca, sobre els quals tractarà este treball. La zona turística de la Costa Blanca compta amb més de 200 quilòmetres de platja, fet que proporciona un gran atractiu i que crida l'atenció dels turistes de tota Europa, però que, en èpoques de màxima afluència, pot arribar a provocar congestió en estes zones.

En este cas, els municipis estudiats seran **Dénia i Xàbia**. L'objectiu genèric d'este treball és analitzar les estratègies de màrqueting turístic utilitzades per estos municipis, per tal d'entendre la manera en què fan màrqueting i intenten atraure el turisme. Un dels objectius específics que es planteja és realitzar un anàlisi en profunditat d'estes estratègies, centrant-se sobretot en les variables del màrqueting turístic, així com desenvolupar una comparativa entre elles i establir punts en comú i diferències entre estes estratègies i les respectives variables.

Per tal de recollir tota la informació necessària s'utilitzaran fonts primàries i secundàries d'informació, com per exemple realitzar entrevistes amb els principals responsables de màrqueting turístic a Dénia i Xàbia, o la recerca en pàgines web especialitzades en màrqueting i turisme, com per exemple, en este cas, la pàgina web de la Costa Blanca.

A més, es definiran alguns dels conceptes més importants relacionats amb el turisme i el màrqueting, així com també s'abordaran alguns dels problemes derivats del turisme.

Per últim, s'extrauran una sèrie de conclusions en base als objectius plantejats en el present treball, les quals donaran lloc a algunes recomanacions.

**Paraules clau:** màrqueting, turisme, estratègies, màrqueting turístic, Costa Blanca, Xàbia, Dénia.

**Título:** Análisis de las estrategias de marketing turístico de Denia y Jávea.

**Resumen:** el turismo es uno de los pilares fundamentales de la economía de la Comunidad Valenciana. Dentro de toda la comunidad autónoma destaca el caso de los municipios con playa de la Costa Blanca, sobre los cuales tratará este trabajo. La zona turística de la Costa Blanca dispone de más de 200 kilómetros de playa, factor que proporciona un gran atractivo turístico y que llama la atención de turistas de toda Europa, pero que, en épocas de máxima afluencia, puede llegar a provocar congestión en estas zonas.

En este caso, los municipios estudiados serán Denia y Jávea. El objetivo genérico de este trabajo es analizar las estrategias de marketing turístico utilizadas por estos municipios, tratando de entender la manera en la que se hace marketing i se intenta atraer el turismo. Uno de los objetivos específicos que se plantea es realizar un análisis en profundidad de estas estrategias, centrándose sobre todo en las variables del marketing turístico, así como desarrollar una comparativa entre ellas y establecer puntos en común y diferencias entre las estrategias y las principales variables.

Para recoger toda la información necesaria se utilizarán fuentes primarias y secundarias de información, como por ejemplo realizar entrevistas con los principales responsables de marketing turístico de Denia y Jávea, o la búsqueda en páginas web especializadas en marketing y turismo, como, por ejemplo, en este caso, la página web de la Costa Blanca.

Además, se definirán algunos de los conceptos más importantes relacionados con el turismo y el marketing, así como también se abordarán algunos de los problemas que derivan del turismo.

Por último, se establecerán una serie de conclusiones en base a los objetivos del presente trabajo, las cuales darán lugar a algunas recomendaciones.

**Palabras clave:** marketing, turismo, estrategias, marketing turístico, Costa Blanca, Denia, Jávea.

**Title:** Study of the tourism marketing strategies of Denia and Jávea.

**Abstract:** tourism is one of the most important parts of the Comunitat Valenciana economy. The case of beach towns in Costa Blanca stands out among the whole region. The touristic part of Costa Blanca has more than 200 kilometers of beach, which attracts the attention of tourists from all over Europe, but which, in times of maximum influx, can lead to congestion in these areas.

In this case, the towns of study will be **Dénia and Xàbia**. This work will study the tourism marketing strategies of these towns, analysing and comparing its strategies. The main goal of this work is to understand the way towns use marketing and the way they try to attract tourism, defining the common factors and the differences between the strategies.

For having all the necessary information, primary and secondary sources will be used, for example having meetings with the responsables of the tourism marketing strategies of the Costa Blanca towns, or the research on web pages specialized in marketing and tourism, for example, in this case, the web page of the Costa Blanca.

Furthermore, some important concepts related to tourism and marketing will be defined in this work, as well as this work will talk about some of the problems arising of tourism.

Finally, some conclusions will be drawn based on the objectives set out in the present work, which will lead to some recommendations.

**Key concepts:** marketing, tourism, strategies, tourism marketing, Costa Blanca, Xàbia, Dénia.



## ÍNDEX

<b>1.</b>	<b>Introducció.....</b>	<b>12</b>
	<b>1.1. Resum executiu.....</b>	<b>12</b>
	<b>1.2. Objectius.....</b>	<b>13</b>
	<b>1.3. Estructura del document: capítols.....</b>	<b>13</b>
	<b>1.4. Relació amb les assignatures de la titulació.....</b>	<b>14</b>
<b>2.</b>	<b>Metodologia.....</b>	<b>15</b>
<b>3.</b>	<b>Marc de referència.....</b>	<b>17</b>
	<b>3.1. Concepte de turisme.....</b>	<b>17</b>
	<b>3.2. Concepte de màrqueting.....</b>	<b>18</b>
	<b>3.3. Màrqueting turístic en Administracions Públiques.....</b>	<b>20</b>
	<b>3.3.1. Imatge turística.....</b>	<b>21</b>
	<b>3.3.2. Gestió turística.....</b>	<b>22</b>
	<b>3.3.3. Turisme massificat, turismefòbia i antiturisme.....</b>	<b>22</b>
<b>4.</b>	<b>Anàlisi de la situació inicial.....</b>	<b>24</b>
	<b>4.1. Anàlisi extern: anàlisi macroeconòmic del turisme a Espanya.....</b>	<b>24</b>
	<b>4.2. Anàlisi intern: la Costa Blanca.....</b>	<b>27</b>
	<b>4.2.1. Turisme internacional.....</b>	<b>27</b>
	<b>4.2.2. Turisme nacional.....</b>	<b>27</b>
	<b>4.2.3. La Costa Blanca.....</b>	<b>29</b>
	<b>4.3. Anàlisi dels municipis cas d'estudi.....</b>	<b>42</b>
	<b>4.3.1. Xàbia.....</b>	<b>43</b>
	<b>4.3.2. Dénia.....</b>	<b>45</b>
<b>5.</b>	<b>Estratègies de màrqueting turístic.....</b>	<b>48</b>
	<b>5.1. Estratègies de màrqueting turístic utilitzades pels municipis.....</b>	<b>48</b>
	<b>5.1.1. Preu.....</b>	<b>48</b>
	<b>5.1.2. Producte.....</b>	<b>50</b>
	<b>5.1.3. Comunicació.....</b>	<b>56</b>
	<b>5.1.4. Distribució.....</b>	<b>62</b>

<b>5.1.5. Anàlisi de les pàgines web.</b>	64
<b>5.1.6. Pressupostos.</b>	77
<b>5.2. Comparativa de les estratègies de màrqueting turístic.</b>	78
<b>5.2.1. Producte.</b>	78
<b>5.2.2. Comunicació.</b>	81
<b>5.2.3. Distribució.</b>	84
<b>5.2.4. Pressupostos.</b>	85
<b>6. Conclusions i recomanacions.</b>	87
<b>Bibliografia.</b>	93
<b>Annexos.</b>	101



## ÍNDIX D'IL·LUSTRACIONS

Il·lustració 1: països que més turistes van rebre l'any 2018. ....	25
Il·lustració 2: evolució de l'arribada de turistes a Espanya. ....	25
Il·lustració 3: evolució de la posició d'Espanya entre els països més visitats del món. ....	26
Il·lustració 4: evolució del nombre de turistes estrangers a la Comunitat Valenciana. ....	26
Il·lustració 5: Moros i Cristians de la Vila Joiosa. ....	30
Il·lustració 6: Moros i Cristians del Verger. ....	31
Il·lustració 7: Misteri d'Elx. ....	32
Il·lustració 8: pàgina principal de la pàgina web de la Costa Blanca. ....	37
Il·lustració 9: Agenda Costa Blanca. ....	38
Il·lustració 10: apartat de "Cosas que hacer" de la pàgina web de la Costa Blanca. ....	40
Il·lustració 11: apartat d'actualitat de la pàgina web de la Costa Blanca. ....	41
Il·lustració 12: ubicació de Dénia i Xàbia dins la Costa Blanca. ....	43
Il·lustració 13: Cap de la Nau. ....	44
Il·lustració 14: Castell de Dénia. ....	47
Il·lustració 15: pàgina web de turisme de Dénia, apartat del Castell de Dénia i el Museu Arqueològic. ....	49
Il·lustració 16: GastroXàbia. ....	51
Il·lustració 17: pàgina web de Quique Dacosta. ....	53
Il·lustració 18: Destins Turístics Intel·ligents de la Comunitat Valenciana. ....	57
Il·lustració 19: una de les platges de Dénia (exemple turisme de descans i destí tranquil).....	60
Il·lustració 20: pàgina web de l'Ajuntament de Xàbia. ....	64
Il·lustració 21: pàgina web de turisme de Xàbia. ....	65
Il·lustració 22: Cap de Sant Antoni. ....	69
Il·lustració 23: pàgina web de l'Ajuntament de Dénia. ....	70
Il·lustració 24: pàgina principal de la pàgina web de turisme de Dénia. ....	72
Il·lustració 25: pàgina web de turisme de Dénia. ....	73

Il·lustració 26: gràfica sobre el nombre de visitants estrangers (unitats) que va rebre Dénia l'any 2019. .... 76

## **ÍNDIX DE TAULES**

Taula 1: dades oficials d'immigració per províncies d'Espanya. ....	34
Taula 2: visitants d'Espanya que va rebre Dénia l'any 2019.....	74
Taula 3: visitants rebuts per Dénia de tot el món l'any 2019. ....	75
Taula 4: visitants rebuts per Dénia de tot el món i total global l'any 2019.....	75
Taula 5: taula-resum del producte turístic dels municipis. ....	81
Taula 6: taula-resum de la comunicació turística dels municipis. ....	84
Taula 7: comparació de les despeses pressupostades en comerç, turisme i PYMES de Dénia i Xàbia. ....	86
Taula 9: taula-resum de les principals conclusions extretes del treball. ....	89
Taula 10: taula-resum de les principals recomanacions.....	91



## **1. Introducció.**

Abans de començar amb el treball cal deixar clar que totes les dades que seran presentades fan referència a la situació prèvia a la pandèmia provocada per la COVID-19, és a dir, majoritàriament, a l'any 2019. Açò és degut a què, d'esta manera, s'obtidran unes conclusions més realistes i consolidades.

### **1.1. Resum executiu.**

El treball consta de dos capítols explicatius que serviran per a posar en un context turístic els municipis objecte d'estudi. Tot i això, tal i com s'explica posteriorment, l'objectiu principal del treball és analitzar i comparar la manera de fer màrqueting turístic i l'ús que se li dona a cada una de les seues variables en els casos de Dénia i Xàbia.

Este treball s'explicaran els conceptes més importants relacionats amb el turisme i el màrqueting, els quals seran útils a l'hora d'entendre l'anàlisi i comparativa de les estratègies de màrqueting turístic dels dos municipis objecte d'estudi, constituint estes la part central del treball.

Esta temàtica per al Treball de Fi de Grau s'ha elegit per diversos motius, els quals es presenten a continuació:

- Els coneixements adquirits al llarg de la realització del grau en Gestió i Administració Pública i, més concretament, les nocions adquirides en l'assignatura "Marketing en el Sector Público". La matèria em va semblar molt interessant i em va atraure a fer este treball i estudiar l'impacte del turisme als dos municipis més importants de la comarca on visc.
- S'han elegit municipis de la Costa Blanca, Dénia i Xàbia concretament, com a cas d'estudi, principalment, per la proximitat que tinc amb ells, ja que un membre de la meua família va ser regidor de turisme d'un municipi de la Marina Alta i, gràcies a això, dispose d'un major accés a informació sobre màrqueting i turisme en la zona estudiada. A més, al residir molt prop dels dos municipis, tinc coneixement sobre alguns dels factors turístics que els afecten per experiència personal.
- Analitzar les similituds i diferències entre les formes de fer màrqueting turístic en dos municipis relativament semblants en quant a les seues característiques principals.

## **1.2. Objectius.**

L'objectiu genèric d'este treball és analitzar les estratègies de màrqueting turístic dels municipis de Xàbia i Dénia i realitzar una comparativa entre elles per tal d'esbrinar els punts en comú i les diferències en quant a les variables del màrqueting turístic. Per aconseguir-ho, es proposen els següents objectius específics:

- Realitzar un anàlisi de la situació inicial dels municipis i de les pàgines web de la Costa Blanca i de Dénia i Xàbia.
- Mostrar les similituds i les diferències en quant al tipus de municipis que són Dénia i Xàbia, ja que açò serà important a l'hora d'entendre les dades i estadístiques que es mostraran, així com les conclusions que finalment s'extrauran.
- Esbrinar si hi ha problemes de turismefòbia o massificació turística als municipis estudiats en este treball.
- Recollir i analitzar tota la informació sobre les estratègies de màrqueting turístic prèvies a la pandèmia utilitzades pels municipis objecte d'estudi.
- Establir diferències i punts en comú en les estratègies de màrqueting turístic utilitzades a Dénia i Xàbia.
- Formular una sèrie de conclusions i recomanacions sobre les dades obtingudes arrel de l'anàlisi i comparativa del màrqueting turístic de Dénia i Xàbia.

## **1.3. Estructura del document: capítols.**

Este Treball de Fi de Grau s'ha estructurat en capítols, enumerats a continuació:

- 1r capítol: es farà una introducció del tema i del cas d'estudi, així com es procedeix a definir la metodologia que s'ha utilitzat per recollir tota la informació necessària per a dur a terme el treball.
- 2n capítol: en este capítol es definirà el marc de referència, és a dir, es definiran els conceptes de turisme, màrqueting i estratègies de màrqueting turístic enfocades a les institucions públiques.
- 3r capítol: en el tercer capítol es realitzarà un anàlisi de la situació inicial dels municipis de Dénia i Xàbia. L'objectiu d'este capítol és posar en context estes localitats, tant pel que fa al turisme a Espanya com a la Costa Blanca.
- 4t capítol: en esta part es durà a terme l'anàlisi i comparativa de les estratègies de màrqueting turístic que s'han utilitzat prèviament al COVID-19, establint les diferències i els punts en comú entre estes.

- 5é capítol: en este cinqué i últim capítol es recolliran les conclusions que s'extrauran del treball, recomanacions per a millorar la forma de fer màrqueting turístic dels municipis, la bibliografia i els annexos amb els qüestionaris i les entrevistes.

#### **1.4. Relació amb les assignatures de la titulació.**

- Economia del sector públic: esta assignatura és important per entendre els pressupostos dels que disposen els ajuntaments dels municipis per a invertir en turisme.
- Informació i documentació administrativa: cal entendre els documents i les dades i estadístiques a les quals s'ha hagut d'accedir per tal d'obtenir tota la informació necessària per a la realització del treball.
- Comptabilitat pública: esta matèria és necessària per a posar en context les xifres que s'observen en l'apartat dels pressupostos.
- Gestió tributària: és important a l'hora d'analitzar les variables del màrqueting turístic, especialment la variable preu.
- Màrqueting al sector públic: com s'ha comentat anteriorment, esta és l'assignatura per la qual este treball es realitza sobre el màrqueting turístic de dos municipis i el més important a l'hora d'aplicar la teoria a casos pràctics com els de Dénia i Xàbia.

## 2. Metodologia.

Com s'ha mencionat en l'apartat d'objectius d'este treball, la finalitat principal és esbrinar quines estratègies de màrqueting turístic utilitzen Dénia i Xàbia, dos dels municipis més importants de la província d'Alacant i de la Comunitat Valenciana pel que fa a turisme, centrant-se sobretot en les variables clàssiques del màrqueting: preu, producte, comunicació i distribució. La particularitat de la variable preu en el context del màrqueting aplicat al sector públic serà tractada més endavant. A més, també se li donarà importància a tota la zona de la Costa Blanca, per tal d'entendre quina és la situació general (geogràfica, demogràfica, turística...) dels municipis objecte d'estudi.

Per aconseguir tota la informació necessària per a la realització del treball s'utilitzarà una metodologia detallada a continuació, fent ús de fonts d'informació primàries i secundàries.

Per a començar, es realitzarà una recerca exploratòria prèvia de tots els estudis que compartisquen temàtica amb este treball, amb la intenció d'obtenir tota la informació recollida en relació als conceptes sobre els que versa este treball.

Respecte a les fonts secundàries d'informació, en primer lloc, es farà ús de pàgines web i llibres especialitzats en màrqueting turístic i màrqueting en el sector públic. En este sentit, el llibre d'Antoni Serra, "Marketing turístico", serà de gran importància a l'hora de definir gran part dels conceptes que s'utilitzen en el treball. Es realitzarà una recerca per tal de recollir tota la informació disponible sobre els problemes i beneficis que aporta el turisme en general, sobretot en relació a conceptes importants sobre turisme i màrqueting, la definició dels quals serà útil en el moment d'analitzar i comparar les estratègies de màrqueting turístic de Dénia i Xàbia. Alguns d'estos conceptes seran l'antiturisme, el turisme de masses o la turismefòbia, així com la gestió i la imatge turística. Tots estos conceptes, que al llarg del treball s'utilitzaran amb certa freqüència, seran definits i explicats amb l'objectiu de facilitar la comprensió al lector de l'anàlisi de les estratègies de màrqueting turístic de Dénia i Xàbia.

Seguidament, continuant amb les fonts d'informació secundàries, s'analitzarà la pàgina web de la Costa Blanca, recollint tota la informació possible sobre màrqueting turístic de la zona, donant-li especial importància als principals atractius turístics dels quals es fa ús i la imatge turística que es mostra mitjançant la pàgina web de la Costa Blanca. Este apartat és important per tal de mostrar les similituds dels destins turístics de la zona i de tots els factors comuns de què disposen i, per tant, poder entendre per què hi ha elements en comú en les estratègies de màrqueting turístic de Dénia i Xàbia. L'objectiu de l'apartat és conèixer el macroentorn en què es troben els municipis estudiats respecte de la resta de municipis de la Costa Blanca, ja que esta zona és



totalment turística i compta amb moltes localitats amb gran capacitat d'atraure turisme, entre elles una de les ciutats més importants de tot el país en quant a turisme, com és Benidorm.

Pel que fa a les fonts d'informació primàries, la major part de la informació serà recopilada mitjançant entrevistes personals estructurades a través de qüestionaris a experts. Estos seran els principals responsables de màrqueting i turisme de Dénia i Xàbia, més concretament l'Alcalde i regidor de turisme de Dénia, Vicent Grimalt, la tècnica de turisme de Dénia, Eva Asperilla, i el regidor de turisme de Xàbia, Antonio Miragall. Les entrevistes tindran lloc a l'Ajuntament de Dénia i a l'Oficina de Turisme de Xàbia, respectivament. Totes les entrevistes seran gravades i transcrites a l'annex del present treball. L'objectiu és obtenir tota la informació possible sobre les estratègies de màrqueting turístic i les seues variables.

Arrel de tota esta informació es podrà realitzar una comparativa objectiva mitjançant la qual es podrà donar resposta als principals objectius del treball, esbrinant els punts en comú i les diferències més significatives de les estratègies de màrqueting turístic d'ambdós municipis, sempre donant-li la importància que mereix a les diferents característiques d'ambdós municipis objecte d'estudi, ja que, si bé és cert que es tracta de municipis relativament semblants, també cal tenir en compte elements diferenciadors.

Per últim, cal establir que per a referenciar bibliogràficament el present treball s'ha seguit l'estil de la Universitat de Chicago, de les normes ISO 690, tal i com indica la Universitat Politècnica de València en el document "Com citar la bibliografia en els treballs acadèmics".

### 3. Marc de referència.

Com s'ha indicat en l'apartat d'objectius, este treball pretén obtenir les dades i informació més objectives possibles, per tal que l'anàlisi i comparativa tinguen sentit i puguen observar-se clarament tant les estratègies de màrqueting turístic en ambdós municipis, com els punts en comú i les diferències entre elles. Per tant, totes les dades recollides en este treball són prèvies a la pandèmia provocada per la COVID-19.

En este apartat es procedeix a explicar els conceptes de turisme i de màrqueting mitjançant diverses definicions que s'han anat donant al llarg dels anys, així com el concepte de màrqueting turístic enfocat a les administracions públiques. Per a recollir tota la informació necessària per a este apartat, s'ha fet ús, especialment, del llibre d'Antoni Serra "Marketing Turístico", per tant, moltes de les definicions que apareixen en este capítol són extretes d'este.

No obstant, les pàgines web especialitzades en turisme com *Turisme Proactiu* i *Economipedia* han sigut claus a l'hora d'aconseguir documents importants per a l'elaboració del treball.

#### 3.1. Concepte de turisme.

Per a establir què és el turisme es poden trobar una gran quantitat de definicions, però una de les més acceptades universalment és la següent: "el turisme és una suma de relacions i fenòmens derivats del viatge i estada dels no residents, en la mesura que una estada no condueix a la residència permanent i no està connectada amb cap activitat de guanys permanent o temporal" (Hunziker i Krapf, 1942). És a dir, perquè hi haja turisme com a tal, ha d'haver desplaçament, ser temporal i d'anada i tornada (Muñoz, 2019).

Des de l'any 1942 el concepte de turisme ha anat evolucionant fins una altra definició més clara, donada per Burkart i Medlik (1979): "es considera que el turisme inclou qualsevol activitat relacionada amb el moviment temporal de persones a destinacions a curt termini, fora dels llocs on normalment viuen i treballen, i les seues activitats durant l'estada a estes destinacions". En esta definició es pot identificar la inclusió d'aquelles activitats que intervenen en l'estada o visita a la destinació.

Segons Burkart i Medlik (1974), conceptualment, el turisme té cinc característiques:

- El turisme és un conjunt de fenòmens i relacions en lloc d'un sol.
- Estos fenòmens i relacions sorgeixen del moviment de persones i de la estada a diverses destinacions; hi ha un element estàtic (l'estada) i un element dinàmic (el viatge).
- El moviment a les destinacions és de caràcter temporal a curt termini.

- Les destinacions es visiten per a finalitats no relacionades amb el treball remunerat.
- El viatge i l'estada es dirigeixen a destinacions fora del lloc habitual de residència i treball, de manera que el turisme dona lloc a activitats diferents de la població resident i treballadora dels llocs pels quals viatgen els turistes i de les seues destinacions.

En paraules de Burkart i Medlik (1974), “una definició tècnica de turisme ha d'identificar les categories de viatges i visites que es troben i no estan incloses, ha de definir l'element de temps en termes de llarga estada fora de casa, i ha de reconèixer situacions particulars”.

El fet que el turisme es convertisca en un fenomen social ha provocat, amb el pas del temps, el sorgiment de destins i s'ha invertit constantment per tal de convertir, a nivell global, el turisme en el principal motor del progrés socioeconòmic, creant ocupació i empreses destinades al sector turístic o sectors que indirectament es veuen implicats, desenvolupant infraestructures i obtenint beneficis (Serra, 2002).

Amb el temps, el concepte de turisme ha anat evolucionant fruit de l'anàlisi i estudi dels experts a la recerca d'una definició perfecta.

### **3.2. Concepte de màrqueting.**

El màrqueting és un anglicisme del què s'han intentat diverses traduccions sense èxit. Este concepte fa referència a la comercialització i relació d'intercanvi entre dos parts (Serra, 2002). És habitual que la gent confundisca el màrqueting amb alguns instruments de la pròpia disciplina, com les tècniques de venda o la publicitat. Un dels més importants teòrics del màrqueting, Drucker (1986), estableix que “...sempre hi haurà necessitat d'algun tipus de venda, però la finalitat del màrqueting és fer les tècniques de venda supèrflues. L'objectiu del màrqueting és conèixer i entendre el client tan bé que el producte o servei s'ajuste perfectament a les seues necessitats i, en conseqüència, este es vengà sols”.

Per tant, l'autèntic màrqueting no és l'art de vendre el que un té o produeix, sinó l'art de saber què produir o vendre. És l'art d'identificar i entendre les necessitats dels clients i trobar solucions (productes o serveis) que puguen satisfer els clients i produïsquen beneficis a la organització o empresa, en este cas al municipi. El màrqueting parteix de les necessitats i desitjos dels consumidors, i la seua finalitat és satisfer-los de la manera més beneficiosa possible, tant per al consumidor com per al municipi i els seus habitants (Serra, 2002).

En el cas del màrqueting també hi ha moltes definicions, però per entendre el contingut d'esta disciplina és suficient amb dos:

- El màrqueting és un mode de concebre i executar la relació d'intercanvi, amb la finalitat que siga satisfactori per a totes les parts que intervenen i per a la societat, mitjançant el desenvolupament, valoració, distribució i promoció, per una de les parts, dels béns, serveis o idees que l'altra part demanda o necessita (Santesmases, 1999).
- La missió del màrqueting consisteix en identificar necessitats i desitjos insatisfets dels consumidors, definir i calibrar la seua magnitud, determinar quins són els "mercats objectiu" que la empresa o organització pot oferir millor i aconseguir que cada persona dins de la organització o empresa pense en com pot servir millor al client (Serra, 2002).

De la última definició s'extrau que la relació comercial de la organització amb els seus mercats o clients és massa important com perquè només s'encarreguen d'ella des dels departaments comercials o de màrqueting. Totes les persones que formen part de la organització, en este cas serien tots els ciutadans dels municipis, tenen alguna missió comú de servir constantment els clients, és a dir, els turistes (Serra, 2002).

El màrqueting compta amb quatre variables imprescindibles a l'hora de preparar una estratègia. Estes variables es denominen les 4P: preu, producte, promoció/comunicació i distribució. La combinació de les 4P és denominada *marketing-mix* (Rivera, 2004). Estes variables es poden utilitzar per a qualsevol tipus de sector econòmic, però en este cas, les definicions que es donen a continuació van a centrar-se en el sector turístic.

Per preu s'entén, a més de la quantitat de diners que un consumidor paga per adquirir un producte o utilitzar un servei, el temps, esforç i molèsties necessàries per tal d'obtenir-lo (Serra, 2002).

El concepte de producte que adopte la organització deu centrar-se en els beneficis que reporte el seu ús o consum, i no en les seues característiques físiques. El producte-servei no constitueix la finalitat, sinó l'eina per tal d'aconseguir la satisfacció d'una determinada necessitat del consumidor (Serra, 2002).

El producte està molt relacionat amb la imatge turística, ja que en este sentit cal tenir en compte els atractius turístics del destí. En funció del tipus d'imatge turística que es vulga donar del municipi (destí de platja i sol, destí gastronòmic, destí tranquil i segur...), des de les administracions públiques s'ha d'intentar mostrar un tipus de producte que concorde amb el tipus de turista que es vulga rebre. Per tant, és molt important diferenciar entre els atractius turístics disponibles (tots de què disposa el

municipi) i els atractius turístics utilitzats (producte) per a donar la imatge turística desitjada.

La promoció engloba tot el conjunt d'activitats que tracten de comunicar al turista la existència i beneficis d'un determinat producte turístic i persuadir el consumidor perquè el compre. En el cas d'administracions públiques, l'objectiu de la promoció seria tractar de convèncer al potencial turista dels productes que ofereix el municipi (Serra, 2002).

La distribució en turisme té com a finalitat facilitar al potencial client la possibilitat d'efectuar reserves. Existeixen una sèrie de factors condicionants, com poden ser les característiques del producte i el mercat, els recursos disponibles per part de la organització o les formes més habituals de distribució dins del sector, entre altres. La organització ha d'avaluar estos factors, ja que limiten les possibilitats d'elecció del canal de distribució (Serra, 2002).

Les formes de distribució evolucionen constantment degut a l'impacte de les noves tecnologies i els canvis en els costos, fet que obliga a la organització a estar pendent d'esta evolució, ja que d'ella poden derivar oportunitats o amenaces (Serra, 2002).

En definitiva, la distribució s'entén com la manera de fer arribar als turistes els productes de què disposa el municipi, és a dir, distribuir el producte turístic als potencials clients, ja siga mitjançant punts de venda d'entrades, pàgines web mitjançant les quals es puguem realitzar reserves o aconseguir accés a qualsevol atractiu turístic o oficines de turisme.

Mitjançant les fonts d'informació primàries (entrevistes) es tractarà d'aconseguir tota la informació necessària per tal d'establir quin paper se li dona a cada una d'estes variables als municipis objecte d'estudi.

### **3.3. Màrqueting turístic en Administracions Públiques.**

El màrqueting turístic en les administracions públiques està enfocat a adaptar el destí a les necessitats del turista i oferir les millors experiències possibles. Consisteix en comunicar els productes i serveis turístics demandats pel públic objectiu a qui es dirigeixen les estratègies, dins d'un segment del mercat, amb unes necessitats concretes, adaptant-se a les seues motivacions i proporcionant la millor experiència de consum (Serra, 2002).

Serra (2002) estableix que les estratègies de màrqueting turístic estan basades en les tendències del moment, la situació socioeconòmica del destí i altres factors que afecten directament els visitants. Per tant, estes estratègies estan enfocades als desitjos i necessitats que mostren els turistes a qui van dirigides.

A l'igual que amb el turisme i el màrqueting, el màrqueting turístic també ha sigut objecte de diverses definicions al llarg dels anys. Segons Witt i Moutinho (1994), "el màrqueting turístic és el procés mitjançant el qual les organitzacions turístiques seleccionen el seu públic objectiu i es comuniquen amb ell per tal d'esbrinar i influenciar les seues necessitats, desitjos i motivacions, a nivell local, regional, nacional i internacional, amb l'objectiu de formular i adaptar els seus productes turístics. D'esta manera s'assoleix simultàniament la satisfacció del turista i els objectius de les organitzacions".

Per entendre la manera en què les administracions públiques tracten d'atraure visitants es procedeix a definir alguns conceptes clau relatius al màrqueting, començant per dos conceptes utilitzats pels responsables de fer màrqueting turístic a l'hora d'establir les corresponents estratègies per atraure el turisme. Seguidament, es definiran tres termes que tenen una connotació negativa, però que també són importants per entendre el sentir dels habitants de municipis que reben un gran número de turistes cada any, com poden ser Dénia i Xàbia.

### **3.3.1. Imatge turística.**

Quan els turistes han de decidir-se per un destí, la imatge turística esdevé un dels factors clau a l'hora de prendre una decisió. Quan un turista es desplaça a un destí, en la seua ment ja té una imatge prèvia, la qual es crea a partir de la informació que el turista va recollint mitjançant diferents fonts d'informació. Hernández (2018) defineix la imatge turística com aquelles impressions, idees, prejuís i coneixements que una persona o grup de persones tenen sobre un lloc en què no resideixen. És un dels factors més importants en el procés de decisió, el comportament, l'experiència i el nivell de satisfacció del turista.

La imatge turística d'un destí és produïda pels empresaris del sector turístic i està condicionada per factors personals dels propis turistes com les motivacions, les fonts d'informació que consulten i el perfil de cada persona. Esta imatge es construeix socialment, ja que el turista busca llocs emblemàtics i gaudir d'experiències irrepetibles, però està molt influenciat pels mitjans de comunicació i les xarxes socials, les quals emeten constantment una imatge sobre el destí turístic, que el turista rep i que probablement li provoqe el desig de visitar el destí.

En este concepte es diferencia entre imatge emesa i imatge percebuda. Galí (2006) explica estos dos conceptes. La imatge emesa és aquella que es comunica sobre un destí. Està relacionada amb el màrqueting, degut a què la informació es transmet a través de diferents canals de comunicació. La imatge percebuda es pot definir com el conjunt de valors, idees, imatges preconcebudes, percepcions individuals,

coneixements, interpretacions subjectives i experiències que es construeixen en la ment dels visitants. Esta imatge pot ser a priori (imatge mental d'un visitant d'un lloc on encara no ha estat), in situ (comprovació de l'individu entre la seua imaginació i la realitat) i a posteriori (imatge que es forma per part del turista a partir de la visita).

Els encarregats de la comunicació turística de qualsevol destí deuen mostrar els elements que creguen convenients perquè els potencials turistes o visitants tinguen una imatge percebuda òptima de què és el que el municipi pot oferir, de quines experiències es pot gaudir, quins llocs es poden visitar, etc.

### **3.3.2. Gestió turística.**

Les activitats turístiques estan relacionades amb els processos que formen la indústria turística i es poden agrupar en comerç, transport, allotjament, servicis d'oci, hostaleria, lloguer de cotxes, administració, promoció turística, etc. Tots estos factors han provocat la creació d'un nou escenari turístic en què l'entorn digital ha dut a una revolució que ha afectat a la gestió turística.

Segons Ivars-Baidal (2015), "este escenari proporciona avantatges per a la gestió i el màrqueting dels destins turístics, que es poden resumir com el perfeccionament de la eficiència interna, la facilitat per a subministrar gran quantitat d'informació, reforç i noves possibilitats de distribució de la marca turística, generació de noves possibilitats de distribució de la oferta i millora de la interacció entre destins, empreses i consumidors".

La gestió del destí turístic es pot realitzar en base a diversos nivells, depenent del seu àmbit territorial. En la gestió turística és fonamental tenir en compte tots els nivells per al desenvolupament i gestió eficaç i eficient del turisme. En el cas de Dénia i Xàbia, es tracta de nivell local. En este nivell la gestió turística es centra en oferir millors condicions de vida en tots els àmbits: social, cultural, econòmic i ecològic. La gestió del turisme persegueix mantenir els beneficis en la població local mitjançant la incorporació de la comunitat turística a la mateixa.

### **3.3.3. Turisme massificat, turismefòbia i antiturisme.**

Estos tres conceptes tenen un significat molt important en els residents dels principals municipis turístics, ja que, si bé és cert que el turisme és un dels principals motors de l'economia de la zona, també causa una espècie d'intranquil·litat o malestar en alguns sectors de la població. Este sentiment és degut a l'arribada de turistes en massa en algunes èpoques de l'any i el comportament d'alguns d'estos. La preocupació dels ciutadans també ve donada per l'impacte negatiu que puga tindre l'afluència de turistes sobre el medi ambient i l'entorn natural.

El primer concepte que es va a definir és el de turisme massificat. Casalderrey (2018) defineix el turisme de masses com “el fenomen social pel qual els turistes viatgen al mateix temps als mateixos llocs, canalitzant la majoria de visites als mateixos destins, els quals es veuen sobrepassats”. Enfocant la definició a un municipi, es podria definir este concepte com aquell en què un alt volum de visitants es concentra en un únic destí, fet que provoca que la capacitat receptora del municipi siga superada. Açò comporta danys als recursos naturals i culturals del lloc i malestar entre les persones que habiten estos municipis.

Este és un dels factors més importants, si no el que més, pels quals la ciutadania de la zona sent que el turisme pot ser una amenaça per a la tranquil·litat que es busca en la vida diària. La massificació del turisme és un fet en un segle XXI caracteritzat per l'abaratiment dels viatges i la conscienciació de la importància que té viatjar per a descansar i gaudir d'uns dies de relaxament amb la família o amics.

El que s'ha d'intentar per part de les administracions és controlar la massificació del turisme, sobretot en zones com les de la Costa Blanca, on és habitual trobar platges plenes d'ombrel·les on la gent ha de matinar si vol tenir un lloc a la sorra, per exemple.

Les característiques de pobles com Xàbia o Dénia no són les més propícies per rebre, cada any, milers i milers de visitants, els quals la majoria arriben als municipis en els mesos d'estiu. Açò significa que, durant l'estiu, els municipis objecte d'estudi multipliquen el nombre d'habitants, la qual cosa porta a un nivell d'estrès elevat i, en determinades zones de Dénia i Xàbia, a la inhabilitat.

El següent concepte és el de turismefòbia. A Espanya s'utilitza este terme per a referir-se a actes vandàlics, protestes o incidents, incloent atacs perpetrats contra els turistes. Estes protestes venen donades, precisament, per la massificació del turisme i per la saturació de turistes d'algunes ciutats espanyoles.

La turismefòbia no és un fenomen extens a Xàbia o Dénia, però sí és igualment útil per explicar quin és el sentiment d'un sector de la població que renega totalment del turisme en els seus municipis. Este concepte va sorgir fa alguns anys a la Marina Alta degut a la massificació que es produeix durant la temporada alta de turisme, l'impacte mediambiental que provoca i la falta de respecte que mostren alguns dels visitants cap a la nostra llengua.

L'últim concepte amb connotació negativa és el d'antiturisme. Les conseqüències derivades de la falta de control de la capacitat de càrrega d'un destí turístic (turisme massificat) comporta l'antiturisme, és a dir, el rebuig per part dels residents del destí turístic als visitants.



## 4. Anàlisi de la situació inicial.

En este capítol es posaran en context els municipis que s'han seleccionat per procedir a l'estudi de les estratègies de màrqueting turístic, començant per un breu anàlisi macroeconòmic d'Espanya, aportant dades objectives de l'afluència turística que rep el país en general.

Seguidament, s'estableix a què fa referència el concepte de Costa Blanca, quina zona de la Comunitat Valenciana abasta i alguns dels llocs més emblemàtics que la formen. S'analitzarà la importància del turisme, fent una diferenciació clara entre el mercat turístic nacional i l'internacional. Es farà ús de la pàgina web de la Costa Blanca per a fer un anàlisi de tota la informació útil que ofereix. S'utilitza esta pàgina web perquè és la que reporta oficialment totes les dades i estadístiques de turisme de dita zona.

Per últim, es definiran els municipis de Dénia i Xàbia en quant a la seua geografia, els seus recursos turístics principals i els llocs d'interés.

### 4.1. Anàlisi extern: anàlisi macroeconòmic del turisme a Espanya.

L'any 2019, Espanya va tancar l'exercici amb 83,7 milions de turistes, un 1,1% més que l'any anterior, i 92.278 milions d'euros de despeses, un 2,8% més que el 2018, segons dades publicades per INE (2020). Estes xifres van suposar un nou rècord, el seté consecutiu, en un any marcat pel Brexit, però en què el sector turístic mostra la fortalesa que el caracteritza a Espanya.

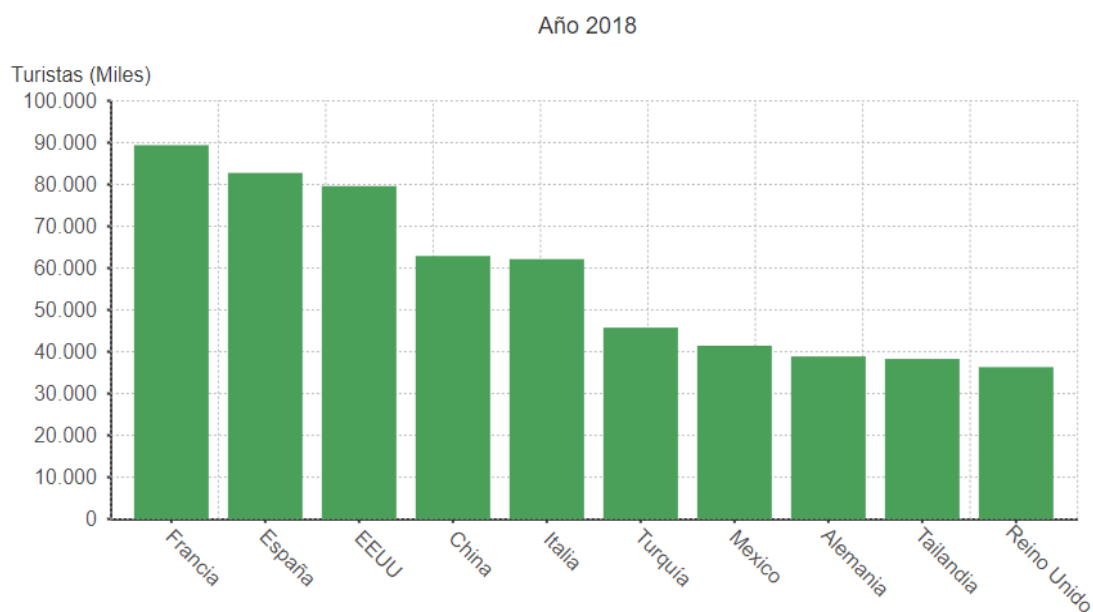
Al llarg de l'any 2019, les xifres turístiques permeten comprovar la consolidació d'un canvi sobre l'origen dels turistes. Els principals països de procedència foren Regne Unit, Alemanya i França, que abasten la meitat dels estrangers que arriben a Espanya (més de 40 milions). Tot i això, les visites procedents d'estos països es van reduir, degut principalment a la recuperació de competidors turístics d'Espanya com Egipte, Tunísia o Turquia. Així, l'arribada de turistes de Regne Unit (18,1 milions) decresqué un 2,4%, la dels turistes alemanys (11,2 milions) un 2,1% i la de turistes de França (11,1 milions) un 1,2%.

En quant a les regions líders del sector turístic a Espanya, l'any 2019 destaca Catalunya. Esta regió es va mantenir com la comunitat més visitada, amb quasi un de cada quatre turistes que visiten Espanya i, a més, on les despeses dels turistes són més elevades. En total, a Catalunya arribaren 19,4 milions de visitants, els quals deixaren una despesa de 21.325 milions d'euros.

Seguidament, es troben les Illes Balears i les Illes Canàries, que foren les que més han acusat el Brexit, amb un descens dels turistes anglesos, i també alemanys. El nombre de visitants que reberen les Illes Balears es va disminuir un 1,2%, amb 13,7

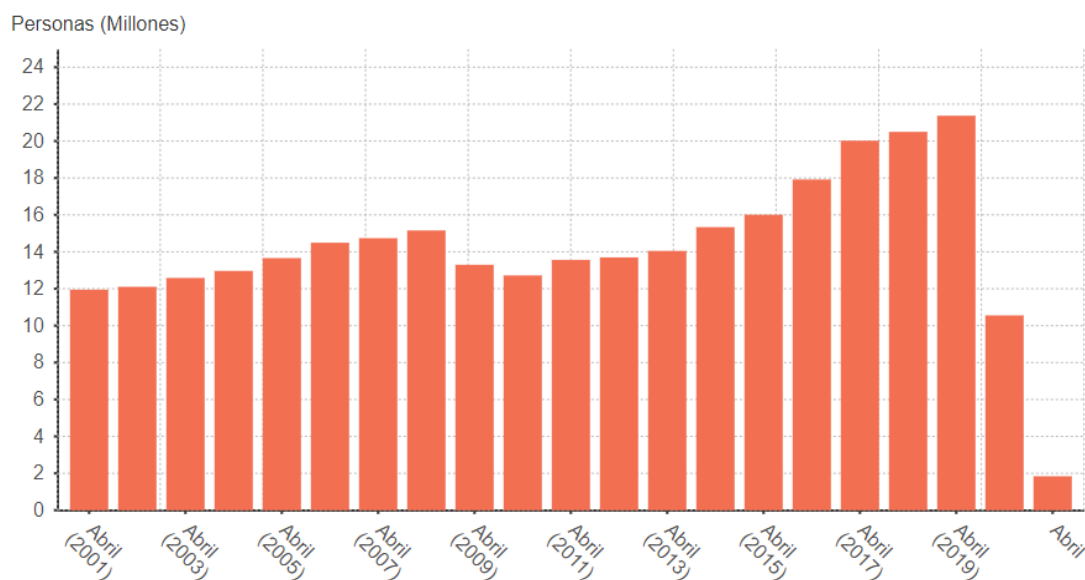
milions, mentre que les Canàries, amb més de 13,1 milions de visitants, disminuï un 4,4%.

En les següents il·lustracions (vore il·lustracions 1, 2 i 3) es poden observar les xifres i la posició que ocupa Espanya en quant al nombre de visitants rebuts al llarg dels anys.



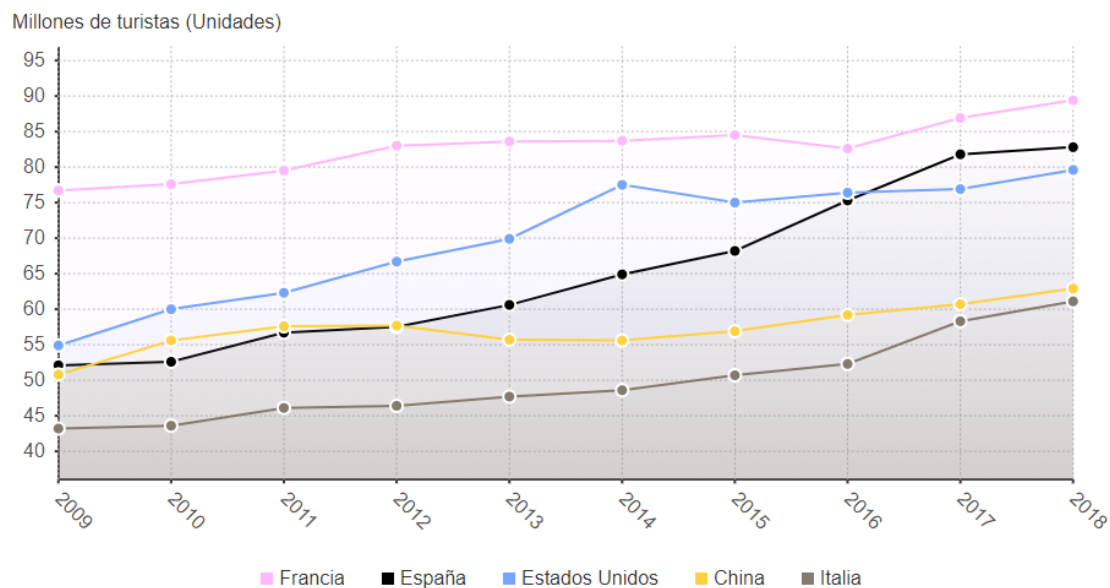
Il·lustració 1: països que més turistes van rebre l'any 2018.

Font: EPDATA (2021).



Il·lustració 2: evolució de l'arribada de turistes a Espanya.

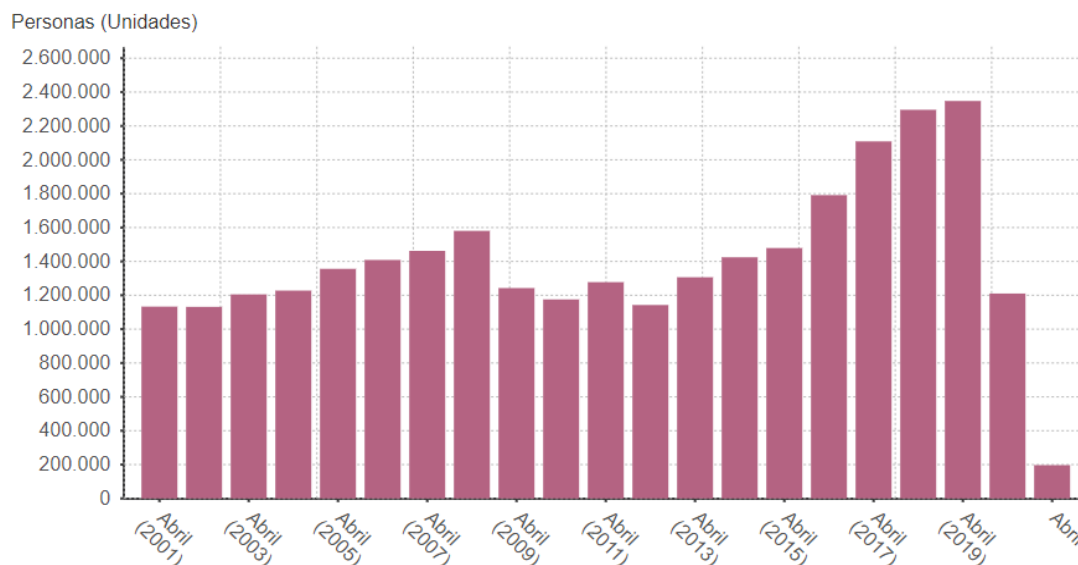
Font: EPDATA (2021).



Il·lustració 3: evolució de la posició d'Espanya entre els països més visitats del món.

Font: EPDATA (2021).

Pel que fa a la Comunitat Valenciana, l'any 2019 es col·locà en cinquena posició, per darrere d'Andalusia, amb, segons dades de INE (2020), 9'5 milions de visitants (un 3,9% més que l'any anterior), deixant unes despeses de 9.620 milions d'euros. Les dades de turisme de la Comunitat Valenciana seran explicades amb més deteniment en apartats posteriors.



Il·lustració 4: evolució del nombre de turistes estrangers a la Comunitat Valenciana.

Font: EPDATA (2021).

Les xifres que s'han aportat en este apartat del treball permetran posar en context la magnitud de les dades i estadístiques que, posteriorment, s'inclouran sobre el turisme de la Costa Blanca i dels municipis de Dénia i Xàbia.

## **4.2. Anàlisi intern: la Costa Blanca.**

### **4.2.1. Turisme internacional.**

Com s'ha explicat en l'apartat anterior, l'any 2019 Espanya va aconseguir superar el rècord històric d'arribades de turistes internacionals, amb 83'7 milions de visitants, 9'5 d'ells a la Comunitat Valenciana. En la Costa Blanca, on s'aglomera el 80% del turisme de la Comunitat Valenciana, les despeses dels turistes van créixer un 7'9%, sent el segon percentatge més alt d'Espanya. Estes dades són recollides per la patronal hotelera de la Comunitat Valenciana, HOSBEC (Hosbec, 2020). En total, la Comunitat Valenciana va ingressar 9.620 milions d'euros, 7.600 d'ells en la província d'Alacant, és a dir, en la zona de la Costa Blanca.

Hosbec (2020), en les dades publicades relatives a l'any 2019 per al sector d'allotjament turístic a nivell autonòmic, mostra que la Costa Blanca va aglutinar el 57% de l'activitat registrada. Entre hotels, càmpings i apartaments turístics va sumar 27'8 milions de pernотacions del total de 49 milions de la Comunitat.

Durant l'any 2019, la Costa Blanca va rebre un 2'6% més de visitants que l'any anterior, però el nombre de pernотacions hoteleres finals es va reduir en un 0'6%.

Respecte als mercats, tot i el descens del Regne Unit (-1'5%), es van incrementar altres com el francès (7%), els països nòrdics (13'3%) o el mercat alemany (8'8%). Les entrades de turistes estrangers per aeroports es va incrementar en un 4'4% i per carretera en un 0'4%. L'enquesta Frontur mostra que els viatges per oci i vacances augmentaren en 2019 un 3'8% i el turisme per negocis i motius professionals cresqué un 0'9%.

Les majors despeses les van realitzar els turistes britànics, amb un total de 2.496'7 milions d'euros, seguits pels francesos amb 1.338'8 milions, un 15'2% més que l'any 2018. A més, els nòrdics, amb 1.015'2 milions, incrementaren les despeses un 9'6% respecte 2018 i els turistes alemanys gastaren en 2019 un total de 580 milions, un 11'6% més que l'any anterior.

### **4.2.2. Turisme nacional.**

La Costa Blanca és referent en el mercat turístic nacional i líder absolut en este aspecte. En el present apartat s'analitzarà com van ser els anys 2018 i 2019 pel que fa a la rebuda i acollida de turisme nacional.

El litoral alacantí, en l'any 2018, va ser la zona turística d'Espanya que més viatgers nacionals va atraure durant l'exercici, i també va ser la zona amb més pernoctacions hoteleres de clients nacionals en tot el país. Durant este any, cap altra zona turística, ni insular ni peninsular, ha tingut tant de públic espanyol als seus destins com la Costa Blanca, que tancà l'exercici amb 2.197 milions de visitants espanyols (60.000 més que al 2017), segons xifres elaborades per INE (2020). Esta va ser la xifra més alta de visitants espanyols des d'abans de la crisi, concretament des del 2007, any en què arribaren 2.263 milions de clients espanyols.

Este lideratge en visites de turistes espanyols li va valdre a la Costa Blanca per a encapçalar també la classificació de pernoctacions d'espanyols al 2018. Els hotels alacantins reberen 7'79 milions de pernoctacions de clients nacionals, segons dades de INE (2020).

Seguint amb dades de INE (2020), l'any 2018 es va donar una circumstància curiosa: tot i que el nombre total de visitants va créixer respecte 2017 (va passar de 4.129 milions de visites al 2017 a 4.190), les pernoctacions i la ocupació es van ressentir. Açò és degut a què la estància mitja per turista es va reduir, passant de 4'24 dies per persona a 4'18. Un altre factor que va influir en este fenomen va ser que una part dels viatgers es van passar a ofertes d'allotjament no reglat (principalment apartaments turístics).

Tot i esta circumstància, els establiments hotelers continuaren millorant la seua rendibilitat. Açò es deu a què, tot i que hi haguera menys pernoctacions i menys ocupació, les tarifes s'impulsaren i les empreses d'allotjament ingressaren més per habitació. D'esta manera, amb més turistes, menys pernoctacions i menys ocupació, els hotels van augmentar els seus resultats, augmentant els preus.

Pel que fa a l'any 2019, la Costa Blanca va seguir "en plena forma" en quant a ocupació. Segons les dades recollides per la patronal hotelera de la Comunitat Valenciana, HOSBEC (Hosbec 2020), la província d'Alacant va arribar a un 79'8% de mitja durant l'any 2019.

Al llarg del 2019, el turisme nacional va recuperar terreny en la Comunitat Valenciana després d'anys en què dominava el client britànic. Segons dades de INE (2020), fins setembre de 2019 el nombre de viatges va créixer a les tres províncies de la regió, amb increment destacat de la despesa en la Costa Blanca. En concret, a la província d'Alacant, la despesa total, estimada en 1.606'1 milions, es va incrementar un 9'7%, així com també va augmentar la despesa per viatge en un 6'7%. L'any 2019 es va disparar el turisme madrileny, creixent un 22% en la Costa Blanca, incrementant també el nombre de pernoctacions totals, augmentant un 11'1% en la província. En relació als

apartaments turístics, una dada important en este sentit és que la Comunitat Valenciana va doblar el registre d'este tipus d'apartaments, passant de 40.000 en 2015 a més de 80.000 en 2019.

#### **4.2.3. La Costa Blanca.**

##### **4.2.3.1. Què és la Costa Blanca.**

La Costa Blanca és una marca turística aplicada a la costa del Mediterrani situada a la província d'Alacant, en la Comunitat Valenciana. Comprén des del litoral del municipi de Dénia fins el de Pilar de la Foradada, és a dir, tota la província d'Alacant. Està constituïda per més de 240 quilòmetres de platges mediterrànies, cales i penya-segats. Quan es parla de la Costa Blanca també es pot fer al·lusió a la marca comercial del consorci de turisme de la província, i en este sentit la denominació pot fer referència també als municipis d'interior.

##### **4.2.3.2. Qui en forma part.**

Les poblacions situades a la Costa Blanca que tenen un terme costaner són:

- Marina Alta: Dénia, Xàbia, terme del Poble Nou de Benitatxell, terme de Teulada, terme de Benissa i Calp.
- Marina Baixa: Altea, terme de l'Alfàs del Pi, terme de Finestrat, Benidorm i la Vila Joiosa.
- Alacantí: el Campello i Alacant.
- Baix Vinalopó: terme d'Elx i Santa Pola.
- Baix Segura: terme d'Oriola, Torrevella, Guardamar del Segura i Pilar de la Foradada.

Segons la pàgina web de la Costa Blanca, esta ostenta 78 platges i cales, de les quals 54 són guardonades amb banderes blaves (Costa Blanca, 2020). La bandera blava és un distintiu que atorga la Fundació Europea d'Educació Ambiental a les platges i ports que compleixen una sèrie de condicions ambientals i d'instal·lacions.

##### **4.2.3.3. Recursos turístics.**

Els recursos turístics d'un lloc determinat són la base sobre la què es realitza l'activitat turística. La Organització Mundial del Turisme (OMT) defineix recurs turístic com els béns i serveis que, mitjançant l'activitat de les persones i dels medis disponibles, fan possible l'activitat turística i satisfan les necessitat de la demanda (Sancho, 1998)

En una altra publicació, OMT (2021) explica que els recursos turístics són aquells elements que per ells mateixa o en combinació amb altres poden despertar l'interés

per a visitar una determinada zona o regió. És a dir, seria tot element capaç de generar desplaçaments turístics.

En este apartat s'analitzaran els recursos relacionats amb les festes més emblemàtiques de la Costa Blanca, així com posteriorment es farà menció a les més importants de Dénia i Xàbia.

La Costa Blanca, a l'igual que la resta de la Comunitat Valenciana, ostenta moltes festes, algunes de gran renom i entre les quals destaca el Misteri d'Elx, guardonat com a Patrimoni de la Humanitat. També mereixen menció especial els Moros i Cristians de la Vila Joiosa i del Verger, el primer dels quals és únic, ja que l'arribada dels "Moros" es fa des de la mar, nadant des de les barques fins a la costa. A més, altres festes importants són les Fogueres d'Alacant, els Bous al Carrer de la Marina i els Bous a la Mar de Dénia, totes estes típiques de la Comunitat Valenciana i la Costa Blanca.



*Il·lustració 5: Moros i Cristians de la Vila Joiosa.*

*Font: DESCUBRIENDO ALICANTE (2020).*

Per últim, mencionar també la Nit de Sant Joan, en què la Costa Blanca s'encén tota d'una en una línia de fogueres que recorre més de dos-cents quilòmetres de platja.



*Il·lustració 6: Moros i Cristians del Verger.*

*Font: LA MARINA PLAZA (2020).*

Dénia és considerat un dels municipis amb més festes de tot el continent, entre les que destaquen les Falles, les Festes Patronals en honor a la Santíssima Sang i els Bous a la mar. En quant a Xàbia, destaquen, principalment, les festes de Sant Joan.





*Il·lustració 7: Misteri d'Elx.*

*Font: DIARIO DEL VIAJERO (2020).*

#### **4.2.3.4. Municipis turístics.**

Algunes de les localitats de la província d'Alacant estan catalogades com a municipis turístics. Xàbia i Dénia són dos d'elles. Per a ser catalogat com a tal, el municipi ha de complir una sèrie de criteris:

- Criteri relatiu a la població turística.
- Criteri relatiu al nombre de places d'allotjament turístic i de segona residència.
- Amb caràcter alternatiu, hauran de complir-se, al menys, un dels següents criteris:
  - Comptar en el terme municipal amb algun recurs turístic de primera ordre d'acord amb el catàleg elaborat en virtut d'allò establert en el segon paràgraf de l'apartat 3 de l'article 24 de la Llei de Turisme, Oci i Hospitalitat (LTOH). Este disposa que "tindran la consideració de recursos turístics de primera ordre aquells elements que, aïllada o conjuntament, tinguen capacitat de generar fluxos i corrents de turisme rellevants i contribuïsquen a reforçar la imatge de marca turística de la Comunitat Valenciana, així com la promoció com a destí turístic".
  - Acreditar que l'activitat turística representa la base de la seua economia o, com a mínim, una part important d'esta.

#### **4.2.3.5. Immigració.**

Alacant és una de les províncies que més visitants acull de tota Espanya, arribant a ser la sisena pel que fa a immigració d'espanyols i la tercera pel que fa a immigració estrangera, només per darrere de Madrid i Barcelona. Este subapartat es centrarà en dades que proveeix l'INE i la Diputació d'Alacant per a corroborar que la Costa Blanca és una de les zones més destacades del país i d'Europa pel que fa a turisme i immigració.

Per a començar, cal destacar que el 18'32% de la població de la província d'Alacant és estrangera, i fins i tot en alguns municipis hi ha més població estrangera que espanyola. El total de la població estrangera és de 336.902 persones.

L'any 2018, segons INE (2020), la província d'Alacant va rebre un total de 3.175 immigrants espanyols, dels quals 1.166 provenien de països europeus i 2.019 de països no europeus. Pel que fa a la immigració d'estrangers, Alacant va rebre 45.256 immigrants, 20.217 dels quals arribaren de països europeus i 25.039 de països no europeus.

Inmigración									
De españoles				De extranjeros					
Pos.	Provincia de destino	Total	De países europeos	De países no europeos	Pos.	Provincia de destino	Total	De países europeos	De países no europeos
	<b>TOTAL NACIONAL</b>	88.860	23.225	65.635		<b>TOTAL NACIONAL</b>	671.944	154.325	517.619
	Madrid	24.988	5.035	19.953		Madrid	126.140	17.000	109.140
	Barcelona	12.652	3.166	9.486		Barcelona	122.407	24.538	97.869
	Santa Cruz de Tenerife	5.664	423	5.241	3ª	<b>Alicante</b>	45.256	20.217	25.039
	<b>Valencia</b>	4.732	1.422	3.310		<b>Valencia</b>	37.878	10.157	27.721
	Coruña, A	3.266	890	2.376		Málaga	29.632	12.126	17.506
6ª	<b>Alicante</b>	3.175	1.166	2.009		Balears, Illes	24.520	4.845	19.675
	Málaga	2.585	1.002	1.583		Murcia	23.157	4.555	18.602
	Palmas, Las	2.373	504	1.869		Santa Cruz de Tenerife	21.435	10.094	11.341
	Balears, Illes	2.202	574	1.628		Palmas, Las	18.961	8.046	10.915
	Pontevedra	1.612	468	1.144		Girona	16.755	3.819	12.936
	Sevilla	1.593	635	958		Almería	16.387	4.253	12.134
	Murcia	1.573	466	1.107		Tarragona	14.209	3.102	11.107
	Asturias, Principado de	1.535	422	1.113		Zaragoza	13.287	2.265	11.022
	Bizkaia	1.412	338	1.074		Bizkaia	12.375	1.403	10.972
	Navarra	1.334	237	1.097		Sevilla	10.216	1.601	8.615
	Ourense	1.320	302	1.018		Navarra	9.093	1.480	7.613
	Zaragoza	1.254	324	930		Granada	8.362	1.930	6.432
	Tarragona	1.183	393	790		Lleida	8.342	2.496	5.846
	Girona	1.152	404	748		Ginuzkna	8.119	1.093	7.026

Taula 1: dades oficials d'immigració per províncies d'Espanya.

Font: DIPUTACIÓ D'ALACANT (2020).

#### 4.2.3.6. Destinacions turístiques.

Malgrat que tots els municipis de la Costa Blanca tenen interès turístic i estan essencialment abocats als serveis, hi ha uns quants llocs d'un reclam turístic especial i que reben milions de visites cada any.

- Les ciutats de vacances de Benidorm i Torrevella.

Segons *Viquipèdia* (2020) Benidorm és coneguda arreu per les seues platges, gratacels i ambient nocturn, i per ser una destinació turística de gent de tota Europa. És el municipi més dens i populós de la Marina amb 1.845'04 habitants per quilòmetre quadrat. Durant l'estiu, l'àrea metropolitana de Benidorm pot arribar fins els 400.000 habitants.

L'any 1956, l'Ajuntament de Benidorm, sent l'alcalde Pedro Zaragoza Orts, va aprovar el primer PGOU (Pla General d'Ordenació Urbana) de la vila amb l'objectiu de crear una ciutat concebuda per a l'oci turístic a base de carrers ben traçats i àmplies avingudes seguint la configuració de les platges. A partir d'eixe moment es va produir un fort desplaçament de les activitats tradicionals cap al sector terciari originat pel turisme, que es va convertir en la base de la prosperitat de la ciutat (*Viquipèdia*, 2020). El turisme espanyol va començar a compartir espai amb els visitants d'altres parts d'Europa. Actualment, Benidorm és una de les primeres ciutats turístiques de tota la costa mediterrània.

*Viquipèdia* (2020) explica que, a poc a poc, al segle XXI la vila de Benidorm va consolidant-se com un dels centres turístics més importants del sud-oest d'Europa, amb una ocupació hotelera gairebé constant durant tot l'any (entre el 80 i el 99%), gràcies a la creació de parcs temàtics, una modernització de la imatge de la ciutat amb reformes de carrers i la implantació de línies del TRAM Metropolità d'Alacant per la ciutat i la connexió ferroviària amb una línia de Rodalia costanera entre Alacant i València.

En quant a Torrevella, es tracta d'un municipi de la comarca del Baix Segura. La *Viquipèdia* estableix que esta ciutat compta amb 82.599 habitants, sent la cinquena ciutat de la Comunitat Valenciana amb més habitants i la tercera de la província d'Alacant, només per darrere d'Alacant i Elx (*Viquipèdia*, 2020).

- Pobles del Castell de Guadalest i d'Altea la Vella.

Guadalest és un municipi situat a l'interior de la província, a la comarca de la Marina Baixa. És considerat un dels pobles més atractius d'Espanya, especialment pels seus paisatges, les seues tradicions, la història i cultura, per la gastronomia, pels seus singulars museus, etc (*Viquipèdia*, 2020).

Des de Guadalest és possible contemplar la vall de Guadalest. D'entre totes les muntanyes que el conformen, hi ha una que sobreix per la seua extensió i altitud: la serra d'Aitana. El cim d'esta és el més alt de tota la Comunitat Valenciana, amb 1.558 metres (*Viquipèdia*, 2020).

Pel que fa a Altea la Vella, es tracta d'una pedania d'Altea situada dins del seu terme municipal. El casc antic consta de camins empedrats, cases blanques i l'església. Destaquen l'ermita de Santa Bàrbara, consagrada en 1759, i la Font del Garrofet, des del segle XVI (*Viquipèdia*, 2020).

- Els Moros i Cristians d'Alcoi.

Són una festa popular en què es recrea la lluita entre dos bàndols, el musulmà i el cristià. Nombrosos pobles valencians celebren festes de Moros i Cristians, però des de

l'últim terç del segle XX les d'Alcoi van aconseguir un reconeixement especial a la seua singularitat per la seua riquesa i espectacularitat, que les va portar a ser declarades d'interès turístic nacional l'any 1980 (*Viquipèdia*, 2020).

#### 4.2.3.7. Principals accidents geogràfics.

- El massís del Montgó.

Segons *Viquipèdia* (2020), el Montgó és una muntanya de 753 metres d'altitud que discorre paral·lela al litoral sobre els termes de Dénia, Gata de Gorgos i Xàbia. Es distancia de la línia de la costa uns pocs centenars de metres mitjançant una planura coneguda com "les planes", que descendeix suaument fins el Cap de Sant Antoni. Fou declarat Parc Natural per la Generalitat Valenciana el 1987.

- El Cap de la Nau.

És el cap més important de tota la costa de la Comunitat Valenciana, a més de ser el punt més oriental. Té penya-segats, davall dels quals hi ha cales i coves. Dalt del cap hi ha un far per a la navegació marítima construït en 1914. L'entorn també acull una extensa zona residencial. És un espai molt utilitzat per a la pràctica del submarinisme i esports nàutics (*Viquipèdia*, 2020).

- El Penyal d'Ifac.

Es tracta d'una penya aïllada localitzada a Calp, de 332 metres d'altura, que s'endinsa en la mar formant una xicoteta península. Va ser declarat Parc Natural pel Govern Valencià l'any 1987. Al començament del segle XIX es va obrir un túnel que travessa una de les parets per la part nord-est. Des d'eixe moment es pot ascendir per un camí fins al cim (*Viquipèdia*, 2020).

- La Serra Gelada.

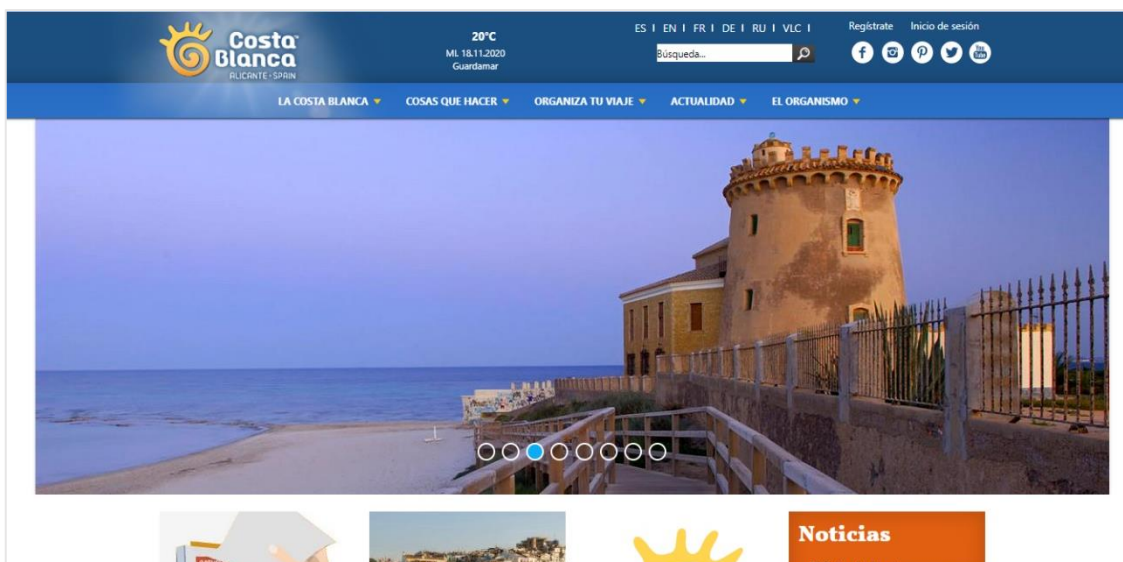
La Serra Gelada és una alineació muntanyenca situada entre Benidorm i Alfàs del Pi. La serra dona lloc, en el seu front litoral, a penya-segats de més de 300 metres coneguts amb el nom de les Penyes de l'Albir. La punta Bombarda pel nord i la punta de les Caletes marquen els límits de la serra. La serra, junt als fons marins que l'envolten, han estat protegits baix la figura de parc natural i reserva marina per la Generalitat Valenciana (*Viquipèdia*, 2020).

- L'illa de Nova Tabarca.

Esta illa pertany a la ciutat d'Alacant i té 61 habitants. Té una longitud de 1.800 metres d'oest a est i de 450 metres de nord a sud, i es troba a 4'3 quilòmetres del cap de Santa Pola, que és el punt més pròxim a terra des de l'illa. Destaca la seua església i el conjunt emmurallat en la zona oest de l'illa, que és la part habitada, així com la Casa del Governador i el Far (*Viquipèdia*, 2020).

#### 4.2.3.8. Anàlisi de la pàgina web de la Costa Blanca.

La pàgina web de la Costa Blanca ofereix un servei molt útil al turista, ja que, com es pot observar en la imatge que apareix a continuació, mostra informació relativa a què fer en esta zona, a l'organització del viatge del turista, l'actualitat i una descripció de l'organisme.



*Il·lustració 8: pàgina principal de la pàgina web de la Costa Blanca.*

*Font: COSTA BLANCA (2020).*

A més, també s'ofereix el servei en diverses llengües per facilitar l'accés de qualsevol persona interessada en visitar la Costa Blanca.

En la pàgina principal, en la part inferior, es pot observar tot el que apareix descrit a continuació:

- Agenda: en este enllaç s'ofereix una sèrie d'esdeveniments, ja siga, per exemple, obres de teatre, rutes de muntanya o visites guiades per algun dels municipis de la Costa Blanca. Este és un apartat interessant, ja que permet als turistes assabentar-se de tot allò que l'oci i cultura de la zona els permet fer en les dates de la seua estada.

**Costa Blanca**  
LA COSTA BLANCA • COSAS QUE HACER • ORGANIZA TU VIAJE • ACTUALIDAD • EL ORGANIZADO

20°C  
M. 15.11.2020  
Ciep

ES | EN | FR | DE | RU | VLC | [Inglés](#) | [Inicio de sesión](#)

LA COSTA BLANCA • COSAS QUE HACER • ORGANIZA TU VIAJE • ACTUALIDAD • EL ORGANIZADO

## Agenda Costa Blanca

El mejor momento para encontrar todo lo que te puedes perder.

### Seleccione las fechas de eventos

10 noviembre 2020 | 10 noviembre 2020

### ¿Qué estas buscando?

Todos los tipos de eventos

<p><b>Alcoi/Alcoi</b> <b>Teatre Calderón d'Alcoi</b> Cultura 01/11/2020 - 30/11/2020</p>	<p><b>Alcoi/Alcoi</b> <b>Rutas entre semana</b> Ocio 09/11/2020 - 27/11/2020</p>	<p><b>Alicante/Alicant</b> <b>III edición del ROS Film Festival</b> Film Commission 14/11/2020 - 22/11/2020</p>	<p><b>Alicante/Alicant</b> <b>Agenda Cultural Diputación Alicante</b> Ocio 16/11/2020 - 22/11/2020</p>
<p><b>Alicante/Alicant</b> <b>ADDA Auditorio Diputación de...</b> Cultura</p>	<p><b>Alicante/Alicant</b> <b>Jornadas POP</b> Gastronomía 09/11/2020 - 30/11/2020</p>	<p><b>Alicante/Alicant</b> <b>Instituto Alicantino Juan Gil Albert</b> Cultura</p>	<p><b>Alicante/Alicant</b> <b>Yacimiento El Tossal de Manises</b> Cultura</p>

Il·lustració 9: Agenda Costa Blanca.

Font: COSTA BLANCA (2020).

- **Municipis:** en este apartat es realitza una descripció sobre tot allò que es pot trobar als diferents municipis de la Costa Blanca. Es fa menció a les 170 platges i cales o els 21 camps de golf dels que disposa la província.
- **Seu electrònica:** ací es pot trobar el catàleg de tràmits, informació general i la carpeta electrònica. Es poden observar enllaços relatius al govern obert, administració general o enllaços d'interès.
- **Notícies:** com el propi nom indica, ací es troben les notícies més destacades de la zona.
- **Ajudes 2020:** la competència existent en el mercat turístic obliga als destins eminentment turístics a realitzar esforços constantment per tal de garantir les exigències de les demandes turístiques. L'administració deu potenciar aquelles accions que repercuteixen en el benefici de la consolidació turística de la Costa Blanca. S'estableixen ajudes a ajuntaments i associacions.

- Platges i cales: Alacant és la província amb més distincions de bandera blava de tot el país, amb 86 (73 en platges i 13 en ports esportius). Estes banderes acrediten la qualitat de les aigües dels més de 200 quilòmetres de litoral. En este apartat es mencionen Dénia i Xàbia, destacant el paisatge muntanyós que s'acosta a l'aigua per conformar penya-segats i cales espectaculars.
- Gastronomia i enoturisme: la gran varietat de productes i plats tant tradicionals com avantguardistes doten de sabor una província que destaca pels seus arrossos i vins. La qualitat gastronòmica de la Costa Blanca es demostra en les 16 "Estrelles Michelin" de restaurants de la zona. Destaquen Quique Dacosta, amb tres en el seu restaurant de Dénia, i Alberto Ferruz amb el restaurant Bon Amb, a Xàbia. En quant a l'enoturisme, els vins de la zona ja han recollit nombrosos premis, que van des del moscatell fins a rosats i licors. Per apropar este tipus de turisme, s'obrin les portes de les bodegues amb l'objectiu de potenciar la "Ruta del vi", que va des de Pinoso fins la Marina Alta. En l'últim any esta ruta ha rebut més de 23.000 visites.

Ara es procedirà a analitzar els apartats de "La Costa Blanca", "Cosas que hacer", "Organitza el teu viatge", "Actualitat" i "L'organisme".

- La Costa Blanca.

Este apartat es divideix en 5 subapartats:

- Municipis: es tracta del mateix apartat que s'ha mencionat en el punt anterior, on es poden trobar tots els municipis de la Costa Blanca i una sèrie de recomanacions per a visitar alguns d'ells.
- Costa Blanca en 12 rutes: es mostren itineraris per fer una escapada plena de propostes i al·licients pels racons més atractius de la província d'Alacant.
- 100 castells de la Costa Blanca: la província d'Alacant sempre ha tingut molt a defensar, i ara, molt a visitar. Una constel·lació de 230 recintes expliquen este territori d'orografia radical i història transida de pobles, cultures i fronteres.
- Parcs naturals: la Serra de Mariola, la Marjal Pego-Oliva, el Penyal d'Ifac i el Montgó destaquen d'entre els 10 parcs naturals de la Costa Blanca, els quals constitueixen un paisatge únic, variat i amb particularitats que sorprenen al turista.
- Mapa turístic: una varietat de mapes que mostren totes les atraccions turístiques que es poden trobar a la zona de la Costa Blanca.



- “Cosas que hacer”.



*Il·lustració 10: apartat de "Cosas que hacer" de la pàgina web de la Costa Blanca.*

*Font: COSTA BLANCA (2020).*

Com es pot observar en la imatge anterior, este apartat mostra informació rellevant sobre platges, esports, festes, activitats aquàtiques, salut i benestar, gastronomia o rutes interiors. Una gran varietat de propostes per oferir als visitants la millor experiència possible durant la seua estada a la Costa Blanca.

- “Organitza el teu viatge”.

Ací es recull la informació relativa a l'allotjament, com arribar al destí, com moure's per la zona i direccions útils.

- Allotjament: la província d'Alacant disposa de més de 300 establiments hotelers amb més de 60.000 places. La Costa Blanca ha anat millorant al llarg del temps creant una infraestructura plena de matisos per satisfer la demanda d'allotjaments que cada vegada és més exigent.
- Com arribar al destí: els 10 milions de passatgers que gaudeixen de l'aeroport d'Alacant – Elx i la línia més potent de l'AVE d'Espanya garanteixen l'accés a la província d'Alacant des de qualsevol part del món. La Costa Blanca està connectada amb les principals capitals espanyoles i amb diferents ciutats europees de països com el Regne Unit, França, Irlanda, Alemanya, Noruega i Holanda, entre altres. L'aeroport va rebre l'últim any més de 9 milions de

visitants. Una altra opció de pes és l'AVE, el qual viatja fins a Madrid en poc més de dos hores. Altres opcions interessants serien el cotxe o el vaixell, ja que Alacant és un punt d'atracada de nombrosos creuers que recorren el Mediterrani i que parteixen de diversos països.

- Com moure's: recórrer la província és senzill gràcies a autopistes, autovies, tramvia o mitjans marítims. La xarxa de comunicacions és ampla per a poder moure's d'un racó a altre de la província sense problemes. Una altra opció és la xarxa d'autobusos, tren i el Tram, tramvia que enllaça Alacant amb Dénia parant en les principals localitats costeres i oferint als visitants unes vistes inigualables.
- Direccions útils: ací es proporciona informació sobre les direccions de les oficines de turisme de les diferents localitats de la Costa Blanca.
- Actualitat.

En este apartat el turista pot obtenir informació sobre l'agenda, el temps, notícies, vídeos, guies gratuïtes, xarxes socials, etc.



*Il·lustració 11: apartat d'actualitat de la pàgina web de la Costa Blanca.*

*Font: COSTA BLANCA (2020).*

- L'organisme.

Mitjançant este apartat es pot accedir a la seu electrònica, les normes gràfiques i el pla d'ajudes 2020.

Les normes gràfiques mostren manuals, directrius, plantilles o plans de contingència relatius a piscines públiques, espais naturals, platges, oficines de turisme i museus i espais singulars.

Amb este anàlisi de la pàgina web de la Costa Blanca es pretén esbrinar quina informació es proporciona al turista: gastronomia (restaurants, bars), allotjament (hotels, cases rurals, apartaments turístics), platges, municipis, agenda amb els principals esdeveniments, etc. Tota esta informació tan diversa servirà als visitants per a trobar tot allò que es necessita per poder gaudir al màxim de les seues vacances.

#### **4.3. Anàlisi dels municipis cas d'estudi.**

Xàbia i Dénia són dos dels municipis més importants en quant a turisme de tota la Comunitat Valenciana i dos referents de la Costa Blanca per la gran quantitat de visitants que reben ambdós municipis al llarg de l'any i, més concretament, a estiu.

Es tracta de dos municipis eminentment turístics i que, per tant, necessiten promoure unes estratègies de màrqueting turístic el més efectives possible per tal d'atraure un nombre elevat de visitants al llarg de l'any. En este punt es procedeix a definir els municipis (el terme, els municipis limítrofs, la geografia, recursos turístics...).



Il·lustració 12: ubicació de Dénia i Xàbia dins la Costa Blanca.

Font: CENTRAL DE RESERVAS (2021).

#### 4.3.1. Xàbia.

Xàbia, a l'igual que Dénia, pertany a la comarca de la Marina Alta i compta amb 27.604 habitants, censats al 2019 (*Viquipèdia*, 2020). Presenta dos nuclis de població: el nucli històric i Duanes de la Mar (o el Port). Posteriorment, a causa del desenvolupament turístic, va sorgir un nou nucli de població anomenat l'Arenal, prop de la platja amb què comparteix nom, zona que a dia de hui representa el principal focus turístic del municipi (*Viquipèdia*, 2020).

- Geografia.

El massís del Montgó s'alça sobre la població protegint-la del vent de tramuntana. La badia de Xàbia es forma entre els caps de Sant Antoni i el Cap Prim. El cap més important geogràficament és el cap de la Nau, que representa la part que més s'endinsa en la mar de totes les comarques centre de la Comunitat Valenciana. Hi ha dos illes xicotetes: l'illa del Portitxol, enfront la platja de la Barraca, i l'illa del Descobridor, enfront la cala Ambolo.

El riu Gorgos o de Xaló creua d'oest a est la comarca de la Marina Alta i desemboca al terme municipal de Xàbia. Este terme limita amb les localitats de Dénia, el Poble Nou de Benitatxell i Teulada (*Viquipèdia*, 2020).

En quant a les platges i cales que formen part del terme municipal de Xàbia, destaquen la cala Ambolo (única cala nudista, formada per grava), l'Arenal (única platja de sorra i, per este motiu, la més famosa i visitada per la gent) i la cala Granadella.

- Recursos turístics.

A Xàbia destaquen les festes de Sant Joan. El dia 24 de juny es celebren les fogueres, amb al menys 15 dies previs de xicotets esdeveniments paral·lels, sent els últims 5 dies abans del 24 les principals festes, amb cercaviles, ofrena de flors, cavalcades, etc. Al nucli de Duanes la festa més important és la Mare de Déu del Loreto i es celebra el 8 de setembre (*Viquipèdia*, 2021).

- Llocs d'interés.

D'entre tot el municipi destaquen el Far del Cap de la Nau, el nucli antic de la vila i l'Església de Sant Bertomeu.



*Il·lustració 13: Cap de la Nau.*

*Font: BARCELÓ EXPERIENCES (2021).*

### 4.3.2. Dénia.

Dénia és la capital de la comarca de la Marina Alta. Compta amb 42.820 habitants, censats al 2020, però a l'estiu la població pot arribar a multiplicar-se per cinc, arribant als 200.000 habitants (Ajuntament de Dénia, 2021).

- Geografia.

El Montgó (753 metres) (*Viquipèdia*, 2020) destaca d'entre els 66'2 quilòmetres quadrats del terme municipal i presenta una variada mostra de plantes autòctones, animals, coves i senders. El Montgó i la pedania de Jesús Pobre marquen el límit del terme al sud, mentre que el barranc del Molinell marca el seu punt més septentrional. Al nord del terme es troba Els Poblets, que interromp la costa deniera a la fita amb el riu Girona.

L'altre gran atractiu turístic de la zona són les platges de les Marines i de les Rotes. D'entre les platges situades a la zona de les Marines destaquen l'Almadrava, les Deveses i les Marines, i d'entre les platges de les Rotes, la Marineta Cassiana i el Trampolí.

- Recursos turístics i Falles.

Dénia, com a ciutat valenciana, es caracteritza per les nombroses festes i tradicions arrelades entre la població, entre les quals destaquen les Festes de la Santíssima Sang (basades en els peculiars Bous a la Mar), els Moros i Cristians i, sobretot, les Falles.

Les Falles es celebren del 15 al 19 de març. Dénia disposa de 12 comissions falleres (Turisme de Dénia, 2021). Estes festes són un enorme atractiu turístic per la gran tradició fallera que es respira a Dénia. Les festes comencen amb la "plantà" i durant estos dies de l'any, la pólvora adquireix un paper molt important als carrers de Dénia. Es pot gaudir de cercaviles, mascletà, dinars i sopars populars, focs artificials, música, etc. Destaca:

- La "plantà" de les Falles: es col·loquen els monuments en les distintes Falles.
- La Mascletà: en cada falla, a les 14:30, s'ompli la ciutat de soroll i pólvora.
- Les Cercaviles: tots els fallers recorren la localitat acompanyats de la banda de música de la seua falla.
- La ofrena floral a la Verge dels Desemparats: és un dels actes principals. Els fallers es dirigeixen en processó cap a la Verge amb rams de flors, que depositen en el seu mantell.

- La cremà: es cremen les Falles, concloent la festa. No es cremen totes alhora, van cremant-se progressivament, permetent a turistes i residents gaudir de la cremà de varies falles.

Per altra part, les Festes Patronals en honor a la Santíssima Sang i Bous a la Mar consten de:

- Els bous a la Mar, els quals són considerats festes d'Interès Turístic Nacional.
- Concert de l'Agrupació Artística Musical de Dénia.
- Desfilada de carrosses, declarada Festa de Interès Turístic Provincial. Desfilen totes les comissions falleres.
- Castell de Focs Artificials: posen fi a les Festes.
- Moros i Cristians (13-16 d'agost).

Totes estes festes constitueixen un important atractiu turístic, ja que, per exemple, els Bous a la Mar són únics al país, així com els Moros i Cristians són dels més importants de la província.

- Llocs d'interés.

La ciutat es troba en una badia al redós del Montgó i mostra barris antics com el de les Roques o el de Baix la Mar i els carrers que baixen del castell recorden el passat àrab. Entre tots els llocs d'interés destaquen:

- El Castell de Dénia: construït pels moros sobre anteriors edificacions. És propietat municipal des de 1952 i ha estat rehabilitat. A dia d'avui es pot visitar.
- Museu Arqueològic de Dénia: es tracta d'un recorregut per la història de la ciutat a través de les peces trobades en excavacions dels ibers al barroc (Viquipèdia, 2020).



*Il·lustració 14: Castell de Dénia.*

*Font VIQUIPÈDIA (2020).*

- Ciutat Creativa de la Gastronomia.

L'11 de desembre del 2015 Dénia va ser declarada Ciutat Creativa de la Gastronomia per la UNESCO. En unir-se a esta Xarxa, les ciutats es comprometen a compartir les seues bones pràctiques i a desenvolupar vincles que associen als sectors públic i privat i a la societat civil per a, entre altres, reforçar la creació, la producció, la distribució i la difusió d'activitats, béns i serveis culturals, o millorar l'accés i la participació en la vida cultural, en particular en benefici de grups desafavorits i persones vulnerables.

Esta Xarxa cobreix set àmbits creatius, entre els quals es troba la gastronomia, la qual va permetre a Dénia obtenir este reconeixement.



## **5. Estratègies de màrqueting turístic.**

### **5.1. Estratègies de màrqueting turístic utilitzades pels municipis.**

En els subapartats que venen a continuació, pràcticament tota la informació és extreta de les entrevistes personals amb el regidor de turisme de Xàbia, Antonio Miragall, el regidor de turisme i Alcalde de Dénia, Vicent Grimalt, i una de les responsables del departament de turisme de Dénia, Eva Asperilla.

Este capítol està estructurat en funció de les variables de màrqueting turístic. Per tant, primerament s'explicarà la funció del preu en el màrqueting turístic en institucions públiques, el producte turístic d'ambdós localitats, després la comunicació, continuant amb la distribució i, per últim, l'anàlisi de les pàgines web dels municipis, les quals podrien ser incloses tant en la comunicació turística com en la distribució, ja que compleixen funcions pròpies d'estes dos variables.

Seguidament, es procedirà a la comparativa entre l'ús que fan d'estes variables els dos municipis, establint els punts en comú i les diferències més significatives entre ells.

#### **5.1.1. Preu.**

En el cas d'estos municipis, esta variable pràcticament no té rellevància, ja que només es pot trobar un atractiu turístic en què s'estableix un preu per tal d'accedir-ne, segons els experts entrevistats. És el cas del Castell de Dénia. El preu s'utilitza per tal de cobrir les despeses que suposa mantenir obert al públic un producte turístic o servei. En el cas d'administracions públiques estes despeses solen cobrir-se mitjançant els pressupostos i els impostos que paguen els propis residents d'estes localitats. Esta és la particularitat a què s'ha fet referència a l'inici del treball sobre esta variable.

Com s'ha mencionat anteriorment, l'únic atractiu turístic en què es paga un preu és el Castell de Dénia, on s'ha de pagar a la entrada els preus que es poden observar en la il·lustració 15. El preu general establert és de 3€, una xifra que, tal i com explica la responsable de l'oficina de turisme, és simbòlica i permet a l'administració pública mantenir en unes condicions òptimes el Castell de Dénia per a poder ser visitat per tot aquell que ho desitge.

## Castell de Dénia

### Accés a peu

Al costat de l'Ajuntament de Dénia hi han unes escales, en el Carrer Hospital, que pujarem. Després d'aquest primer tram, un poc cap a l'esquerra trobem un altre ram d'escales, al carrer "Costa Mare Amparo" que ens condueix directament al Carrer Sant Francesc, per on accedim al Castell.

### EN VEHICLE

Només s'accepta per a persones amb discapacitat funcional.

### PREUS

Adults 3€

Xiquets (de 8 a 16 anys) 1€

Jubilats i pensionistes 2€

Estudiants 2€

Grups (Mínim 25 persones amb autorització de l'Ajuntament) 2€

### Horari:

Tots els dies (Excepte el 25/12 i el 01/01). Els dies 24 i 31 de desembre, fins les 14:00 hrs.

- De novembre a març: de 10:00 a 18:00 hores.
- D'abril a maig: de 10:00 a 19:00 hores.
- Mes de juny: de 10:00 a 19:30 hores.
- De l'1 de juliol al 15 de setembre: de 10:00 a 00:30 hores.
- Del 16 al 30 de setembre: de 10:00 a 20:00 hores.
- Mes d'octubre: de 10:00 a 18:30 hores.

*Il·lustració 15: pàgina web de turisme de Dénia, apartat del Castell de Dénia i el Museu Arqueològic.*

*Font: PORTAL OFICIAL DE TURISME DE DÉNIA (2021).*

### 5.1.2. Producte.

Com s'ha comentat en el tercer capítol del present treball, el producte turístic són tots els atractius turístics utilitzats des dels departaments de turisme de les localitats per tal de cridar l'atenció dels potencials visitants. Cal recordar també que el producte no constitueix la finalitat, sinó l'eina per tal d'aconseguir satisfer les necessitats dels turistes.

En este sentit, prenent com a referència la definició de recurs turístic que es dona en el quart capítol d'este treball, concretament a l'apartat 4.2.3.3, s'inclouen com a tal la gastronomia i la cultura, ja que són elements capaços d'atraure visitants als municipis objecte d'estudi.

Arrel de tota la informació que s'ha pogut extreure de les entrevistes als regidors de turisme de Xàbia i de Dénia, així com a una de les responsables de l'oficina de turisme de Dénia, es procedeix a explicar quin és el producte que s'utilitza per fer promoció turística. En esta part s'inclou també la estacionalitat a què s'han d'enfrontar en estos municipis, ja que esta estarà condicionada pel producte turístic.

Pel que fa a Xàbia, el regidor de turisme deixa clar que la naturalesa i la gastronomia són els principals elements que es fan servir per mostrar Xàbia com el destí turístic ideal. Dins de la naturalesa destaca la presència de la mar i de l'aigua, tot allò relacionat amb la nàutica en qualsevol de les seues vessants: lloguer de vaixells, surf, canoes, pàdel surf... el tema aquàtic es considera bàsic a Xàbia. També són molt importants el Parc Natural del Montgó i la Reserva Marina del Cap de Sant Antoni.

El regidor de turisme destaca l'amplitud de terreny del terme municipal de Xàbia, fet que dona lloc a ciclistes, caminants o senderistes que, entre altres, deriva en els miradors, una història que va començar fa més de 20 anys, la imatge dels quals va ser recentment renovada, i que acull una gran quantitat de gent. Estos miradors es consideren un atractiu turístic important de Xàbia.

Pel que fa a la gastronomia, l'any 2012 es creà GastroXàbia, una iniciativa del departament de turisme. Es tracta d'una marca que va ser creada per tal de defensar els restauradors i recollir totes les seues necessitats. Des del moment de la creació d'esta marca es produeix una inèrcia positiva que acabà derivant en les Estrelles Michelin amb què compten dos restaurants del municipi de Xàbia, el restaurant Tula, de Borja Susilla, i el Bon Amb, d'Alberto Ferruz, amb dos Estrelles Michelin.

Juntament amb la naturalesa, la gastronomia és el puntal més important del turisme del municipi. GastroXàbia ofereix una guia gastronòmica per tal que tant els visitants com els residents puguen gaudir de la gastronomia tan diversa de què disposa Xàbia.



*Il·lustració 16: GastroXàbia.*

*Font: GASTROXÀBIA (2021).*

En quant a Dénia, els principals atractius turístics que s'intenten mostrar del destí també són els relacionats amb la naturalesa i la gastronomia. La platja, el Parc Natural del Montgó, la Reserva Marina, el turisme actiu i el turisme de naturalesa són destacats per la tècnica de turisme a l'hora d'establir alguns aspectes del producte turístic de Dénia. També especifiquen que hi ha altres xicotets productes que no oblidem, com el turisme idiomàtic, que tracta d'atraure estrangers a estudiar al municipi, a bodes i esdeveniments, etc. Dins del turisme de naturalesa, la tècnica de turisme de Dénia afegeix el turisme de golf i el turisme nàutic, el qual explica que té una gran importància.

Un altre tipus de turisme a què se li dona importància des del departament de turisme és el de cine. Des de la film office de Dénia tracten de recolzar a les productores, assessorar-les i ajudar-les per tal d'incentivar les gravacions audiovisuals al municipi. Se'ls proporciona ajuda sobretot a nivell de treball, en cas que, per exemple, necessiten localitzacions. En definitiva, des de la film office i el departament de turisme tracten de facilitar-los les coses.

Un altre atractiu turístic que, en este cas, destaca l'Alcalde de la localitat és el Castell de Dénia, un dels productes turístics de la localitat que més visites rep al llarg de l'any i que des del departament de turisme se li dona una gran importància pel que significa per al municipi. És considerat un senyal d'identitat.

El fet de ser considerats Ciutat Creativa de la Gastronomia per la UNESCO des del 2015 aporta al municipi una promoció turística mundial i suposa un atractiu turístic molt potent. És un distintiu que es va rebre gràcies a que el departament de turisme fou el motor per a presentar la candidatura de Dénia. El municipi també pertany al club de producte "Saborea España", una xarxa nacional de destins espanyols gastronòmics, a través del qual la ciutat de Dénia disposa d'oportunitats de promoció a l'estranger, ja que organitzen jornades o esdeveniments tant a Espanya com a altres països, a les quals les tècniques de turisme solen anar per a promocionar-se turísticament. Des del departament de turisme es té la convicció que la gastronomia de Dénia segueix triomfant perquè es mantenen els plats autòctons de sempre, a l'igual que també hi ha cuina d'autor però amb matèria prima de la zona.

La presència del restaurant de Quique Dacosta és molt important, ja que sempre mostra una gran estima cap al municipi, tot i que tinga restaurants a altres ciutats, el que té les tres Estrelles Michelin és el de Dénia, l'únic del municipi guardonat amb Estrelles Michelin.

Quique Dacosta

3 Estrellas Michelin RESERVA REGALA MÁS EN FR

En la Guía Michelin 2012/2013 se le otorgan tres estrellas a Quique Dacosta Restaurante. Deja atrás su temporada 2012 El sabor del Mediterráneo y empieza 2013 con "Made in the Moon". Continúa en la lista de los 50 mejores restaurantes del mundo por la prestigiosa revista "The Restaurant".

La andadura del máximo reconocimiento de un Restaurante, con las **tres estrellas Michelin** tiene monopolizado el comienzo de la temporada.

La escenografía por expreso deseo de Quique, se mantiene este año intacta a la del 2012, para que los clientes puedan disfrutar de la ambientación que ha sido merecedora de tres estrellas Michelin. En esta casa de tradición Valenciana, elegancia y minimalismo; calidez y fragilidad se aúnan para representar una cocina creativa y sorprendente que esta haciendo que el mundo gire la vista ante lo que sucede en Denia.

Il·lustració 17: pàgina web de Quique Dacosta.

Font: QUIQUE DACOSTA (2021).

Les Falles, els Moros i Cristians i les festes patronals també són un atractiu turístic important. Abans de la pandèmia hi havia una empresa de visites guiades per les Falles, amb l'objectiu que els turistes de Dénia puguen conèixer cada falla. Des de Turisme de Dénia s'entrega un premi a la falla amb la millor crítica turística. Es tracta de premiar les falles que tinguen traducció per als cartells, ja que, evidentment, han d'estar en valencià, però es busca apropar la festa al turista i que puguen entendre-la i gaudir-la.

Fins i tot, explica la tècnica de turisme, pot ser preferible visitar les falles de Dénia abans que les de València, on es produeix una massificació de gent, segons la tècnica, i on és impossible visitar-les totes per la gran quantitat de falles que hi ha. A Dénia es poden recórrer a peu i es poden vore totes, ja que hi ha un número raonable de falles. A més, es cremen per ordre, fet que permet vore com es cremen diverses.

Els Bous a la Mar són una festa de Dénia declarada d'interés turístic nacional, la qual cosa comporta una major promoció pel simple fet de ser-ho. Les Falles, per altra banda, són festes d'interés turístic a nivell autonòmic.

El port de Dénia és un aspecte crucial per al turisme de Dénia i, en concret, Balearia. L'Alcalde de Dénia explica que cal diferenciar entre un port de l'Estat i un port de la Generalitat. Ports de l'Estat estan els de València, Castelló, Alacant i Gandia, i la resta són ports de la Generalitat, dels quals el més important és el de Dénia, segons l'Alcalde del municipi. Afegeix que per a Dénia en general i per al turisme en concret, el fet de tindre Balearia és un referent importantíssim, és essencial que els potencials visitants associen Balearia amb Dénia i la connexió amb les Illes Balears.

També des del departament de turisme es destaca la gran aportació del port i de Balearia al turisme de la ciutat, ja que es tracta d'una empresa internacional que, afortunadament, gaudeixen a Dénia i que, a més, és la única amb dos ferris de connexió amb les Illes Balears.

Una dada molt important que des del departament de turisme s'utilitza a l'hora de fer promoció turística és que Dénia està a 55 milles d'Eivissa, amb un clima molt similar. Des del departament també tracten d'atraure els qui van a Dénia per a anar al port i anar a Eivissa, a que visiten i coneguen Dénia també, assegurant-los que si visiten el municipi, voldran tornar per com és.

Pel que fa a la estacionalitat, esta es refereix a la concentració de la demanda en un determinat període de l'any. Hi ha molts factors que poden provocar-la, però en la zona de la Marina Alta els principals són el clima i la naturalesa, ja que, donades les característiques de Dénia i Xàbia, resulta evident considerar els mesos de calor com a temporada alta de turisme.

El regidor de turisme de Xàbia considera la estacionalitat un hàndicap, ja no només per al departament de turisme, sinó per al poble en general i per als empresaris, que han de fluctuar sobretot a nivell de treballadors, ja que la estacionalitat provoca que la perspectiva de negoci haja d'estar adaptada al moviment de temporades altes i baixes del turisme del municipi.

La temporada alta de turisme a Xàbia, en paraules del regidor de turisme, comença en pasqua i s'allarga fins novembre, encara que la resta de l'any hi ha molt de resident estranger en la zona que provoca que temporada baixa no hi haja realment. A més, durant tots els caps de setmana de l'any Xàbia acull grups de la tercera edat i segons residents, que són els que permeten que la temporada "baixa" no siga tan dolenta per al municipi.

Al llarg dels mesos d'estiu es pot produir una massificació del turisme que és possible que provoque malestar en els residents de Xàbia, sobretot en zones de platges i cales. Des del departament de turisme de Xàbia es prenen diferents mesures per tal d'evitar estes aglomeracions, entre les que el regidor destaca el control d'accés de vehicles a les cales del Portitxol i la Granadella i la previsió d'un nou plec de vigilància d'accessos a cales i platges, en què es tenen en compte les cales Granadella, Portitxol i la Cova Tallada.

En quant a casos de queixes per massificació del turisme, no hi ha constància de cap queixa formal, però sí són habituals les queixes entre els residents de Xàbia, sobretot per xarxes socials, per les construccions i obres d'habitatges per a nous residents o

turistes. A dia de hui, un nou pla general està en tràmit d'aprovació, en què es volen protegir noves zones i milers de quilòmetres quadrats.

Pel que fa a Dénia, des del departament de turisme es considera agost, sobretot, com a la temporada alta del turisme de Dénia, tot i que també afegeixen que al llarg del mes de juliol reben una gran afluència turística i podria entrar en la denominació de temporada alta. La tècnica de turisme de Dénia explica que des que comença el bon temps, per març o abril, comencen a rebre visitants, però es considera temporada mitja, sent a partir de maig i juny quan l'afluència de visitants creix molt més, arribant fins a meitat setembre.

La massificació de turisme és un factor clau a Dénia, sobretot referent al trànsit i a la gran quantitat de turistes que rep el municipi els mesos d'estiu. Segons *Wikipedia* (2020), Dénia, l'any 2019, va ser el municipi de menys de 50.000 habitants que més estiuejants va rebre, segons les xifres de població estacional del Ministeri d'Hisenda i Administracions Públiques, arribant fins als 200.000 habitants. No obstant això, la tècnica de turisme afirma que no es produeix una massificació com a tal a Dénia, ja que, explica, podria ser un problema si el municipi només disposara d'una platja, però el fet de comptar amb 18 quilòmetres de platja esdevé un gran avantatge per evitar eixa massificació.

Si bé és cert que s'admet certa massificació a meitat d'agost, ja que hi ha pont i són festes a la localitat, però a partir de la segona quinzena, segons la tècnica, l'afluència de visitants baixa i no es pot considerar que hi haja massificació.

On sí ha hagut problemes de massificació en el municipi és a la Cova Tallada, que depèn de la Conselleria de Medi Ambient, on es van realitzar gestions per tractar de solucionar el problema de massificació i on es va prendre la decisió de limitar l'aforament durant els mesos d'estiu. Des de fa un temps, per a anar a la Cova Tallada, el turista ha de realitzar una sèrie de tràmits per a evitar eixa massificació, havent d'emplenar una sol·licitud per a poder acudir.

Un altre problema que sorgeix de la massificació del turisme és el trànsit de vehicles. La tècnica de turisme explica que este aspecte suposa un problema fins i tot en temporada baixa, ja que sempre ha sigut molt complicat circular i aparcar a Dénia. Este problema s'agreuja a l'estiu, en la temporada alta de turisme. Des del departament de turisme s'ha tractat d'habilitar més aparcaments per tal de descongestionar els carrers de Dénia de vehicles, tot i que sembla que no se li dona una importància massa gran a este aspecte.



### 5.1.3. Comunicació.

La comunicació turística és un factor clau en el màrqueting turístic d'un municipi. En este subapartat s'englobarà la promoció turística, la imatge turística que es pretén fer arribar als potencials visitants dels municipis i el públic o sector a qui van dirigides les estratègies de màrqueting turístic, és a dir, la segmentació.

La promoció turística és un dels pilars fonamentals del turisme. És interessant observar la manera en què els principals responsables de turisme de Dénia i Xàbia tracten este tema, ja que ambdós destaquen que no tenen l'objectiu de realitzar campanyes de promoció turística agressives ni d'augmentar el nombre de visitants als seus municipis.

En quant a Xàbia, el regidor de turisme explica que estan intentant mantenir-se en quant a promoció, que no estan intentant atraure més persones. Sí que destaca les campanyes de promoció turística relatives a l'ecologia, la naturalesa i el respecte pel medi ambient.

Des del departament de turisme de Xàbia s'està intentant mantenir el nivell de turistes que saben que ja tenen, és a dir, no s'està duent a terme cap campanya agressiva per tal d'atraure més turistes dels que ja reben cada any, més bé al contrari, el que es busca és conscienciar els turistes per tal que respecten el municipi i la seua naturalesa. També estableix que, evidentment, tot i que no estiguen intentant atraure més turistes, qualsevol persona que visite Xàbia serà benvinguda.

Per altra banda, sí estan realitzant campanyes als col·legis seguint la línia de la defensa del medi ambient, educant les xiquetes i els xiquets en la defensa de les costes i dels fons marins.

En quant a les eines que utilitzen per a promocionar-se, el regidor destaca les pàgines web tant de l'ajuntament com la de turisme, que contínuament s'actualitzen i en què s'afegeix informació sobre els esdeveniments més importants que van tenint-se al municipi, donant lloc a una campanya de promoció continua, ja que, segons explica el regidor de turisme, totes les setmanes s'afegeixen noves notícies. Donada la importància de les pàgines web en la comunicació turística dels municipis, es disposarà d'un apartat dedicat íntegrament a l'anàlisi de les pàgines web dels municipis de Xàbia i Dénia.

Cal destacar el paper de la marca Costa Blanca a la promoció turística de Xàbia. El regidor de turisme de Xàbia explica que gràcies a esta marca els potencials turistes de tot arreu del món poden ubicar el municipi en el mapa, tot i que és cert que la marca Costa Blanca és molt ampla i abasta molts microdestins diferents.

Per últim, al llarg dels darrers anys s'ha fet ús de diferents eslògans, entre els que el regidor de turisme de Xàbia destaca "Esencia del Mediterraneo", sempre intentant diferenciar-se a nivell de tranquil·litat, de destí segur, de contacte amb la naturalesa... i fins a dia d'avui es segueixen utilitzant eslògans amb el mateix objectiu.

Pel que fa a Dénia, la tècnica de turisme destaca la gran quantitat de productes turístics de què disposen al municipi i les col·laboracions amb diferents empreses turístiques. En quant a projectes de promoció turística, destaca el "Plan DTI" (Destí Turístic Intel·ligent). A la Comunitat Valenciana, l'INVATTUR impulsa que els destins siguin DTI, la qual cosa significa que els destins aprofiten les noves ferramentes tecnològiques per a millorar la sostenibilitat, l'accessibilitat o la governança, entre altres, ja que este projecte influeix en tot allò relacionat amb el turisme del municipi. En este projecte s'ha d'anar superant fases per tal d'arribar a ser destí turístic intel·ligent i poder abastar una major capacitat de treball en el sentit turístic.



## DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES COMUNITAT VALENCIANA

*Il·lustració 18: Destins Turístics Intel·ligents de la Comunitat Valenciana.*

*Font: INVATTUR (2021).*

Un altre projecte és l'Smart City, que és de l'Ajuntament i en què es presenten projectes de moltes àrees de la seua gestió, com per exemple la sostenibilitat, la governança o l'accessibilitat.

Cal destacar que l'alcalde i regidor de turisme de Dénia expressa que no es realitzen campanyes de promoció turística com a tal, sinó que Dénia és capaç d'atraure turisme sense necessitat de realitzar una promoció agressiva i que reben una gran quantitat de turistes sense haver de "buscar-los".

En quant a iniciatives per a la gestió i la promoció del turisme, la tècnica de turisme del municipi explica que, sobretot, el turisme gastronòmic s'ha treballat molt, ja que el turisme de sol i platja ja està molt treballat. A més, també s'està intentant dinamitzar el producte de naturalesa, que engloba el turisme actiu, l'ecoturisme i l'oci en la naturalesa. A Dénia, segons les tècniques, hi ha 33 empreses que realitzen moltes i variades activitats, i que proporcionen un gran potencial al destí. S'ha de tenir en compte que Dénia disposa d'espais naturals privilegiats que permeten que totes estes empreses puguen desenvolupar la seua funció en el municipi i que s'aporten beneficis mútuament. Cal destacar que des del departament de turisme es busca sempre un control intens de la capacitat de càrrega dels atractius turístics i un respecte màxim cap al medi ambient seguint els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).

Des del departament de turisme destaquen la gran oferta de lloguer d'allotjaments de què disposa Dénia, arribant a superar les quinze mil places.

Les eines que s'utilitzen en el municipi de Dénia per a realitzar la comunicació turística són, principalment, la pàgina web de turisme *denia.net* i les xarxes socials. La pàgina web ofereix tot allò necessari per tal que els visitants puguen gaudir de les seues vacances plenament. Les xarxes socials que utilitzen són Facebook, Instagram, Twitter i Youtube, però la tècnica de turisme destaca la oferta de rutes que tenen a Wikiloc, on hi ha rutes de marxa nòrdica, que, segons la tècnica, és un dels últims productes que s'han presentat per al turisme de naturalesa, com les rutes de ciclisme professional per al turisme d'estades esportives, entre altres. A més, tenen una empresa que gestiona les xarxes socials de turisme de Dénia, ja que, estableixen des del departament de turisme, cada vegada es necessiten més coses i creuen que és millor que ho gestionen professionals que es dediquen a la gestió de xarxes socials, però supervisat sempre pel propi departament.

Un altre aspecte per tal de fer promoció turística són les fires de comerç com FITUR, que, segons l'Alcalde, és la més important del món i a la qual acudeixen amb l'objectiu de "vendre" el destí turístic a les empreses que gestionen el turisme.

La marca Costa Blanca, segons l'Alcalde de Dénia, permet posicionar el municipi, ubicar-lo, tot i que potser hi haja confusió, ja que, al tractar-se d'un territori tan ample, és probable que els potencials turistes no sàpiguen exactament quins són els diferents destins turístics de la zona i les ofertes de cada un d'ells.

La tècnica de turisme estableix que tenen una gran relació amb la Costa Blanca, pel fet que han d'estar contínuament col·laborant. Tant Turisme Comunitat Valenciana com la Costa Blanca col·laboren amb Dénia i amb tots els destins de la Comunitat Valenciana i de la província d'Alacant, respectivament. La tècnica de turisme

coincideix amb l'Alcalde del municipi en què la marca Costa Blanca ubica Dénia en el mapa, per la seua pròpia imatge i promoció i perquè és una marca molt coneguda.

En este punt, és important destacar les diferents respostes de l'Alcalde de Dénia i de les tècniques de turisme a la pregunta de l'eslògan. L'Alcalde estableix que no utilitzen cap eslògan, però la tècnica de turisme, al contrari, explica que van traent eslògans segons les diferents campanyes publicitàries. Destaquen els eslògans "Dénia, tú sabes vivir", tot i que especifiquen que ara els eslògans van més associats al que es vol comunicar en cada campanya, com, per exemple, "Vive Dénia, es otra vida". En general, sempre s'intenta que l'eslògan comuniqui la qualitat de vida del destí, però potser s'intenten comunicar altres coses més concretes. En definitiva, a Dénia no es té cap eslògan fixe.

Pel que fa a la imatge turística dels municipis, cal que els encarregats de la comunicació turística de cada un d'ells mostren els productes que creguen convenients per tal d'atraure els turistes i que estos capten una imatge òptima sobre el destí. Com s'ha definit en el quart capítol d'este treball, la imatge turística són aquelles impressions, idees, prejuís o coneixements d'una persona o grup de persones sobre un destí turístic.

En quant a Xàbia, es pretén mostrar una imatge, sobretot, de destí tranquil i segur. El regidor de turisme del municipi estableix que són un destí turístic familiar bàsicament, tot i que compten amb molts altres aspectes que poden utilitzar per tal d'atraure un altre tipus de turisme. Es tracta de mostrar que Xàbia és un destí on els turistes van a poder descansar, on gaudiran d'un clima ideal i d'una gastronomia variada.

A més, per tal de millorar més si cap la imatge turística de Xàbia, el regidor explica que en les campanyes de promoció turística intenten mostrar la defensa de la naturalesa, un dels valors més importants del poble, tant en terra com en mar.

Agrupant el que s'ha comentat en l'apartat anterior de promoció turística i en este, es podria establir que Xàbia acull, sobretot, turisme de descans, ja que tracten de mostrar-se com a un municipi on els visitants podran gaudir del típic turisme de descans de "sol i platja" i passar unes vacances en família amb tranquil·litat i seguretat. Si bé és cert que també hi ha una intenció clara d'atraure el turisme d'esport, ja que pretenen mostrar una important defensa de la naturalesa i la possibilitat de realitzar tot tipus d'esports aquàtics, així com el senderisme, el ciclisme o simplement caminar per la naturalesa, que és possible al terme municipal de Xàbia gràcies a la gran amplitud de terreny amb què compta i a què, evidentment, des del departament de turisme s'habilita tot allò necessari per tal que els visitants puguin gaudir al màxim d'estos aspectes.

A Dénia, segons la tècnica de turisme, sempre s'ha intentat mostrar una imatge turística d'un destí sostenible, respectuós amb el medi ambient, que conserva la seua autenticitat, experiencial a nivell gastronòmic i amb molta naturalesa.

Des del departament de turisme de Dénia busquen tindre unes línies i unes directrius per a tractar de ser un municipi cada vegada més sostenible a llarg termini. Estes directrius van dirigides no només a mostrar la millor imatge turística possible del municipi, sinó a millorar la qualitat de vida dels residents del municipi i la qualitat de la experiència en el destí.



*Il·lustració 19: una de les platges de Dénia (exemple turisme de descans i destí tranquil).*

*Font: CADENA SER (2021).*

Des del departament de turisme estableixen que Dénia també té la consideració de destí de cap de setmana, gràcies als mercats de proximitat, com poden ser València capital, d'on arriba molta gent, o Madrid, ja que amb l'AVE poden estar a Dénia en qüestió de dos hores. També és un destí amb molta segona residència, sobretot de valencians, madrilenys, bascos o estrangers, segons la tècnica de turisme.

En quant a la segmentació, el responsable de turisme de Xàbia estableix que les campanyes que realitzen van dirigides a tot el món, però que saben que són un destí familiar i que, per tant, busquen orientar les estratègies cap a este sector. Destaca la col·laboració que tenen amb *tour and kids*, una associació de turisme familiar de viatjar amb xiquets i la qual recolzen contínuament. Esta empresa posa a disposició dels potencials turistes i de tot aquell que estiga interessat els millors destins i empreses

per gaudir d'unes vacances i temps d'oci en família. Proposen una sèrie de destins, allotjaments, restaurants, empreses d'oci i serveis turístics.

En quant a diferenciacions en les dades de turistes rebuts, des del departament de turisme de Xàbia envien les dades a l'Agència Valenciana de Turisme, diferenciant els turistes pel seu origen.

Se li dona molta importància també als residents estrangers que viuen al terme municipal de Xàbia, que moltes vegades són considerats turistes pel simple fet de ser estrangers, però que realment són residents. En les zones muntanyoses del poble hi ha una gran quantitat de vivendes on s'aglutinen la majoria dels estrangers que viuen a Xàbia, entre els que destaquen els britànics en concret i els europeus en general.

Segons el regidor de turisme, tots estos residents comencen sent turistes que van de vacances al municipi i acaben quedant-se definitivament per les condicions que ofereix Xàbia com a poble, entre les que destaquen el clima, la tranquil·litat i la seguretat.

Dénia es caracteritza per atraure el turisme familiar i el turisme de segona residència. Si bé és cert que, segons explica l'Alcalde de Dénia, des de fa un temps tracten de realitzar accions en temes culturals perquè la gent pugui gaudir d'altres coses, però el turisme generalitzat de Dénia busca sol i platja, tranquil·litat i seguretat.

L'Alcalde de Dénia estableix que sobretot es tracta d'atraure tot tipus de turistes per la gran varietat de productes que ofereix Dénia a qui els visita, però sempre conscienciant tant a visitants com a residents del municipi sobre un respecte total cap a la naturalesa i els atractius turístics de què disposa Dénia.

Dénia pertany també al club de producte *tour and kids*, que és de turisme familiar i que col·labora amb Turisme Comunitat Valenciana, ja que des del departament de turisme es consideren un municipi molt relacionat amb el turisme familiar i que han de cuidar eixe perfil.

#### 5.1.4. Distribució.

Des de les pàgines web de turisme es realitza la comunicació de tots els productes turístics amb què compten estes destinacions, i per tal d'accedir a alguns d'ells és necessària una acreditació o entrada. Esta distribució es pot realitzar mitjançant les pròpies pàgines web de turisme dels municipis, en les oficines de turisme o bé en els propis atractius turístics, com museus, exposicions o esglésies, entre altres. En el pròxim apartat es procedirà a analitzar en profunditat les pàgines web de les dos localitats, donat que són molt importants en la comunicació i la distribució turística d'ambdós.

En quant a Xàbia, com s'ha comentat anteriorment, algunes de les seues cales més importants tenen limitació d'aforament. Estes cales no tenen punt de venda d'entrades com a tal, sinó que cal acudir a les pròpies cales per tal d'aconseguir l'accés, i una vegada l'aforament es complete no es podrà accedir. Açò es deu a què estes zones han sigut objecte de massificació turística al llarg dels últims anys i, segons explica el regidor de turisme, s'han establert controls de vehicles, en un primer moment, i posteriorment també de persones.

Des de la pàgina web de turisme de Xàbia es distribueixen entrades per a concerts, espectacles, monòlegs o obres de teatre. Pel que fa a l'accés a museus, esglésies o convents (qualsevol recinte tancat), la pàgina web no disposa de punt de venda, però sí es pot acudir a l'oficina de turisme principal de Xàbia i aconseguir entrades, o bé directament a l'atractiu turístic que es desitge visitar, tot i que la realitat és que la majoria d'atractius turístics del municipi no requereixen entrada per tal d'accedir-ne.

Dénia sí compta amb atractius turístics pels que es requereix entrada, com per exemple el Castell. A la pàgina web de turisme de Dénia es poden trobar els preus per a l'accés tant al Castell com al Museu Arqueològic, però no es poden comprar en esta pàgina, sinó que cal anar al propi Castell.

Per altra banda, la tècnica de turisme explica que han hagut problemes de massificació turística a la Cova Tallada i que, per tal d'evitar massa aglomeracions, per poder anar, els turistes han d'emplenar una sol·licitud. En esta, els qui desitgen visitar este atractiu turístic hauran d'especificar les hores que pretenen estar en dita zona i així, des del departament de turisme i la Conselleria de Medi Ambient (la Cova Tallada depèn d'este organisme), es pot tindre un major control sobre esta massificació.

Esta sol·licitud es pot emplenar des de la pàgina web de turisme de Dénia, i s'han de sol·licitar tant per part de qualsevol persona interessada en visitar la Cova Tallada, com per empreses de kayak que vulguen accedir-ne. A més, en la pàgina web s'explica que des del 15 de juny fins el 30 de setembre cal sol·licitar este permís

d'accés a la Cova Tallada amb l'objectiu de regular i controlar la seua capacitat de càrrega.

La resta d'atractius turístics de Dénia no necessiten cap canal de distribució, ja que es tracta d'edificis o museus en què l'entrada és gratuïta i no s'estableix cap limitació.

En definitiva, es pot establir que els canals de distribució principals tant de Dénia com de Xàbia són les seues oficines de turisme i les pàgines web de turisme, ja que són els principals encarregats de fer arribar als turistes o visitants tota la informació necessària per tal d'accedir als atractius turístics dels municipis. Tot i això, la gran majoria dels seus productes turístics o bé són a l'aire lliure i en la majoria d'ells no es realitza cap control d'entrada ni d'aforament, com ja s'ha comentat en apartats anteriors, o bé la seua entrada és gratuïta i no es requereix punt de venda.



### 5.1.5. Anàlisi de les pàgines web.

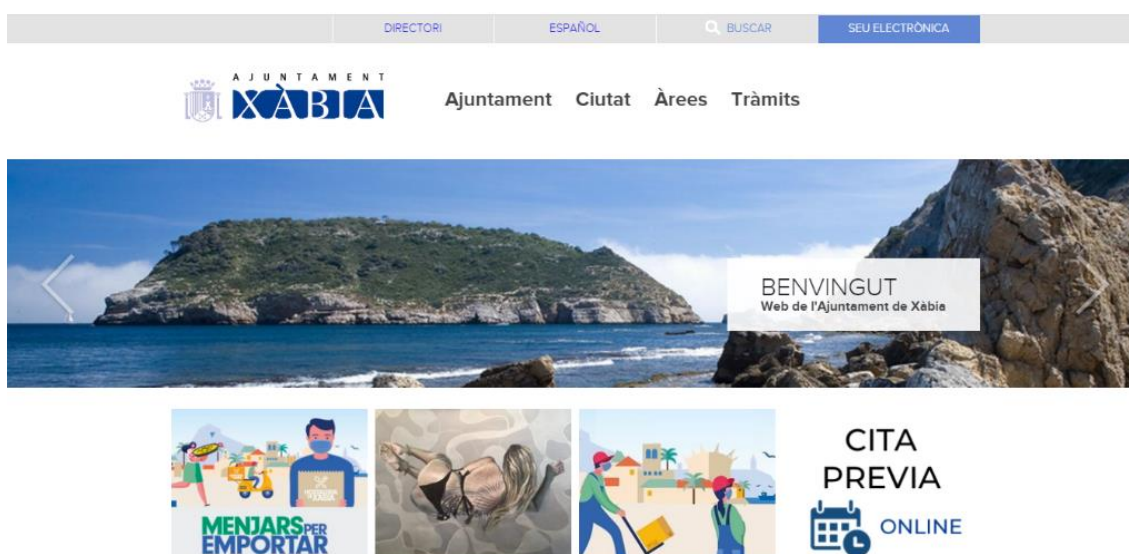
Com ja s'ha fet anteriorment amb la pàgina web de la Costa Blanca, en este apartat es procedeix a analitzar les pàgines web dels municipis de Dénia i Xàbia, posant el focus principal de l'anàlisi sobre el màrqueting turístic, amb l'objectiu d'obtenir informació sobre l'ús que es realitza dels atractius turístics i de les estratègies que utilitzen per arribar als potencials visitants.

#### 5.1.5.1. Xàbia.

Es poden trobar tres pàgines web amb facilitat, les quals segueixen els mateixos patrons que les referents al municipi de Dénia, descrites posteriorment.

- Ajuntament de Xàbia.

Primerament, ens trobem amb la pàgina web *ajxabia.com*, utilitzada pel personal de l'Ajuntament de Xàbia per a oferir a tots els habitants del municipi les últimes notícies d'actualitat, així com l'accés a tràmits o àrees del propi Ajuntament.



*Il·lustració 20: pàgina web de l'Ajuntament de Xàbia.*

*Font: AJUNTAMENT DE XÀBIA (2020).*

- Periòdic digital.

La següent pàgina que es pot trobar és *javea.com*, un periòdic digital que ofereix totes les notícies relatives a política, cultura, esports o festes, entre altres.

- Departament de turisme.

Per últim, i la que més en profunditat va a analitzar-se, es troba *xabia.org*. Esta és la pàgina web del departament de turisme de Xàbia, i en la pàgina principal es pot observar un eslògan que ja s'havia vist anteriorment en les altres pàgines descrites. Es tracta de "Xàbia, lo que no cambia", en què es pretén atraure als potencials visitants i turistes al municipi intentant fer-los veure que Xàbia es pot gaudir de la mateixa manera independentment de les circumstàncies, ja que disposen de cales i platges d'una gran qualitat, així com del parc natural del Montgó, animant-los a gaudir de la extensa natura de què disposa la localitat.

En la part superior de la pàgina principal es poden veure uns enllaços que poden interessar als turistes que visiten el municipi, on poden informar-se sobre què fer a Xàbia, descobrir el municipi, planificar el viatge o les platges i cales del seu litoral. Es dona la possibilitat d'elegir en quina llengua veure la pàgina web, entre valencià, castellà, anglés, francès, alemany o rus.



*Il·lustració 21: pàgina web de turisme de Xàbia.*

*Font: PORTAL OFICIAL DE TURISME DE XÀBIA (2020).*

A més, en la pàgina principal s'ofereixen 9 raons per les quals s'ha de visitar Xàbia, entre elles la història, la tradició, la gastronomia o el clima. S'ofereix també l'actualitat del municipi, un apartat d'experiències úniques que es poden viure a Xàbia, un altre anomenat "Escapa't a Xàbia", i un altre apartat on es troben més experiències per a gaudir-les en Xàbia.

En l'apartat "Descobreix Xàbia" els turistes poden veure tot allò que es pot visitar a Xàbia, on se li dona importància a la cultura i el patrimoni, la gastronomia, les festes o els espais protegits.

Pel que fa a l'apartat "Què fer", en este s'ofereixen una sèrie d'activitats més dinàmiques, entre les quals els turistes poden elegir què volen fer durant la seua estada en el municipi. Poden decantar-se per fer unes rutes en bicicleta, escalada, senderisme, submarinisme, anar de compres... una oferta molt variada que s'adapta als diferents gustos dels visitants i a cada tipus de turista.

Seguidament, com el seu propi nom indica, en l'apartat de platges i cales s'ofereix un llistat amb les platges i les cales pertanyents al terme municipal de Xàbia, a més d'alguns subapartats en què els interessats poden comprovar quines han rebut el distintiu de la Bandera Blava, la qualitat de les aigües de bany, l'estat de les platges, i les platges segures.

L'últim apartat que apareix en la part superior de la pàgina principal és "Planifica el teu viatge", on els turistes obtindran informació sobre la situació geogràfica, l'oratge, on dormir, les oficines de turisme, o on menjar, entre altra informació també accessible des d'este apartat.

En l'apartat d'"Escapa't a Xàbia" s'ofereix la possibilitat d'elegir el temps del què es disposa per visitar Xàbia, donant les opcions de 24 hores, 48 o 7 dies. Primerament, en la opció de 24 hores, s'utilitzen una sèrie d'atractius turístics per tal de recomanar i oferir una experiència única en funció del temps del què disposa el visitant o turista. En este cas, els atractius turístics dels quals es fa ús són:

- Església de Sant Bartolomé: és l'edifici més important del centre històric de Xàbia.
- Museu Arqueològic Etnogràfic Soler Blasco: s'ubica al centre històric del municipi i és un dels edificis més importants de la localitat. També és conegut com a la casa-palau d'Antoni Banyuls.
- "Mercado Municipal de Abastos": on els turistes tenen la possibilitat d'adquirir productes autòctons sense allunyar-se de l'església.
- Ruta dels Miradors de Xàbia: un dels principals atractius naturals que posseeix el litoral de Xàbia el constitueixen les excepcionals panoràmiques que es poden albirar des dels 15 escenaris repartits al llarg de la seva costa. Es tracta de privilegiats enclavaments al costat del Mediterrani en els quals la naturalesa ha conformat un paisatge que captiva els sentits del visitant. En este cas es recomana visitar els miradors dels Molins i del Cap de Sant Antoni, ja que amb 24 hores no seria possible realitzar la ruta completa.

- Església de la Verge de Loreto: es troba al barri Duanes del Mar. Representa la innovació i la materialització d'una època de canvis profunds, tant econòmics com socials. És un dels edificis religiosos més originals i interessants i constitueix una gran escultura.

A tots estos atractius turístics cal afegir que també se li dona gran importància a la gastronomia, recomanant els turistes que gaudisquen dels bars de tapes i restaurants que es poden trobar al llarg del seu recorregut pel municipi.

Pel que fa a la opció de 48 hores, dos maneres molt diferents de gaudir del municipi són oferides als visitants de Xàbia, una per a cada dia. La primera és molt semblant a la que s'ofereix en la opció de 24 hores, recomanant les visites a l'Església de Sant Bartolomé, al Museu Arqueològic i Etnogràfic Soler Blasco i a l'Església de la Verge del Loreto. A més, també es recomana visitar els miradors dels Molins i del Cap de Sant Antoni.

Per al segon dia, les recomanacions estan més relacionades a gaudir de la naturalesa i el paisatge del terme municipal de Xàbia, començant per la Ruta dels 15 miradors que s'ha explicat anteriorment. En alguns d'ells també existeix la possibilitat de fer rutes de senderisme, en algunes de les quals es poden trobar algunes de les cales de Xàbia.

A l'igual que en la opció de les 24 hores, en esta també se li dona la importància que mereix a la gastronomia.

La última opció és la de 7 dies, en la que s'ofereix una gran varietat d'idees en funció del tipus de turisme que els visitants vulguen realitzar. Els suggeriments que es poden trobar en este apartat són els següents:

- "Quin plaer gaudir d'este mar": s'ofereixen les possibilitats de realitzar excursions marítimes o fer ús de vehicles nàutics per conèixer la bellesa del municipi.
- "Miradors": els miradors són un dels principals atractius naturals que posseïx el litoral de Xàbia.
- "Ens n'anem a la recerca del tresor de Xàbia": es tracta d'unes rutes de senderisme, teatralitzades i temàtiques. Es pot gaudir d'estes rutes en el centre històric, el port i la plana.
- "I si ens endinsem en una altra època?": es mostren algunes de les coves de Xàbia i es recomana la visita als museus que s'han mencionat anteriorment.
- "Xiquets, què fem hui?": s'ofereixen una serie de possibilitats per a gaudir de Xàbia en família, com parcs infantils i àrees recreatives, cultura per a xiquets, oci infantil o gaudir de la natura amb els xiquets.

- “Hui m’abellix fer una volta en bici”: es dona la opció als turistes de descarregar uns documents amb totes les rutes en bici que es poden realitzar al terme municipal de Xàbia.
- “Dona’t pressa, què arribem tard al concert!”: es mostra un calendari amb les pròximes actuacions i concerts.
- “Ens posem les botes i... a caminar”: s’ofereix una sèrie de rutes per fer senderisme o escalada pels bells paisatges i el litoral de Xàbia.
- “De compres”: la peculiar fisonomia de Xàbia fa que la seua zona comercial estiga repartida entre els tres nuclis de població.
- “Es hora de menjar”: s’ofereix una guia gastronòmica per als turistes, així com recomanacions sobre productes i plats locals (i on trobar-los), esdeveniments gastronòmics, on menjar i les receptes de Xàbia.
- “Què sort, estem en festes!”: es mostra un llistat amb totes les festes que es realitzen a Xàbia, amb les respectives dates de cada una d’elles.

En estes tres opcions es poden observar quins són els atractius turístics principals que utilitzen els responsables de turisme del municipi de Xàbia. Sobretot, analitzant la pàgina web *xabia.org*, destaca el paper de la gastronomia, ja que se li dona una importància molt gran als restaurants, bars de tapes, productes autòctons...

Pel que fa a l’apartat d’“Experiències úniques”, es mostren diverses opcions per tal que els turistes puguen gaudir al màxim la seua estada al municipi. Xàbia presenta un paisatge molt variat i un accidentat relleu, que ha sigut modelat al llarg dels segles per la influència del mar i el vent. El seu litoral és una successió de cales, platges, penya-segats, coves, caps i illes. El seu ric patrimoni natural compta amb vàries figures protegides, com un Parc Natural, una Reserva Marina i 6 microrreserves vegetals. Per a oferir la possibilitat que els turistes gaudisquen de tot això, hi ha habilitades diferents rutes de senderime i miradors.

El Parc Natural del Montgó servix d’unió entre la costa i el propi massís. En quant a les espècies animals, destaca la presència de l’aguila cuabarrada o perdiguera i la d’una parella de brúfols o ducs en els penyals del Parc Natural, on també apareixen espècies d’aus com el xoriguer comú i el falcó pelegrí. En els penya-segats marins es poden observar a la gavina corsa o roja, la capnegra, el gavinot argentat i la corba marina emplomallada, entre altres.

La ubicació del Cap de Sant Antoni i el fort hidrodinamisme al que està sotmés permeten una variada topografia submarina amb diferents tipues de substrats, així com l’aparició d’un important nombre de comunitats betòniques, algunes d’elles de gran interès ecològic i sota normes de protecció del Consell Europeu. Per estes raons,

el Govern Valencià va establir una zona de Reserva Marina a l'entorn del Cap de Sant Antoni.



*Il·lustració 22: Cap de Sant Antoni.*

*Font: MARDAY RESORT (2021).*

La següent experiència oferida és la badia del Portitxol. És un dels paratges de major interès ecològic i paisatgístic de Xàbia. En esta cala de cudols és possible observar comunitats marítimes, com la formada per l'alga *Cystoseira mediterrània*, clar indicador de l'excel·lent qualitat de l'aigua.

Per acabar amb l'apartat d'Experiències úniques, es troba el Parc Forestal de la Granadella, on destaquen les quasi 700 hectàrees que el formen. Predominen el matolls baixos i els fenalars.

Per posar fi a l'anàlisi de la pàgina web del departament de turisme de Xàbia, s'observa l'apartat "Més experiències". Este apartat es podria calificar com una continuació de l'anterior, en què s'afegeixen algunes propostes més per gaudir de Xàbia a part de les que ja oferides anteriorment en els apartats d'Experiències úniques

i el d'Escapa't a Xàbia. La gran majoria d'estes propostes ja s'han pogut vore en els apartats anteriors i no s'aporta informació nova.

### 5.1.5.2. Dénia.

Al realitzar la recerca d'una pàgina web oficial de Dénia, es poden trobar tres sense complicacions: *denia.es*, *denia.com* i *denia.net*. La primera d'estes és la utilitzada per l'Ajuntament de Dénia.

- Ajuntament de Dénia.

En la primera, *denia.es*, es poden veure les últimes notícies sobre el municipi, així com l'agenda d'activitats dels pròxims dies i setmanes. A més, en la part superior de la pàgina principal es poden trobar els enllaços als diferents departaments de l'Ajuntament.

En l'apartat de "L'Ajuntament" es pot accedir a l'agenda dels regidors, a informació sobre la corporació, als departaments municipals, a la normativa municipal, al programa de govern 2019-2023, a queixes i suggeriments i a la transparència. Mitjançant l'apartat de "Serveis" es pot accedir als subapartats de Benestar social, Cultura, Educació, Esports, Hisenda, Medi ambient, Ocupació, Oficina d'Atenció Ciutadana, Turisme i Urbanisme. L'apartat "Informació" dona accés a l'actualitat, a l'agenda d'activitats, a la guia de carrers o a les xarxes socials, entre altres.

Per últim, mitjançant l'apartat "Oficina Virtual" s'accedirà a la seu electrònica, a la licitació electrònica i al perfil del contractant.



Il·lustració 23: pàgina web de l'Ajuntament de Dénia.

Font: AJUNTAMENT DE DÉNIA (2020).

- Periòdic digital.

Pel que fa a la pàgina *denia.com*, es tracta d'una espècie de periòdic digital on, principalment, es poden trobar les últimes notícies d'actualitat del municipi de Dénia. La pàgina principal també dona accés a informació que pot ser útil per als turistes, ja que poden trobar informació, en nou llengües diferents, sobre allotjaments, restaurants o festes, entre molts altres apartats amb els que conta esta pàgina web.

- Departament de turisme.

Per últim, la pàgina web *denia.es* és la referida a turisme.

La pàgina principal ofereix molta informació, però el que apareix en portada és "què visitar a Dénia", enllaç en què es pot observar l'ús que es fa dels atractius turístics dels que disposa el municipi, entre els que apareixen el Castell de Dénia, el museu etnològic o el museu del joguet, entre altres.

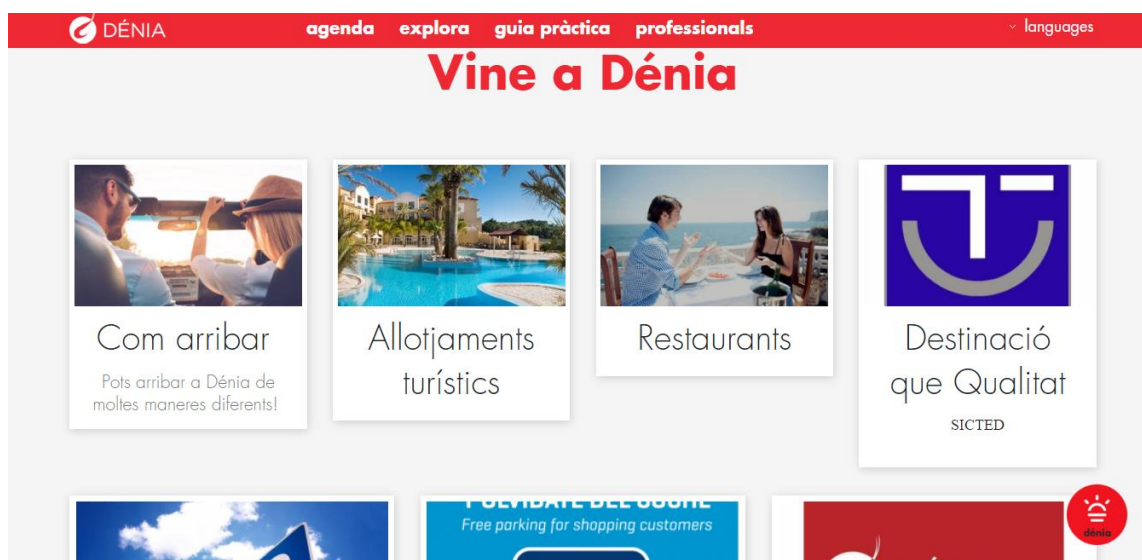




*Il·lustració 24: pàgina principal de la pàgina web de turisme de Dénia.*

*Font: PORTAL OFICIAL DE TURISME DE DÉNIA (2020).*

A l'endinsar-se un poc més en la pàgina web, es pot trobar informació relativa als allotjaments turístics, restaurants, les oficines de turisme, el "cicloturisme" o xarxes socials de turisme de Dénia, com el seu canal de *Telegram*. Seguint dins de la pàgina principal, es troba l'eslògan "Vine a Dénia", on es poden veure diferents enllaços, com el de "Destinació de Qualitat", el de Tours virtuals o el de Ciutat Creativa de la Gastronomia. L'últim apartat que apareix en la pàgina principal de *denia.net* és el d'actualitat, on els turistes poden informar-se sobre les últimes notícies relatives al municipi.



*Il·lustració 25: pàgina web de turisme de Dénia.*

*Font: PORTAL OFICIAL DE TURISME DE DÉNIA (2020).*

Com s'ha comentat a l'inici de l'apartat, el més interessant sobre esta pàgina per al present treball és analitzar l'ús que es fa dels atractius turístics amb que compta Dénia. Esta pàgina web utilitza els següents atractius turístics:

- Castell de Dénia i Museu Arqueològic: pel que fa al Castell, s'ofereix la informació relativa a l'accés al Castell, el preu i l'horari. A més, també s'ofereix un PDF amb la història i els punts d'interés del castell. En quant al Museu Arqueològic, s'indica la seua ubicació i les sales amb què compta, així com l'horari per a visitar-lo.
- Museu Etnològic: en este enllaç s'explica quin és l'interés històric del Museu i els punts d'interés d'este, així com l'horari i el preu d'accés.
- Museu del Joguet: ací s'explica on es troba i la exposició amb que compta. També es mostra quin és l'interés històric, la direcció i l'horari.
- Museu del Mar: el primer que es troba en este enllaç és una breu explicació sobre què és el Museu del Mar de Dénia i, per últim, l'horari.
- Edificis civils d'interés històric: ací es troben els dos edificis civils que tenen interés històric: l'Ajuntament i les Drassanes. En cada un d'ells s'explica el perquè del seu interés històric.
- Carrers, barris i entorns d'interés: en este últim apartat es mostren algunes de les zones més importants de la ciutat, com el carrer Marqués de Campo, que és el carrer principal de Dénia, l'esplanada Cervantes, el barri Baix la Mar, el barri Les Roques i el centre històric.

A més a més, a la pàgina web de turisme de Dénia es poden trobar dades i estadístiques dels últims anys relatives a les xifres de visitants que reberen, ja siga d'Espanya o de tot arreu del món.

	Andalucía	Aragón	Asturias	Baleares	Canarias	Cantabria	Castilla-León	C. La Mancha	C. Valenciana	Cataluña	Ceuta-Melilla	Extremadura	Galicia	Madrid	Murcia	Navarra	La Rioja	Pais Vasco	Local	Otros Nacional	Total Nacional
Enero	52	49	2	17	32	7	29	8	165	124	0	2	32	177	4	2	2	113	32	0	849
Febrero	48	43	10	9	12	2	55	40	205	205	0	6	21	262	8	2	3	183	99	0	1213
Marzo	81	59	14	4	52	8	81	60	354	145		2	36	779	18	22	11	211	143		2080
Abril	88	137	25	11	0	31	137	110	678	253	1	13	147	1496	22	35	6	507	116	0	3813
Mayo	44	47	40	10	0	21	69	36	475	115	0	12	32	716	18	19	6	145	76	0	1881
Junio	28	73	35	0	25	17	168	150	317	81	0	12	42	824	80	10	11	162	99	0	2134
Julio	166	223	71	17	9	44	447	234	1263	219	0	40	113	3150	51	102	42	334	613	0	7138
Agosto	270	294	52	12	13	27	407	351	2173	372	6	29	101	3704	86	44	50	604	349	0	8944
Sept.	58	80	22	6	9	12	199	99	289	91	0	20	126	742	10	28	23	119	46	1	1980
Octub.	15	26	8	9	6	138	24	36	267	62	0	4	38	379	17	2	6	100	83	0	1220
Novie.	56	26	3	7	5	17	34	18	333	164	1	9	24	408	33	2	7	114	69	0	1330
Diciem.	58	13	2	3	3	2	48	20	260	140	0	10	19	596	5	9	2	76	48	0	1314
<b>total</b>	<b>964</b>	<b>1070</b>	<b>284</b>	<b>105</b>	<b>166</b>	<b>326</b>	<b>1698</b>	<b>1162</b>	<b>6779</b>	<b>1971</b>	<b>8</b>	<b>159</b>	<b>731</b>	<b>13233</b>	<b>352</b>	<b>277</b>	<b>169</b>	<b>2668</b>	<b>1773</b>	<b>1</b>	<b>33896</b>
%nac	2,84	3,16	0,84	0,31	0,49	0,96	5,01	3,43	20,00	5,81	0,02	0,47	2,16	39,04	1,04	0,82	0,50	7,87	5,23	0,00	100
%tot	1,29	1,44	0,38	0,14	0,22	0,44	2,28	1,56	9,10	2,64	0,01	0,21	0,98	17,76	0,47	0,37	0,23	3,58	2,38	0,00	45,4846

Taula 2: visitants d'Espanya que va rebre Dénia l'any 2019.

Font: PORTAL OFICIAL DE TURISME DE DÉNIA (2020).

	Alemania	Argelia	Argentina	Austràlia	Austria	Bèlgica	Brasil	Canadà	China	Dinamarca	Estados Unidos	Finlandia	Francia	Holanda	Irlanda	Islandia	Italia	Japón	Marruecos	México	Noruega
Enero	282	0	8	0	0	120	1	3	2	3	5	0	370	115	0	0	15	0	0	0	58
Febrero	405	0	8	1	6	137	2	3	0	2	6	6	590	205	2	2	9	2	0	3	54
Marzo	605		20			149		10	1	22	26	7	918	231	5		35		1	7	23
Abril	655	0	22	2	2	277	0	11	0	3	27	13	1094	205	0	3	24	0	0	2	66
Mayo	520	0	34	7	3	205	11	21	0	2	44	7	930	188	6	0	40	0	1	6	15
Junio	563	0	54	3	2	187	3	8	0	7	59	5	1104	178	5	4	36	4	0	6	11
Julio	1007	0	35	19	15	426	10	25	0	14	92	13	3154	306	17	2	100	4	3	6	45
Agosto	774	3	53	4	9	195	39	8	2	1	12	16	4723	260	6	0	91	0	0	8	9
Sept.	449	0	8	11	2	219	0	13	0	3	52	0	914	163	5	0	14	0	0	2	2
Octub.	718	0	17	0	2	215	0	22	0	6	34	14	730	153	0	0	18	4	0	3	42
Novie.	435	0	7	2	0	143	0	6	0	15	15	23	490	127	2	0	17	0	0	2	23
Diciem.	269	0	7	2	3	78	0	7	0	1	4	4	382	99	0	0	11	0	0	4	35
<b>total</b>	<b>6682</b>	<b>3</b>	<b>273</b>	<b>51</b>	<b>44</b>	<b>2351</b>	<b>66</b>	<b>137</b>	<b>5</b>	<b>79</b>	<b>376</b>	<b>108</b>	<b>15399</b>	<b>2230</b>	<b>48</b>	<b>11</b>	<b>410</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>49</b>	<b>383</b>
% inter	16,45	0,01	0,67	0,13	0,11	5,79	0,16	0,34	0,01	0,19	0,93	0,27	37,90	5,49	0,12	0,03	1,01	0,03	0,01	0,12	0,94
% Total	8,97	0,00	0,37	0,07	0,06	3,15	0,09	0,18	0,01	0,11	0,50	0,14	20,66	2,99	0,06	0,01	0,55	0,02	0,01	0,07	0,51

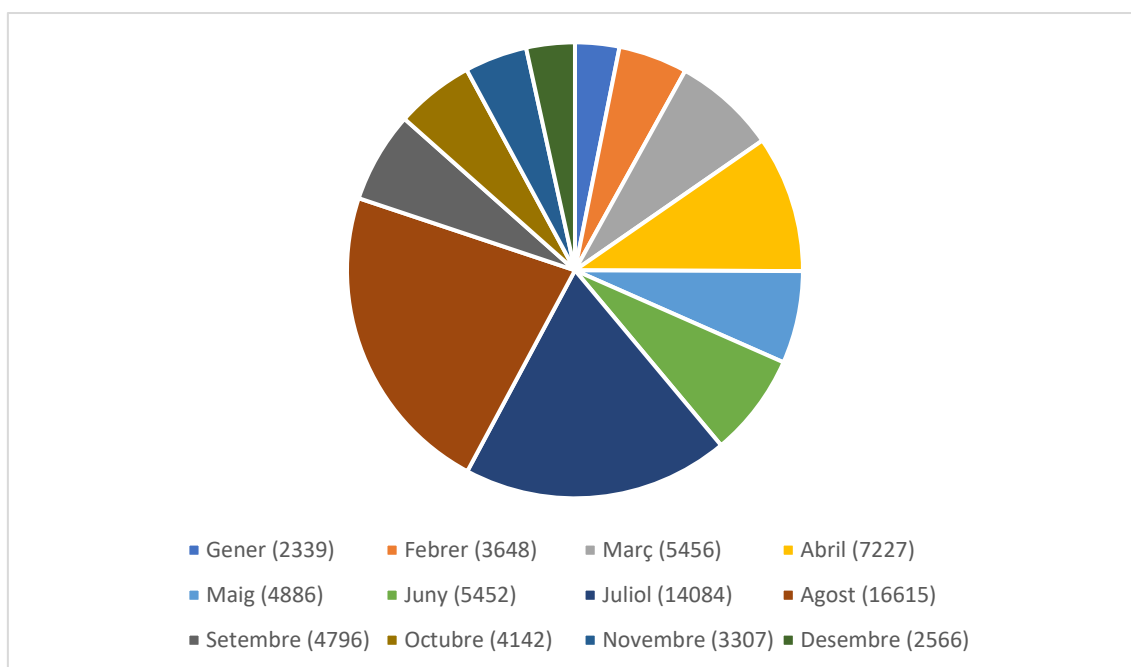
Taula 3: visitants rebuts per Dénia de tot el món l'any 2019.

Font: PORTAL OFICIAL DE TURISME DE DÉNIA (2020).

	Nueva Zelanda	Polonia	Portugal	Reino Unido	Republica Checa	Rumania	Rusia	Suecia	Suiza	Otros Europa	Otros América	OtrosAsia	Otros África	Otros Oceanía	Otros extranjero	TOTAL GLOBAL
Enero	0	0	0	422	0	0	32	4	48	0	1	1	0	0	1490	2339
Febrero	5	3	2	849	0	2	52	3	61	2	3	0	1	0	9	2435
Marzo	2	3		1145	4		55	8	97	1	1					3376
Abril	0	10	10	759	4	0	79	13	106	1	16	3	5	0	2	3414
Mayo	2	5	0	758	4	2	84	6	55	9	35	0	5	0	0	3005
Junio	2	14	0	766	6	0	155	17	88	13	7	3	7	1	0	3318
Julio	1	21	19	952	26	8	248	17	185	92	54	0	1	0	29	6946
Agosto	2	17	27	968	16	9	191	9	100	41	59	4	2	0	13	7671
Sept.	0	17	0	775	10	0	54	15	59	15	15	0	1	0	0	2818
Octub.	3	9	0	713	7	4	59	26	85	8	26	0	0	0	4	2922
Novie.	0	0	0	525	1	0	51	24	46	6	17	0	0	0	0	1977
Diciem.	0	6	0	273	6	2	24	5	14	2	12	0	0	0	4	1254
<b>total</b>	<b>17</b>	<b>105</b>	<b>58</b>	<b>8905</b>	<b>84</b>	<b>27</b>	<b>1084</b>	<b>147</b>	<b>944</b>	<b>190</b>	<b>246</b>	<b>11</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>61</b>	<b>40626</b>
% inter	0,04	0,26	0,14	21,92	0,21	0,07	2,67	0,36	2,32	0,47	0,61	0,03	0,05	0,00	0,15	100,00
% Total	0,02	0,14	0,08	11,95	0,11	0,04	1,45	0,20	1,27	0,25	0,33	0,01	0,03	0,00	0,08	54,52

Taula 4: visitants rebuts per Dénia de tot el món i total global l'any 2019.

Font: PORTAL OFICIAL DE TURISME DE DÉNIA (2020).



*Il·lustració 26: gràfica sobre el nombre de visitants estrangers (unitats) que va rebre Dénia l'any 2019.*

*Font: elaboració pròpia en base a les dades de la taula 4.*

### **5.1.6. Pressupostos.**

En quant al pressupost de màrqueting de què disposen els departaments de turisme dels municipis de Dénia i Xàbia, la informació que s'ha pogut extraure en quant al poble de Xàbia gràcies a les entrevistes i als portals de transparència és la següent:

- Del total, 110.000€ es destinen a les accions de màrqueting turístic i les seues variables.
- Les despeses per turista estan al voltant de 120 i 150€ per persona al dia.

Pel que fa al manteniment i restauració dels atractius turístics, el regidor de turisme de Xàbia explica que tot això es realitza amb fons propis del departament de turisme i amb recolzaments per part de l'Agència Valenciana de Turisme, que s'encarrega del manteniment de les platges, per part de Diputació o de Conselleria, que recolzen els destins turístics de la Comunitat Valenciana. El personal de l'oficina de turisme està contínuament rebent informació sobre tot tipus de subvencions i demanant-ne per tal d'ajudar a recolzar les necessitats del departament.

Pel que fa als pressupostos de turisme de Dénia, per a la promoció turística disposen d'un total de 600.000€, mentre que el cost efectiu de l'activitat turística de l'any 2020, tal i com explica la responsable de l'oficina de turisme del municipi, arriba a 1.100.000€.

En l'apartat de la comparativa dels pressupostos s'aprofundirà més en este aspecte i es mostraran les principals diferències pressupostàries dels dos municipis.

Estes dades ens permeten entendre les diferències en les possibilitats i els objectius que poden assolir cada un dels municipis.

## 5.2. Comparativa de les estratègies de màrqueting turístic.

Tenint en compte que són dos municipis en què el turisme té un pes molt important en els ingressos, i que ambdós tenen unes característiques semblants pel que fa a clima i a situació geogràfica, es procedeix a realitzar una comparativa entre les seues estratègies de màrqueting turístic per tal d'esbrinar quines són les diferències principals a l'hora de mostrar el destí turístic i la manera d'arribar fins els potencials turistes.

### 5.2.1. Producte.

Dénia i Xàbia són dos municipis costaners i que, per tant, reben una gran afluència de turistes per les seues platges i cales i per l'envejable clima de què es gaudeix a la zona de la Costa Blanca, en general. En este aspecte, des dels departaments de turisme de Dénia i Xàbia coincideixen en què la naturalesa és molt important a l'hora d'atraure turistes, ja siga turisme de sol i platja, turisme nàutic, turisme de golf o turistes que busquen rutes de senderisme o de ciclisme. Ambdós municipis compten amb el Parc Natural del Montgó i la Reserva Marina del Cap de Sant Antoni. En este sentit destaca la ruta dels miradors de Xàbia, la qual és la principal diferència en quant als atractius turístics relacionats amb la naturalesa, i que rep, segons el regidor de turisme de Xàbia, una important afluència de turistes cada any.

La gastronomia també és un aspecte clau per a les dos localitats, ja que ambdós gaudeixen de restaurants amb Estrelles Michelin i de productes autòctons que criden l'atenció de tot tipus de turistes, però especialment per a Dénia, ja que compten amb un distintiu molt important a nivell mundial, el de Ciutat Creativa de la Gastronomia per la UNESCO, i que aporta una promoció turística molt potent per tot arreu del món. Ambdós municipis compten amb restaurants guardonats amb Estrelles Michelin, però és cert que el fet de comptar amb el restaurant principal de Quique Dacosta, amb tres Estrelles, és un atractiu turístic que aporta al municipi un turisme gastronòmic d'una qualitat difícilment superable.

En este sentit, Xàbia compta amb la marca GastroXàbia, una iniciativa que va permetre al municipi arribar a tindre diversos restaurants amb Estrelles Michelin i que defensa els restauradors. Per la seua part, Dénia pertany al club de producte "Saborea España", que permet una major promoció turística, principalment a nivell nacional, però també internacionalment, dels productes autòctons de Dénia i de la zona de la Marina Alta.

Des del departament de turisme de Dénia també expliquen que compten amb turisme idiomàtic i turisme de cine, diferenciant-se d'esta manera del turisme que rep Xàbia. Tot i que en la pàgina web de turisme es pot observar que a Xàbia també tenen Film

Office, el seu regidor de turisme no li dona rellevància, al contrari que la tècnica de turisme de Dénia.

Les diferències més significatives en quant als productes turístics de què disposen estos municipis, i que juguen a favor de Dénia, són el Castell de Dénia, les Falles, els Bous a la Mar i el port, principalment. El Castell suposa un senyal d'identitat i és un dels atractius més importants del municipi, ja que és un dels que més visites rep al llarg de l'any.

La tradició fallera de Dénia és difícilment comparable amb qualsevol altre municipi de la província d'Alacant. A més, des del departament de turisme es treballa perquè els turistes puguin entendre i gaudir de la festa a l'igual que la gent de la zona, facilitant-los la comprensió de les crítiques falleres i permetent-los acudir a la "cremà" de diferents falles, tractant d'atraure turistes al municipi en estes dates. Els Bous a la Mar van ser declarats festa d'interés turístic nacional, aportant a la localitat una major promoció turística.

Per últim, el port de Dénia i Balearia són un distintiu inigualable a nivell autonòmic, ja que es tracta del port de la Generalitat més important de la Comunitat Valenciana. Balearia és una empresa internacional que aporta una promoció turística molt gran gràcies a la connexió amb les Illes Balears i que permet que tot aquell que vaja a les illes haja de passar per Dénia i tinga la possibilitat de conèixer el municipi.

En definitiva, es podria establir que Dénia compta amb un major nombre d'atractius turístics, alguns d'ells amb una repercussió mundial que permet al municipi ser un dels més importants, turísticament parlant, de tot el país, però sense obviar que Xàbia juga fantàsticament les seues cartes i és capaç d'atraure un turisme d'una qualitat molt elevada, però que principalment destaca per les segones residències i per la seua capacitat de fer que molts dels turistes que visiten la localitat acaben anant a viure a Xàbia per les condicions d'habitabilitat del municipi.

En quant a la estacionalitat, és un factor clau als municipis on el turisme juga un paper molt important en la vida dels seus residents i de les administracions públiques d'estos.

Primerament, tot i que probablement, en termes generals, la temporada alta de Dénia i Xàbia siga la mateixa, des dels seus departaments de turisme estableixen mesos molt diferents per a referir-se a esta. El regidor de turisme de Xàbia estableix que la temporada alta de turisme del municipi va des de pasqua fins a novembre, mentre que el departament de turisme de Dénia estableix que la seua temporada alta serien els mesos de juliol i agost. Una diferència notable i curiosa, ja que, com s'ha comprovat i demostrat en este treball, Dénia rep un nombre més elevat de turistes que Xàbia, i és



interessant la diferència de mesos en què defineixen la temporada alta cada un dels seus responsables de turisme.

Pel que fa a la massificació, des del departament de turisme de Xàbia s'estan duent a terme gestions per tal d'evitar aglomeracions a les cales més importants del terme municipal, així com un nou plec de control d'accés de vehicles a estes cales. La tècnica de turisme de Dénia també coincideix en el control d'aglomeracions a la Cova Tallada, però és evident que, a la massificació del turisme, se li dona una menor importància que a Xàbia, tot i que sembla que a Dénia es produeixen més problemes en este sentit.

Cal destacar que la tècnica de turisme de Dénia estableix que no es produeix massificació en el municipi gràcies a l'elevat quilometratge de platges del què disposen, i que els problemes de massificació de vehicles són històrics a Dénia i es produeixen al llarg de tot l'any, no només en la temporada alta de turisme.

Els responsables de turisme dels dos municipis coincideixen en què no solen rebre cap queixa formal dels residents de les seues localitats per problemes de massificació.

A continuació, s'inclou una taula comparativa dels productes turístics que disposen i ofereixen des dels departaments de turisme dels municipis.

RECURSOS TURÍSTICS	DÉNIA	XÀBIA
NATURALESIA	Parc Natural del Montgó i Reserva Marina del Cap de Sant Antoni.	Comparteixen producte en este sentit, ja que el Montgó i el Cap de Sant Antoni estan enmig dels dos municipis. Xàbia a més disposa de la ruta dels miradors, amb 15.
	Destaca el gran quilometratge de platges del terme de Dénia.	Destaca la bellesa i l'afluència que reben les seues cales.
GASTRONOMIA	Ciutat Creativa de la Gastronomia per la UNESCO, restaurant de Quique Dacosta i Saborea España.	Marca GastroXàbia.
	Tres Estrelles Michelin, totes del restaurant de Quique Dacosta.	Dos restaurants amb un total de tres Estrelles Michelin.
RECURSOS CULTURALS I EDUCATIUS	Les Falles són de les més importants de tota la província alacantina. Els Bous a la Mar van ser declarats d'interés turístic nacional.	Les Fogueres de Sant Joan de Xàbia són de les més atractives de la Costa Blanca.
	Turisme idiomàtic i turisme de cine.	
	Castell de Dénia, el port i Balearia. És el port de la Generalitat més important de la Comunitat Valenciana.	

Taula 5: taula-resum del producte turístic dels municipis.

Font: elaboració pròpia.

### 5.2.2. Comunicació.

Ambdós municipis estableixen que en la promoció turística que realitzen tracten de fer arribar als potencials visitants de les seues localitats que han de tindre un respecte màxim pel medi ambient i la naturalesa. L'Alcalde de Dénia i el regidor de turisme de Xàbia coincideixen en què no s'estan duent a terme campanyes agressives per tal d'atraure més turistes, sinó que la màxima prioritat és conscienciar els turistes i també els residents que han de cuidar l'entorn i el municipi.

Des del departament de turisme de Dénia expliquen diferents campanyes de promoció turística en què intenten promoure la sostenibilitat, l'accessibilitat i la governança. Per altra banda, també tracten d'atraure turisme de naturalesa i gastronòmic.

En quant a les eines, sí es pot observar una gran similitud entre les que utilitzen els responsables de turisme d'estos municipis, ja que ambdós es refereixen a les pàgines web de turisme com a les principals eines a l'hora d'arribar als turistes i de mostrar els seus atractius turístics. Sí que és cert que des del departament de turisme de Dénia estableixen que les xarxes socials tenen un paper important en este aspecte, sobretot Wikiloc, on els turistes que busquen naturalesa poden trobar rutes de senderisme o de ciclisme.

A més, l'Alcalde de Dénia també explica que una eina important per a promocionar-se turísticament són les fires de comerç, sobretot FITUR. El departament de turisme de Xàbia també va a FITUR, però en la entrevista amb el seu regidor no es fa menció d'esta eina de promoció turística, pel que es pot sobreentendre que no se li dona especial importància, tot i que es tracta d'una de les fires de turisme més importants del país.

També hi ha una gran semblança en quant a l'aportació de la marca turística Costa Blanca al turisme de les seues localitats, ja que coincideixen en què la marca els posiciona, els ubica internacionalment en el mapa i fa que turistes de tot arreu puguen conèixer els seus municipis. La tècnica de turisme defineix la seua relació amb la Costa Blanca com una de col·laboració continua.

El regidor de turisme de Xàbia demostra donar-li una major importància a l'eslògan, en comparació a l'Alcalde i regidor de turisme de Dénia, qui estableix que no se n'utilitza cap a Dénia. La tècnica de turisme sí explica que al llarg dels últims anys s'han anat utilitzant diferents eslògans en funció de les campanyes de promoció turística que s'han dut a terme. Tant al municipi de Xàbia com al de Dénia, els eslògans han anat principalment dirigits a realçar l'important paper de la naturalesa i l'ecologia en el turisme d'estes localitats.

La imatge turística que es pretén mostrar des dels dos municipis és bastant semblant, ja que ambdós tracten de tindre una imatge turística de destí tranquil i segur, ideal per acollir turisme familiar.

Un altre factor en comú és la defensa de la naturalesa i l'ecoturisme, al qual se li dona una gran rellevància, sobretot a Xàbia, on tenen la clara intenció d'atraure turisme d'esport donant una imatge de destí on es poden realitzar tot tipus d'esports aquàtics, així com senderisme, ciclisme o simplement gaudir de la extensa naturalesa amb que compta la localitat de Xàbia.

Un altre aspecte clau i comú en la projecció de la imatge turística dels municipis és la elevada qualitat de la seua variada gastronomia, on Dénia tracta de diferenciar-se mostrant l'autenticitat dels seus productes autòctons i la cuina d'autor.

Cal destacar la imatge de destins sostenibles en ambdós casos, tot i que Dénia mostra un grau superior d'interés en este aspecte, ja que des del departament de turisme tracten de millorar la qualitat de vida i la qualitat d'experiència del destí a través de la sostenibilitat.

La imatge turística de destí de cap de setmana i de segones residències és clau pels dos municipis i es tracta d'atraure cada vegada més turistes d'este tipus, especialment a Xàbia, on, en zones de muntanya, compten amb una espècie de "colònia" on s'agrupen molts estrangers amb les seues segones residències o, directament, residents del municipi. El regidor de turisme de Xàbia estableix que estes zones "tenen la seua pròpia vida", que sembla que siga un municipi diferent amb els seus propis abastiments.

Pel que fa a la segmentació, hi ha una similitud molt important a l'hora de diferenciar el tipus de turisme que atrauen, que és el turisme familiar, molt present en ambdós municipis. El regidor de Xàbia estableix que les seues estratègies de promoció turística van dirigides cap a tot el món, però tenint en compte que Xàbia és un destí familiar, tracten d'orientar-les cap a este sector de la població.

Destaca la col·laboració que tenen els dos municipis amb l'associació *tour and kids*, gràcies a la qual aconseguen atraure més turisme familiar. L'element clau que fa que estes dos localitats atraguen un número tan elevat de turistes que van a passar les vacances en família és la tranquil·litat i seguretat que ofereixen estos destins. Els departaments de turisme dels dos municipis són conscients que atrauen molt de turisme familiar i tracten de cuidar-lo.

Per altra banda, i també coincidint en les dos localitats, apareix el turisme de segona residència, gràcies al qual des dels departaments de turisme de Dénia i Xàbia estableixen que la temporada baixa no és tan dolenta com podria ser-ho si no fora per este tipus de turisme. El regidor de Xàbia destaca la gran quantitat de turistes que han visitat el municipi i que han acabat convertint-se en residents.

En definitiva, en quant a segmentació, es podria establir que ambdós municipis tracten de cuidar i atraure el turisme familiar per damunt de tots els altres tipus de turistes que reben, i que li donen una importància especial a cuidar-lo, sobretot oferint tranquil·litat i seguretat als visitants.

<b>EINES DE COMUNICACIÓ</b>	<b>DÉNIA</b>	<b>XÀBIA</b>
<b>EINES DE PROMOCIÓ TURÍSTICA</b>	Pàgina web de turisme, FITUR i Wikiloc, principalment.	Pàgina web de turisme.
<b>MARCA COSTA BLANCA</b>	Aporta ubicació i posicionament a nivell mundial.	Coincideixen en el posicionament que ofereix el fet de pertànyer a una marca turística coneguda internacionalment.
<b>IMATGE TURÍSTICA</b>	Destí tranquil i segur, amb la intenció d'atraure turisme familiar.	Els dos municipis són exactament iguals en este sentit.
	Destí sostenible enfocat en la millora de la qualitat de vida i d'experiència en el destí.	Defensa de la naturalesa i ecoturisme. Destí en què pots practicar tot tipus d'esports aquàtics, així com senderisme i ciclisme.
	Gastronomia diferenciadora, mostren l'autenticitat dels seus productes autòctons i la cuina d'autor. Destí experiencial gastronòmicament.	Destí de cap de setmana i amb moltes segones residències.
<b>SEGMENTACIÓ</b>	Turisme familiar i de sol i platja, especialment. Col·laboració amb l'associació "tour and kids".	Turisme familiar, sobretot. També col·laboren amb "tour and kids".
<b>CAMPANYES DE PROMOCIÓ TURÍSTICA</b>	Projecte Destí Turístic Intel·ligent (DTI) i Smart City, respecte pels ODS.	Campanyes de promoció als col·legis educant els més menuts en el respecte pel medi ambient i la naturalesa.

Taula 6: taula-resum de la comunicació turística dels municipis.

Font: elaboració pròpia.

### 5.2.3. Distribució.

En este sentit, els principals canals de distribució d'estos municipis són les seues pàgines web de turisme, a partir de les quals es tracta de fer arribar als potencials visitants o turistes quins són els productes turístics que ofereixen. Com s'ha pogut vore anteriorment en este treball, la gran majoria dels productes turístics de Dénia i Xàbia no requereixen entrada ni tenen establert un aforament màxim, però sí és evident que realitzen la distribució turística mitjançant les oficines de turisme i les pàgines web.

Sí que cal diferenciar en els casos en què hi ha una limitació d'aforament, com pot ser el cas de les cales més rellevants de Xàbia o el cas de la Cova Tallada que explica la tècnica de turisme de Dénia. Totes estes mesures de control d'accessos són derivades de problemes de massificació turística.

Ambdós casos són bastant semblants, però la principal diferència és que per a accedir a la Cova Tallada es pot emplenar una sol·licitud d'accés establint quin horari es vol reservar. En el cas de les cales de Xàbia amb control d'accés cal anar a la pròpia cala per saber si l'aforament està complet i comprovar si es pot accedir.

Una altra diferència en quant a distribució turística és el cas del Castell de Dénia. Es tracta de l'únic atractiu turístic dels dos municipis en què s'ha d'abonar un preu per a poder visitar-lo.

En línies generals, el cas de la distribució turística dels dos municipis és molt semblant, ja que només hi ha dos diferències que no són especialment significants.

#### **5.2.4. Pressupostos.**

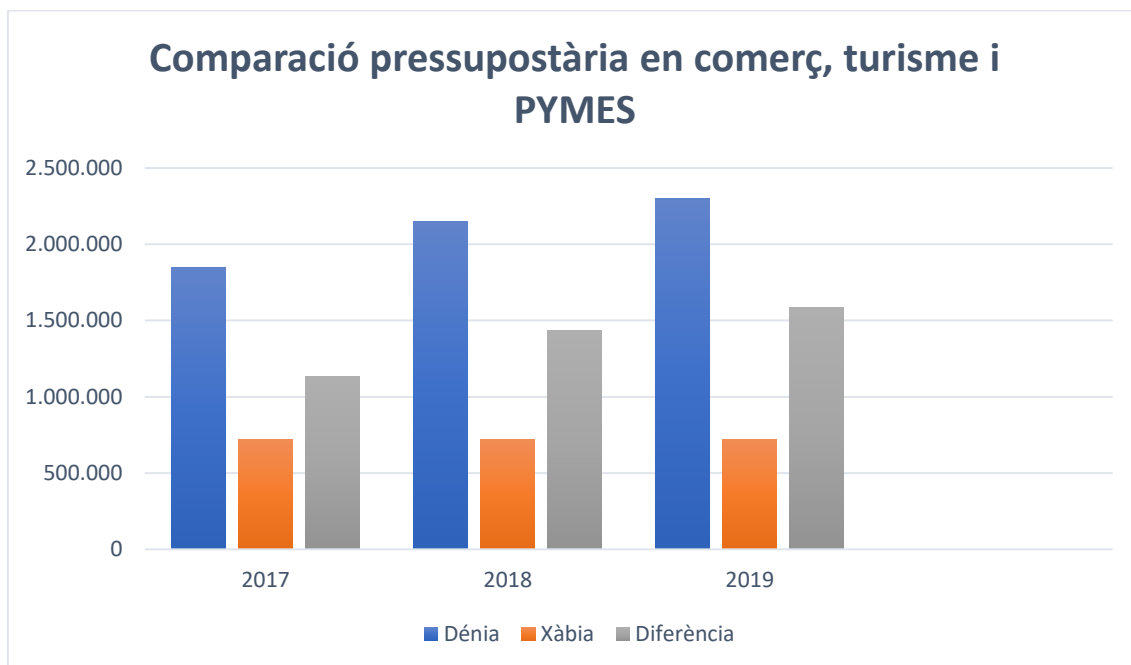
Com s'ha comentat en apartats anteriors, a l'hora d'analitzar i establir diferències en les estratègies de màrqueting turístic, cal tenir en compte els pressupostos dels dos municipis, per tal d'entendre quines són les possibilitats que poden assolir cada un d'ells.

En línies generals, s'ha pogut recollir més informació, en este sentit, sobre els pressupostos de turisme de Xàbia. Tot i això, la informació obtinguda del departament de turisme de Dénia és suficient per a establir una diferència abismal en quant a les xifres destinades a la promoció i comunicació turística, ja que el departament de turisme de Xàbia compta amb 207.500€ en total, dels quals 110.000 es destinen a màrqueting turístic, mentre que al departament de turisme de Dénia disposen de 600.000€ per a la promoció turística.

Cal destacar que, com s'ha comentat en l'apartat 5.1.6 del present treball, Xàbia rep diferents subvencions per al manteniment i conservació d'alguns dels seus recursos turístics, i que les dades que apareixen en este apartat mostren la informació pressupostària que s'ha facilitat des dels departaments de turisme dels respectius municipis.

Per tal d'entendre estes dades cal tenir en compte la diferència de població dels dos municipis, la quantitat de turistes que reben cada any i que tenen la capacitat de rebre, la superfície dels termes municipals... tots estos elements es poden trobar a l'anàlisi dels municipis en el present treball.

Com es pot observar, hi ha una diferència notable entre els pressupostos de turisme dels dos municipis que pot afectar a les diferents estratègies i variables del màrqueting turístic de les localitats.



*Taula 7: comparació de les despeses pressupostades en comerç, turisme i PYMES de Dénia i Xàbia.*

*Font: elaboració pròpia en base a dades d'EPDATA (2021).*

En la gràfica anterior es pot observar una gran diferència pel que fa a les despeses que destinen ambdós municipis al comerç, turisme i PYMES. Dénia, l'any 2019, va destinar 2.300.000€, mentre que Xàbia va pressupostar 717.000€.

Estes diferències són molt importants per comprendre les possibilitats turístiques a què poden arribar les dos localitats i donar-li el mèrit que mereix al que fan amb els recursos dels què disposen.

## 6. Conclusions i recomanacions.

En este sisé capítol s'estableixen una sèrie de conclusions en base als objectius, tant el genèric com els específics, que s'han explicat a l'inici del treball. A més, també es proposaran unes recomanacions per als departaments de turisme de Dénia i Xàbia, extretes de les conclusions pertinents.

Al llarg del treball s'han analitzat les estratègies de màrqueting turístic dels dos municipis objecte d'estudi, així com les seues variables.

Es pot concloure que les dos pàgines web de turisme dels municipis objecte d'estudi ofereixen una gran quantitat d'informació i, a més, molt completa, sobre què poden trobar els visitants en les seues localitats. Si bé és cert que la pàgina web de turisme de Xàbia disposa d'una major oferta per als seus turistes, donat que tenen un apartat on proposen plans que es poden realitzar al municipi en funció del temps de què dipose el turista.

Per altra banda, també al llarg del treball s'han mostrat les similituds i diferències en quant als tipus de municipis. En conclusió, es podria establir que es tracta de dos localitats molt semblants. Tot i que Dénia siga significativament més gran que Xàbia, les dos mostren una distribució semblant i diposen d'una oferta turística extensa.

De les entrevistes també es pot concloure que no hi ha indicis de turismefòbia ni antiturisme a cap dels dos municipis, tot i que sí s'admeten algunes queixes per xarxes socials d'alguns residents per obres i construccions d'apartaments turístics, però cal destacar que la turismefòbia i l'antiturisme a Dénia i Xàbia destaquen per la seua absència.

Una conclusió interessant és que no tenen definit un pla de màrqueting turístic com a tal, sinó que tracten de buscar col·laboracions i campanyes de promoció turística en funció del que creuen oportú. Si bé és cert que des dels departaments de turisme dels dos municipis tenen prou clar quins són els seus objectius turístics, ja que tenen definides les variables de màrqueting turístic i saben quin tipus de turisme atrauen i quin volen atraure.

Es podria establir que la zona de la Costa Blanca és un reclam turístic referent per a la resta d'Espanya. En este treball s'han aportat dades i estadístiques que demostren que, si bé és cert que la Comunitat Valenciana és una de les comunitats autònomes del país més importants turísticament parlant (és la cinquena en este sentit), la província d'Alacant ho és encara més, ja que en quant a diferenciació per províncies, Alacant és puntera pel que fa a rebuda de turistes espanyols. Benidorm juga un paper



molt important en este sentit, donat que es tracta d'una de les ciutats més importants d'Europa en quant al turisme estranger que rep pràcticament al llarg de tot l'any.

Dins la Costa Blanca s'ha pogut comprovar que Dénia i Xàbia són dos dels municipis turístics més importants de la zona. Un dels motius d'este fet, tal i com expressen els principals responsables de turisme dels municipis, podria ser que des dels departaments de turisme s'intenta mostrar una imatge turística de destí tranquil i segur.

Seguint amb el tema de la qualitat de vida de les localitats estudiades, els fets recolzen este aspecte, ja que ambdós municipis compten amb residents estrangers que s'han quedat a viure en estes localitats per este motiu, i també moltes segones residències, en este cas tant d'estrangers com sobretot d'altres parts d'Espanya.

En la comparativa del producte turístic dels dos municipis es poden trobar dos conclusions importants. La primera d'elles seria que Dénia compta amb una quantitat major d'atractius turístics, alguns d'ells d'una repercussió mundial i que potencien molt la ciutat en clau turística. Xàbia, en este sentit, destaca per saber exprimir al màxim les seues possibilitats i els seus atractius turístics, que són d'una qualitat molt elevada. És rellevant la capacitat dels dos municipis per aconseguir que molts dels turistes que els visiten acaben adquirint una segona residència o fins i tot que establisquen la seua residència principal en estes zones.

Del mateix apartat que la conclusió anterior, s'extrau una diferenciació clara a l'hora de definir quines són les temporades altes de les localitats de Dénia i Xàbia, ja que, com també es comenta anteriorment, per tots es sabut que l'època de major afluència turística dels municipis costaners és l'estiu. Així, el regidor de turisme de Xàbia estableix que la seua temporada alta va des de pasqua fins novembre, mentre que el departament de turisme de Dénia es refereix únicament a juliol i agost com a temporada alta. No sembla important esta diferenciació, ja que és evident que les temporades altes dels dos municipis realment són les mateixes degut a les similituds en quant a la tipologia d'ambdós.

En este sentit, es podria pensar que el fet de tindre Benidorm tan prop d'estos municipis podria suposar un problema o inconvenient, però és interessant observar com el regidor de turisme de Xàbia parla sobre este tema, explicant que Benidorm atrau un altre tipus de turisme en el qual el seu municipi no està interessat. De la informació que s'obté de les entrevistes amb els responsables de turisme de Dénia es pot sobreentendre que no existeix cap tipus de preocupació per la gran potència turística que és Benidorm, pel fet que, segons expliquen l'Alcalde i regidor de turisme i la tècnica de turisme, tenen una afluència turística molt estable i molt elevada i que,

per tant, Benidorm no suposa una amenaça per a ells. Per tant, cal deixar clar que Benidorm i Dénia i Xàbia són municipis molt importants turísticament, però molt diferents entre ells.

Una altra conclusió que es pot extraure, principalment, de la entrevista amb la tècnica de turisme de Dénia, és que des del departament de turisme tracten de fer comunicació turística tenint en compte tota la zona de la Marina Alta. Una bona recomanació en este sentit podria ser proposar treballar conjuntament amb el municipi de Xàbia, ja que podrien beneficiar-se mútuament del gran potencial turístic amb que compten les dos localitats. Són dos municipis complementaris que poden oferir experiències semblants, però alhora diferents, ja que probablement Xàbia compte amb cales més reclamades pels turistes i Dénia amb una oferta turística difícilment igualable, sobretot pel que fa a la gastronomia, i tenint en compte que es tracta de dos municipis limítrofs, podrien tindre una relació molt beneficiosa per a ambdós parts.

CONCLUSIONS	DÉNIA	XÀBIA
PÀGINES WEB	Completa i estructurada.	Molt completa i amb propostes interessants per als turistes.
COMPARACIÓ DELS MUNICIPIS	Dos localitats molt semblants en quant a característiques, però Dénia significativament més gran.	
TURISMEFÒBIA I ANTITURISME	Queixes molt puntuals, i cap formal. Estos factors brillen per la seua absència a les dos localitats	
ESTRATÈGIES DE MÀRQUETING TURÍSTIC	Cap dels dos municipis compta amb una estratègia de màrqueting definida, però ambdós tenen clars els seus objectius.	
PRODUCTE TURÍSTIC	Compta amb un major nombre de recursos turístics.	Aprofita al màxim els recursos de què disposa.
BENIDORM	És destacable com des dels dos municipis comparteixen el punt de vista que Benidorm no suposa una amenaça per al seu mercat turístic.	

Taula 8: taula-resum de les principals conclusions extretes del treball.

Font: elaboració pròpia.

En quant a les recomanacions, a banda de la que s'acaba d'explicar, es poden establir les següents:

En primer lloc, tot i que ambdós municipis tenen molt clares les pautes a seguir en les variables del màrqueting turístic, per al municipi de Dénia, des del meu punt de vista, crec que caldria estudiar més profundament el problema de la massificació de turisme al llarg de la seua temporada alta, és a dir, els mesos de juliol i agost, ja que des del departament de turisme no se li està donant la importància que, en la meua opinió, mereix.

És necessari adoptar mesures per tal d'evitar l'elevat grau de congestió, sobretot de vehicles, a què aplega la ciutat a l'estiu. Des del meu punt de vista, i com bé comenta la tècnica de turisme en la entrevista, hi ha diverses setmanes d'agost en què resulta pràcticament impossible conduir i aparcar a Dénia. Una bona recomanació en este sentit podria ser donar-li més protagonisme i incentivar molt més l'ús del transport públic, tant per als residents habituals de Dénia com per als turistes que visiten el municipi.

Xàbia tampoc destaca per la seua fluïdesa de vehicles, sobretot en la zona de l'Arenal, on en temporada alta també resulta complicat conduir i aparcar. També seria una bona opció per al municipi establir noves zones d'aparcament i incentivar l'ús del transport públic.

En quant a la distribució turística d'ambdós municipis, des del meu punt de vista, és una faceta que cal seguir desenvolupant, essencialment en el sentit de les cales i platges que tenen limitació d'aforament. Seria convenient establir punts de venda o, en estos casos, de reserva d'accés a les cales en què siga necessari. En la meua opinió, no té massa sentit el fet d'anar rebent a gent fins que l'aforament es complete, sinó que seria més lògic establir un sistema de reserva online per tal que la gent puga reservar una "plaça", especificant, aproximadament, les hores que desitja estar a la cala o platja en qüestió, establint també un mínim i un màxim de temps d'estada a la platja o cala per poder realitzar la reserva.

Seguidament, pel que fa a les preguntes sobre la marca Costa Blanca, les respostes deixen entreveure que la relació amb esta es pretén que siga de col·laboració, però cal destacar que des dels departaments de turisme dels dos municipis s'explica que el gran benefici que els aporta la marca és que els permet ubicar-los internacionalment en el mapa. Seria recomanable intentar establir una relació més estreta entre la marca Costa Blanca i els municipis que la formen, ja que, a l'igual que en les relacions entre Dénia i Xàbia, podrien sorgir molts beneficis per a totes les parts.

Pel que fa a Xàbia, es recomana que emprenga campanyes de promoció turística més agressives i tractar d'atraure més turistes. És un municipi amb un potencial turístic molt elevat i, tot i que ja són capaços de rebre molts visitants cada any, crec que podrien donar-li molta més visibilitat a la seua gastronomia i al seu casc antic, fet que ajudaria a cridar l'atenció d'una major quantitat de turistes. A més, promocionant el seu casc antic podrien atraure un altre tipus de turisme que beneficiaria a més sectors de la població de Xàbia.

RECOMANACIONS	DÉNIA	XÀBIA
<b>PÀGINES WEB</b>	Establir una relació de col·laboració entre els dos municipis, beneficiosa per als dos.	
<b>MASSIFICACIÓ TURÍSTICA</b>	Cal donar-li molta més importància a este problema.	Són conscients de la massificació d'algunes de les seues platges i cales.
<b>COSTA BLANCA</b>	Intentar establir una relació més estreta amb la marca Costa Blanca per tal de beneficiar-se mútuament.	
<b>CAMPANYES DE PROMOCIÓ TURÍSTICA</b>	Emprendre campanyes més agressives i tractar de ser més ambiciosos a l'hora d'atraure turistes.	

*Taula 9: taula-resum de les principals recomanacions.*

*Font: elaboració pròpia.*

Este treball m'ha donat la possibilitat d'endinsar-me en gran part de tot allò relacionat amb el màrqueting i el turisme de la zona de Dénia i Xàbia, on residisc. Sempre m'havia semblat molt interessant tractar d'entendre per què esta zona és tan important turísticament, a banda de factors evidents com el clima. He pogut aprendre com, des dels departaments de turisme d'estos municipis, es tracten d'explotar tots els recursos turístics disponibles i s'aprofita al màxim qualsevol factor del municipi per oferir-lo com una oportunitat turística per als visitants.

A més, este treball també m'ha permès conèixer personalment a l'Alcalde de Dénia, Vicent Grimalt, al regidor de turisme de Xàbia, Antonio Miragall, i a una de les responsables de l'oficina de turisme de Dénia, Eva Asperilla. Açò també ha sigut molt

important per a mi, ja que m'ha semblat curiós les diferents formes d'explicar-se sobre el turisme i el màrqueting dels municipis de cadascun dels entrevistats, i els diferents punts de vista que m'han donat, tot i que, com s'ha vist en el treball, tots han acabat dient coses bastant semblants, però de diferents maneres.

En definitiva, este treball m'ha sigut molt útil per a formar-me en un àmbit molt interessant i enriquidor.

## Bibliografia.

ABC. *Récord histórico de turismo internacional en 2019 en la Comunidad Valenciana con 9,5 millones de visitantes.* <[https://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-record-historico-turismo-internacional-2019-comunidad-valenciana-95-millones-visitantes-202002032159\\_noticia.html](https://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-record-historico-turismo-internacional-2019-comunidad-valenciana-95-millones-visitantes-202002032159_noticia.html)> [Consulta: 12 de gener del 2021].

Ajuntament de Dénia. <<http://www.denia.es/va/index.aspx>> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

Ajuntament de Xàbia. <<https://www.ajxabia.com/>> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

ALICANTE PLAZA. *Costa Blanca registra 2019 como uno de los mejores de la década: anotan un 68,8% de ocupación media.* <<https://alicanteplaza.es/costa-blanca-registra-2019-como-uno-de-los-mejores-de-la-decada-anotan-un-68-8-de-ocupacion-media>> [Consulta: 12 de gener del 2021].

ALICANTE PLAZA. *La Costa Blanca captó el 57% de la actividad turística de la Comunitat en 2019.* <<https://alicanteplaza.es/la-costa-blanca-capto-el-57de-la-actividad-turistica-de-la-comunitat-en-2019>> [Consulta: 12 de gener del 2021].

ATIENZA MOYA, I. (2019). *Relaciones entre las redes sociales y la gestión y comunicación de un destino turístico: el caso de Turisme Valencia-España.* Directores: Teruel Serrano, M<sup>a</sup> Dolores y Rebollo Pedruelo, Miguel. Treball Final de Màster. Gandia: Universitat Politècnica de València.

BARCELÓ EXPERIENCES. *Cap de la Nau, Caves, Coves and viewpoints.* <<https://www.barcelo.com/guia-turismo/en/spain/alicante/things-to-do/cabo-de-la-nao-jaeva-alicante/>> [Consulta: 20 d'abril del 2021].

BURKART, A. J, MEDLIK, S. (1981). *Tourism: past, present and future.* Londres: Heinemann Publishers.

CASALDERREY, N. G., GARCÍA, J. A., MACH, A. P., FERNÁNDEZ, Ó. V. (2018). *De la turismofobia a la convivencia turística: el caso de Barcelona. Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín.* Barcelona: Universitat de Barcelona.

CADENA SER. *¿Qué es el plan de sostenibilidad turística?.* <[https://cadenaser.com/emisora/2020/09/02/radio\\_denia/1599037045\\_022382.html](https://cadenaser.com/emisora/2020/09/02/radio_denia/1599037045_022382.html)> [Consulta: 3 de setembre del 2021].

CENTRAL DE RESERVAS. *Hoteles en Costa Blanca.* <<https://www.centraldereservas.com/hoteles/costas/costas-del-mediterraneo/costas-mediterraneas-espanolas/costa-blanca>> [Consulta: 20 d'abril del 2021].

CLAWSON, M., KNESTCH, J.L. (1966). *The Economics of Outdoor Recreation*. Baltimore: John Hopkins University Press (citat en Sancho, 1998).

COSTA BLANCA. *Costa Blanca*.  
<[http://www.costablanca.org/Val/Descubre\\_la\\_Costa\\_Blanca/La\\_Costa\\_Blanca/Pagines/default.aspx](http://www.costablanca.org/Val/Descubre_la_Costa_Blanca/La_Costa_Blanca/Pagines/default.aspx)> [Consulta: 12 de novembre del 2020].

COSTA BLANCA. *Gastronomia*.  
<[http://www.costablanca.org/Val/Cosas\\_que\\_hacer/Gastronomia\\_y\\_Enoturismo](http://www.costablanca.org/Val/Cosas_que_hacer/Gastronomia_y_Enoturismo)>  
[Consulta: 12 de novembre del 2020].

COSTA BLANCA. *Les 7 meravelles de la província d'Alacant*.  
<[http://www.costablanca.org/Val/Descubre\\_la\\_Costa\\_Blanca/7\\_maravillas\\_alicante](http://www.costablanca.org/Val/Descubre_la_Costa_Blanca/7_maravillas_alicante)>  
[Consulta: 12 de novembre del 2020].

COSTA BLANCA. *Les deu experiències imprescindibles*.  
<[http://www.costablanca.org/Val/Descubre\\_la\\_Costa\\_Blanca/10\\_experiencias\\_imprescindibles](http://www.costablanca.org/Val/Descubre_la_Costa_Blanca/10_experiencias_imprescindibles)> [Consulta: 12 de novembre del 2020].

COSTA BLANCA. *Organitza el teu viatge*.  
<[http://www.costablanca.org/Val/Organiza\\_tu\\_viaje/Pagines/default.aspx](http://www.costablanca.org/Val/Organiza_tu_viaje/Pagines/default.aspx)> [Consulta: 12 de novembre del 2020].

COSTA BLANCA. *Platges i cales*.  
<[http://www.costablanca.org/Val/Cosas\\_que\\_hacer/Playas\\_y\\_Calas](http://www.costablanca.org/Val/Cosas_que_hacer/Playas_y_Calas)> [Consulta: 12 de novembre del 2020].

*Descubriendo Alicante. Moros y Crisitanos de Villajoyosa – El Desembarco*.  
<<https://www.descubriendoalicante.com/moros-y-cristianos-de-villajoyosa-el-desembarco/>> [Consulta: 14 de novembre del 2020].

*Diari en línia sobre Dénia*. <<https://www.denia.com/>> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

*Diario del Viajero. El Misteri d'Elx, Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, se podrá ver gratis en Elche el 1 de noviembre*.  
<<https://www.diariodelviajero.com/recomendaciones-de-la-casa/misteri-d-elx-patrimonio-humanidad-unesco-se-podra-ver-gratis-elche-1-noviembre>> [Consulta: 14 de novembre del 2020].

DIPUTACIÓ D'ALACANT. *Turismo. Datos provisionales agosto 2018*.  
<[http://documentacion.diputacionalicante.es/pr\\_turismo.asp](http://documentacion.diputacionalicante.es/pr_turismo.asp)> [Consulta: 12 de novembre del 2020].

DOMÍNGUEZ VAQUERO, P. (2019). *La inmigración en Alicante*. <<https://astialicante.org/wp-content/uploads/2019/09/Informe-Visual-2019-def.pdf>>

[Consulta: 5 de desembre del 2020].

DRUCKER, P. F. (1986). *Management: tasks, responsibilities, practices*. Nova York: Truman Talley Books.

*El Mundo*. *La Costa Blanca, líder absoluto en turismo nacional*. <[https://www.elmundo.es/comunidad-](https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/alicante/2019/01/24/5c489d45fc6c8394068b466f.html)

[valenciana/alicante/2019/01/24/5c489d45fc6c8394068b466f.html](https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/alicante/2019/01/24/5c489d45fc6c8394068b466f.html)> [Consulta: 5 de novembre del 2020].

*El Periódico*. *España cierra 2019 con 83'7 millones de turistas, un 1,1% más*. <[https://www.elperiodico.com/es/economia/20200203/espana-cierra-2019-record-](https://www.elperiodico.com/es/economia/20200203/espana-cierra-2019-record-turistas-837-millones-7833418)

[turistas-837-millones-7833418](https://www.elperiodico.com/es/economia/20200203/espana-cierra-2019-record-turistas-837-millones-7833418)> [Consulta: 2 de juny del 2021].

*Epdata*. *¿Cuántos turistas llegan a España?* <[https://www.epdata.es/datos/turistas-](https://www.epdata.es/datos/turistas-turismo-espana/64/espana/106)

[turismo-espana/64/espana/106](https://www.epdata.es/datos/turistas-turismo-espana/64/espana/106)> [Consulta: 2 de juny de 2021].  
*Epdata*. *El turismo en España y en el mundo, en datos y gráficos*. <<https://www.epdata.es/datos/turismo-espana-mundo-datos-graficos/272>> [Consulta: 2 de juny del 2021].

GALÍ, N. I DONAIRE, J. A. (2004). *La imagen a priori de los destinos turísticos monumentales: el caso de Girona*. Girona: Papers de turismo.

*GastroXàbia*. <<https://cupdf.com/document/gastro-xabia.html>> [Consulta: 3 de setembre del 2021].

GENERALITAT VALENCIANA. *10 herramientas gratuitas para impulsar el turismo en tu municipio*. <[http://www.turismecv.com/10-herramientas-gratuitas-para-impulsar-el-](http://www.turismecv.com/10-herramientas-gratuitas-para-impulsar-el-turismo-en-tu-municipio/)

[turismo-en-tu-municipio/](http://www.turismecv.com/10-herramientas-gratuitas-para-impulsar-el-turismo-en-tu-municipio/)> [Consulta: 10 de desembre del 2020].

GENERALITAT VALENCIANA. *7 pasos para crear experiencias turísticas y vender más*. <<http://www.turismecv.com/7-pasos-para-crear-experiencias-turisticas-y-vender-mas/>>

[Consulta: 10 de desembre del 2020].

GONZÁLEZ ESCOBAR, R (2015). *Promoción turística en redes sociales*. Director: Torre Balseiro, M<sup>a</sup> Cristina. Treball Fi de Grau. Santander: Escola Universitària de Turisme Altamira.

HERNÁNDEZ MEJÍAS, P. (2016). *Masterplan de marketing turístico para municipios de la Comunidad Valenciana*. Director: Jose Miguel Ferrer Arranz. Treball Fi de Grau. València: Universitat Politècnica de València.



HERNÁNDEZ, L. M., CAMPRUBÍ, R., COROMINA, L.: (2018). *El rol del turista como emisor y perceptor de imagen turística en Instagram*. Girona: Universitat de Girona.

HOSBEC. Ocupación hotelera de la Costa Blanca. <[https://www.hosbec.com/web/index.html#/survey/HOSBEC/OCUPACION\\_HOTELER\\_A\\_COSTABLANCA](https://www.hosbec.com/web/index.html#/survey/HOSBEC/OCUPACION_HOTELER_A_COSTABLANCA)> [Consulta: 20 d'abril del 2021].

Información. La Costa Blanca ingresó un total de 7.800 millones por el turismo extranjero en 2019. <<https://www.informacion.es/economia/2020/02/03/costa-blanca-ingreso-total-7-4900001.html>> [Consulta: 12 de noviembre del 2020].

INVATTUR. Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana. <<https://www.invattur.es/destinos-turisticos-inteligentes-comunitat-valenciana/>> [Consulta: 3 de setembre del 2021].

IVARS BAIDAL, J., SOLSONA MONZONÍS, F. J., GINER SÁNCHEZ, D. (2016). *Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): el nuevo enfoque de los destinos inteligentes*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

La Marina Plaza. El Mig Any de Moros y Cristianos llenará de fiesta El Verger este fin de semana. <<https://lamarinaplaza.com/2019/03/20/mig-any-moros-cristians-festa-el-verger-aquest-cap-setmana/>> [Consulta: 14 de noviembre del 2020].

Mabel Cajal. ¿Qué es el marketing turístico? Definición, características y tipos. <<https://www.mabelcajal.com/2019/06/que-es-marketing-turistico-definicion-caracteristicas-tipos.html/>> [Consulta: 26 de maig del 2021].

Manuduque. Marketing turístico: tipos de marketing turístico y ejemplos. <<https://www.manuduque.com/marketing/tipos-de-marketing/marketing-turistico/>> [Consulta: 8 de gener del 2021].

Marday Resort. Discover the uniqueness of the Cap de Sant Antoni marine reserve. <<https://www.javeamigos.com/discover-the-uniqueness-of-the-cap-de-sant-antoni-marine-reserve/>> [Consulta: 20 d'abril del 2021].

MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2019). *Fundamentos de la doctrina general del turismo*. Oviedo: Edición crítica.

OMT (2021) *Los recursos de los destinos turísticos*. Organización Mundial del Turismo, Themis, Institute for Quality in Tourism Education, Máster en Alta Gestión en Política y Estrategia de Destinos Turísticos, Postgrado en Desarrollo Sostenible de los Destinos Turísticos, Especialización en Planificación de los Destinos Turísticos.

Portal oficial de turisme de Dénia. <<https://www.denia.net/>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Banderes Blaves. <<https://www.denia.net/va/16013785051292110>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Ciudad Creativa de la Gastronomía. <<http://www.denia.net/cultura-gastronomica>> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Dénia a la tarda nit. <<https://www.denia.net/denia-a-la-tarda-nit>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Dénia al matí. <<https://www.denia.net/va/15946486936675310>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Estadístiques. <<https://www.denia.net/estadistiques>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Itineraris monumentals. <<https://www.denia.net/itineraris-denia>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Natura. <<https://www.denia.net/natura>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Platges i serveis. <<https://www.denia.net/llistat-de-platges>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Què visitar? <<https://www.denia.net/que-visitar1>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Què és el SICTED? <<https://www.denia.net/que-es-el-sicted>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Dénia. Turisme actiu i ecoturisme. <<https://www.denia.net/esports>> [Consulta: 22 de desembre del 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. <<http://va.xabia.org/>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. Descobrix Xàbia. <<http://va.xabia.org/ver/968/Descobrix-X%C3bia.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. Directori. <<http://va.xabia.org/ver/1647/Directorio.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. Film Office. <<http://va.xabia.org/ver/1889/Film-Office.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. Miradors. <<http://va.xabia.org/ver/1516/Miradors.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. Planifica el teu viatge. <<http://va.xabia.org/ver/970/Planifica-el-teu-viatge.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. Platges i cales. <<http://va.xabia.org/ver/1004/Platges-i-cales.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. Quant de temps tens? <<http://va.xabia.org/ver/1014/Quant-de-temps-tens.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. Què fer. <<http://va.xabia.org/ver/1072/Qu%C3-fer.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. Reserva Marina del Cap de Sant Antoni. <<https://www.xabia.org/ver/1555/Reserva-Marina-del-Cap-de-Sant-Antoni.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Portal oficial de turisme de Xàbia. Reserva Marina del Cap de Sant Antoni. <<https://www.xabia.org/ver/1555/Reserva-Marina-del-Cap-de-Sant-Antoni.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2021]

Portal oficial de turisme de Xàbia. Situació geogràfica. <<http://va.xabia.org/ver/1855/Situaci%C3%B3-geogr%C3-fica.html>> [Consulta: 23 de desembre de 2020].

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Objetivos de desarrollo sostenible. <<https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>> [Consulta: 25 d'agost de 2021].

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Objetivo 11: ciudades y comunidades sostenibles. <<https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-11-sustainable-cities-and-communities.html>> [Consulta: 25 d'agost de 2021].

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Objetivo 14: vida submarina. <<https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-14-life-below-water.html>> [Consulta: 25 d'agost de 2021]

*Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Objetivo 15: vida de ecosistemas terrestres.* <<https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-15-life-on-land.html>> [Consulta: 25 d'agost de 2021].

QUIQUE DACOSTA. *Quique Dacosta.* <<https://www.quiquedacosta.es/>> [Consulta: 20 d'abril del 2020].

RIVERA VILAS, L. M. (2004). *Marketing para las administraciones públicas. Gestión de la satisfacción en un servicio público.* València: Universitat Politècnica de València.

SÁNCHEZ MORENO, L (2013). *La estrategia de marketing turístico del Instituto de Turismo de España: una aproximación a la política de promoción turística internacional de España en el periodo 2008-2011.* Director: Cambrils i Camarena, Joan Carles. Treball Fi de Grau. Gandia: Universitat Politècnica de València.

SANTESMASES MESTRE, M. (1999). *Marketing: conceptos y estrategias.* Madrid: Edición Pirámide.

SERRA CANTALLOPS, A. (2002). *Marketing turístico.* Madrid: Ediciones Pirámide i ESIC Editorial.

SOLA RUBIO, D. (2017). *Plan de comunicación turística de Cartagena.* Director: Flores López, Enrique. Trabajo de Fi de Grau. Cartagena: Universitat Politècnica de Cartagena.

UNESCO. *Creative Cities Network.* <<https://es.unesco.org/creative-cities/content/acerca-de>> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *Alcoi.* <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Alcoi#Moros\\_i\\_cristians](https://ca.wikipedia.org/wiki/Alcoi#Moros_i_cristians)> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *Altea la Vella.* <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Altea\\_la\\_Vella](https://ca.wikipedia.org/wiki/Altea_la_Vella)> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *Cap de la Nau.* <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Cap\\_de\\_la\\_Nau](https://ca.wikipedia.org/wiki/Cap_de_la_Nau)> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *Costa Blanca.* <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Costa\\_Blanca](https://ca.wikipedia.org/wiki/Costa_Blanca)> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *Dénia.* <<https://ca.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9nia>> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *El Castell de Guadalest.* <[https://ca.wikipedia.org/wiki/El\\_Castell\\_de\\_Guadalest](https://ca.wikipedia.org/wiki/El_Castell_de_Guadalest)> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *Massís del Montgó*. <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Mass%C3%ADs\\_del\\_Montg%C3%B3](https://ca.wikipedia.org/wiki/Mass%C3%ADs_del_Montg%C3%B3)> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *Nova Tabarca*. <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Nova\\_Tabarca](https://ca.wikipedia.org/wiki/Nova_Tabarca)> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *Penyal d'Ifac*. <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Penyal\\_d%27Ifac](https://ca.wikipedia.org/wiki/Penyal_d%27Ifac)> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *Serra Gelada*. <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Serra\\_Gelada](https://ca.wikipedia.org/wiki/Serra_Gelada)> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

VIQUIPÈDIA. *Xàbia*. <<https://ca.wikipedia.org/wiki/X%C3%A0bia>> [Consulta: 8 de desembre del 2020].

WITT, S. I MOUTINHO, L. (1995). *Tourism marketing and management handbook*. Londres: Prentice Hall International.

## Annexos.

### Annex 1: qüestionari per al regidor de turisme de Xàbia.

- **PRODUCTE.**
  - La estacionalitat és un handicap per a la planificació turística de Xàbia o inclòs ho agraiu? Teniu en ment alguna proposta o alguna idea per tractar d'allargar la temporada alta?
  - Heu tingut algun problema de massificació del turisme? Com els heu afrontat? Quina és la solució o solucions que heu aportat als problemes de massificació? Vos ha arribat alguna queixa dels residents de Xàbia per este motiu?
  - Quins atractius turístics utilitzeu per a cridar l'atenció dels turistes?
  - D'entre tots els atractius turístics, quin o quins són els que més èxit solen tindre? Es pot percebre una diferència significativa entre el que busca el turista nacional i l'internacional? Quines diferències hi ha?
  - Pot suposar un handicap a llarg termini el fet de què l'interés turístic estiga tan centrat en les cales i platges, ja de per sí sobrevisitades? Com gestioneu este factor?
- **COMUNICACIÓ I DISTRIBUCIÓ.**
  - Quina és la imatge turística que es pretén donar del municipi?
  - Com podríem fer per millorar la imatge turística de Xàbia i així atraure més turisme i de més qualitat?
  - A Xàbia com a municipi, la marca Costa Blanca què vos aporta?
  - Observant la pàgina web de turisme del municipi he pogut comprovar que se li dona un paper molt important a la gastronomia. Quin paper juga la gastronomia, el plat fort del turisme de Xàbia?
  - Quines eines utilitzeu per fer promoció turística? Quin ús feu de les xarxes socials per a donar-vos a conèixer? Quines utilitzeu? Quina és la que arriba a més persones? Són la principal eina de promoció turística a dia de hui per a vosaltres?
  - Quin eslògan utilitzeu? Quin significat té?
- **PRESSUPOSTOS.**
  - De quin pressupost disposeu per al turisme?
  - Del total, quant destineu a manteniment i restauració d'atractius turístics (Platges, edificis històrics...)? I quant a fer màrqueting turístic i comunicació turística?
  - Quina és la despesa per turista que solen realitzar els visitants quan venen a Xàbia?

**Annex 2: qüestionari per al regidor de turisme i Alcalde de Dénia i per a la tècnica de turisme.**

- **PRODUCTE.**
  - La estacionalitat és un handicap per a la planificació turística de Dénia? Teniu en ment alguna proposta o alguna idea per tractar d'allargar la temporada alta?
  - Donats els problemes sorgits en els últims anys arrel de la massificació del turisme, com els afronteu? Quina és la solució o solucions que heu aportat als problemes de massificació? Vos ha arribat alguna queixa dels residents de Dénia per este motiu?
  - Durant els mesos d'estiu, a simple vista, dona la sensació de que al Castell li falta un poc de visibilitat. No creu que podríem donar-li més visibilitat en sentit literal per engrandir més si cap la seua presència?
  - Quins atractius turístics utilitzeu per a cridar l'atenció dels turistes?
  - D'entre tots els atractius turístics, quin o quins són els que més èxit solen tindre? Es pot percebre una diferència significativa entre el que busca el turista nacional i l'internacional? Quines diferències hi ha?
  - Utilitzeu les falles com a reclam turístic o les considereu més com a una festa per als habitants de Dénia?
  - Què suposa Balearia en concret i el port en general per a Dénia?
  - Observant la pàgina web de turisme del municipi he pogut comprovar que se li dona un paper molt important a la gastronomia. Quin paper juga la gastronomia, el plat fort del turisme de Dénia?
  - El fet de que Dénia siga considerada Ciutat Creativa de la Gastronomia, què aporta al municipi?
  - Com es gestionen tots els ingredients dels que disposa Dénia? Port (connexió amb les illes), gastronomia (Quique Dacosta), falles i oci (port, platges, carrer la mar...)?
- **COMUNICACIÓ I DISTRIBUCIÓ.**
  - Quina és la imatge turística que es pretén donar del municipi?
  - Com podríem fer per millorar la imatge turística de Dénia i així atraure més turisme i de més qualitat?
  - A Dénia com a municipi, la marca Costa Blanca què vos aporta?
  - Quines eines utilitzeu per fer promoció turística? Quin ús feu de les xarxes socials per a donar-vos a conèixer? Quines utilitzeu? Quina és la que arriba a més persones? Són la principal eina de promoció turística a dia de hui per a vosaltres?
  - Utilitzeu algun eslògan? Quin significat té?

- Segons la Wikipedia, a gener del 2019, cita textualment: “Denia es el municipio de España de menos de 50 000 habitantes que más veraneantes recibe según las cifras de población estacional del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas”. Continua sent així? Si ha disminuït, com podem tornar a ocupar eixe primer lloc? Si ha augmentat, què fem amb la massificació.
- PRESSUPOSTOS.
  - De quin pressupost disposeu per al departament de turisme?
  - Del total, quant destineu a manteniment i restauració d'atractius turístics (Platges, edificis històrics...)? I quant a fer màrqueting turístic i comunicació turística?
  - Quina és la despesa per turista que solen realitzar els visitants quan venen a Dénia?



**Annex 3: Transcripció de la entrevista al regidor de turisme de l'Ajuntament de Xàbia: Antonio Miragall.**

- PRODUCTE.

Pregunta: el tema de la estacionalitat és un handicap per a vosaltres? Com ho gestioneu?

Resposta: és un handicap, ja no només per al departament de turisme, sinó per al poble en general, perquè fa que la teua perspectiva de negoci haja d'estar adaptada a eixe moviment de temporades altes i baixes. Nosaltres, com a treballadors de l'ajuntament, el que fem és ampliar el personal de la zona de l'Arenal, obrim el tourist info d'eixa zona.

Les campanyes vas preparant-les, vas fent coses, però realment a qui li afecta és a l'empresari, que ha d'estar fluctuant sobre tot a nivell de treballadors.

P: quins mesos considereu que són la temporada alta de turisme?

R: comença en pasqua, la temporada alta, la que podríem dir més forta, comença en pasqua, i està allargant-se fins novembre, i després la resta de l'any també hi ha molt de resident en la zona que fa que no hi haja mai una temporada baixa realment.

P: pràcticament teniu més mesos de temporada alta que de temporada baixa?

R: sí, i damunt en temporada baixa, el que són els caps de setmana, entre grups de la tercera edat, que venen contínuament al poble, el turista o el segon resident que ve a passar el cap de setmana, jo pense que temporada baixa a Xàbia no existeix.

P: però sí hi ha un diferència clara entre els mesos d'estiu i gener o febrer, per exemple, veritat?

R: sí, clar.

P: Pel que fa al tema d'aglomeracions que es formen sobretot a l'estiu, com tracteu la massificació del turisme, sobretot a les cales i platges, que és on més gent s'acumula?

R: Des de fa tres anys, hi hagut dos moments puntuals, el primer és quan es pren la decisió de controlar l'accés de vehicles a les cales del Portitxol i la Granadella, que està fent-se des de fa tres estius, i en la platja de la Granadella es va incloure el tema del trenet durant dos anys, 2018 i 2019. L'any 2020 ha sigut atípic i també s'han hagut de controlar les persones, a banda dels cotxes, i és una labor que continuem realitzant. De fet ja estem traient el nou plec de vigilància d'accessos a cales i platges, en la que tenim en conter Granadella i Portitxol, i ara també la Cova Tallada, i tenim en la recàmara Arenal, Grava i Cala Blanca, pel que puga passar. El que són Cova Tallada, Granadella i Portitxol continuem amb el control.

P: però respecte al control d'accessos a estes platges i cales ja estava implementat abans de la pandèmia, veritat?

R: sí.

P: vos ha arribat alguna queixa dels residents per la massificació de turistes durant la temporada alta?

R: és molt recurrent que qui ja té l'habitatge es queixe perquè ve molta gent, però no s'ha de mirar per eixe resident que puga arribar a queixar-se, sinó pel poble en general. Queixes de massificació no hi ha, són casos puntuals en què diuen "mira, estan construint" i clar, se'ls pot dir "i tu on vius?", és a dir, en un moment donat tu també vas construir una casa. Si el pla general ho permet, doncs s'ha de donar permís a que es realitze la construcció. Potser hi ha altres llocs on no es pot construir, de fet nosaltres en el pla general que està aprovant-se hi ha milers de quilòmetres quadrats que anem a protegir respecte el pla general anterior. És a dir, anem a protegir més zones, el que passa és que hi ha certes zones que ja estan pràcticament acabades en les que potser només queda un trosset per construir, i clar, també has de donar-lo perquè des de sempre s'ha pogut construir i en eixe lloc concret s'ha de poder seguir construint. També hi ha d'altres que estem defenent, molt de lloc que estem defenent.

Queixes? Molt puntuals, és a dir, ací no ha vingut ningú. Normalment les queixes són per xarxes socials, però queixes formals, que jo sàpiga, no.

P: el tema dels atractius turístics també m'interessa molt, sobretot els que més èxit tinguen.

R: els atractius turístics de Xàbia, sense dubtes, són la naturalesa, la història, la mar, l'aigua, tot el que significa nàutica en qualsevol de les seues vessants, des del pàdel (surf) fins al lloguer de vaixells, el surf, les canoes... tot això està en auge últimament.

P: els esports aquàtics en general, no?

R: sí, el tema aquàtic es bàsic a Xàbia. Després està el tema del Parc Natural del Montgó, la Reserva Marina del Cap de Sant Antoni... tot allò relacionat amb la naturalesa. Si alguna cosa tenim en este poble és amplitud de terreny, aleshores això dona lloc a bicicletes, caminar, senderisme, tot el relacionat amb la naturalesa és un atractiu. Els miradors són una història que va començar fa 20 o 25 anys i és brutal la quantitat de gent que va a gaudir de les vistes dels miradors.

P: també teniu una Ruta dels Miradors, dels 15, no?

R: sí, bé, es pot considerar una ruta, però al final pots vore els que vulgues. Són uns miradors que estan senyalitzats perfectament, des de turisme els senyalitzem. Ara fa poc hem canviat la imatge d'eixos miradors, perquè la imatge encara era la del principi,

un nou *logo* adaptat a l'actualitat i estan perfectament identificat tots. Són un atractiu important per a Xàbia.

P: seguint amb el tema dels atractius, també he vist en la pàgina web de turisme que se li dona un paper prou important.

R: sí, l'any 2012 vam crear GastroXàbia. Va ser una iniciativa del departament de turisme. En aquella època ja estava jo a turisme i vam crear eixa marca per a defensar una mica als restauradors i aglutinar les seues necessitats. No hi ha dubte que des d'eixe moment fins ara, i no és gràcies a GastroXàbia en absolut, s'ha creat una inèrcia que gràcies a ella ara tenim les estrelles Michelin, que són molt d'agrair. Efectivament, la gastronomia és un punt molt important, ja no només a Xàbia, sinó a tota la costa. Només has d'anar-te'n tu fora i veure com menges i després quan tornes a casa què menges. La gastronomia se m'ha oblidat abans nomenar-la, però sí, és molt important.

P: supose que juntament amb la naturalesa que comentàvem abans, la gastronomia és el plat fort del turisme, veritat?

R: sí. La tranquil·litat i la seguretat del destí també són molt importants. Igual que quan tu vas a qualsevol lloc, el que busca el turista és seguretat.

P: També hi ha molta gent estrangera que viu en les zones de muntanya del municipi.

R: sí, sí, allí dalt és un altre món. El diumenge vaig anar al Cap de la Nau i resulta que l'últim tram estan arreglant-lo, aleshores t'has de desviar cap a l'esquerra i arribes al Cap de la Nau, i feia temps que jo no passava per eixa zona de carretera i és increïble la quantitat de xalets que hi ha des del Portitxol cap amunt. És un altre món, pareix un altre poble.

P: i eixa gent que viu a eixes zones només ve en temporada alta?

R: No, hi ha molt de resident, molt de britànic i molts estrangers que viuen ací durant tot l'any, inclòs tenen allí els seus supermercats, els seus fontaners, els seus electricistes...

P: sobretot britànics?

R: sí, britànics sobretot, però també hi ha molts francesos, holandesos, alemanys... de tota Europa.

- COMUNICACIÓ I DISTRIBUCIÓ.

P: en quant a promoció turística, quines eines utilitzeu per a promocionar-vos com a municipi en general?

R: estem intentant mantenir-se en el tema de la promoció, és a dir, no estem incitant a que vinga més gent. Estem fent campanyes sobretot en el tema ecològic, de naturalesa, de respecte pel medi ambient, això és el que estem treballant. No estem centrats en que vinguen més turistes. Anem a intentar mantenir el que tenim, si vens eres benvingut, si eres nou eres benvingut, evidentment, però no estem fent cap campanya agressiva perquè vinguen ací 10.000 persones més setmanalment durant l'estiu. Al contrari, el que estem fent és buscar que (els turistes) respecten el destí, el tema de la neteja, el tema ecològic, el tema de defendre les costes i respectar els fons marins... eixe és el camí que estem agafant. Fem campanyes als col·legis, en la Ciutat de les Arts i les Ciències, centrats sobretot en la defensa de les costes i dels fons marins que comentava abans.

També hem col·locat Mupis per tot el poble per un concurs que va haver a tots els col·legis i en eixos Mupis s'han posat els dibuixos d'alguns xiquets i xiquetes.

P: i en què respecta a xarxes socials?

R: en la pàgina tant de l'ajuntament com la de turisme contínuament s'afegeix informació i va actualitzant-se, i ahí sí que posem els esdeveniments més importants que anem tenint en el poble, a part de les campanyes, que realment tenim una campanya continua perquè no hi ha setmana que no es posen dos o tres notícies. A Facebook, Instagram... contínuament.

P: teniu un públic concret a qui vos dirigiu quan feu promoció turística? Busqueu més el turisme nacional, l'internacional...?

R: les campanyes van dirigides a tot el món i després també estem en col·laboració amb una associació d'empresa familiar de viatjar amb xiquets, tour and kids s'anomena, la qual estem recolzant contínuament en les seues publicacions.

P: feu alguna diferenciació entre els turistes?

R: no, a vore, hi ha unes dades que després s'envien a l'Agència Valenciana de Turisme, no sé si mensual o anualment, crec que mensualment, en les que recollim d'on venen els turistes. Fem una diferenciació pel que fa a l'origen de cada turista.

Sabem que el poble és un destí turístic familiar bàsicament, encara que té de tot (el poble), té festa, té zones d'oci molt importants, però bàsicament és turisme familiar i tranquil. La filosofia del xalet de tres habitacions de lloguer comporta que el perfil més habitual fins la pandèmia, que ho ha canviat tot, siga el turisme familiar. Xàbia és un destí sobretot familiar o d'un grup de famílies amb xiquets.

P: aleshores la imatge turística que es pretén donar del municipi és eixa, no? La d'un turisme familiar.

R: sí, un destí tranquil, un destí familiar, on es puga descansar, bona temperatura, bona gastronomia. Això és el que intentem mostrar.

P: teniu alguna idea en ment per tractar de millorar, més si cap, eixa imatge que teniu?

R: sí, en les campanyes el que busquem es mostrar la defensa de la naturalesa, de tot tipus de naturalesa, tant en terra com en la mar.

P: la marca Costa Blanca què vos aporta?

R: el fet d'estar en el mapa, però realment no m'he parat a pensar què ens aporta. La ubicació, el fet d'estar dins la zona de la Costa Blanca, un destí turístic mundial, t'ubica en el mapa. Clar, estàs dins d'una zona que abasta un territori amb molts microdestins diferenciats. Encara que Benidorm està dins de la Costa Blanca ells tenen la seua pròpia marca, encara que no poden negar que estan dins de la Costa Blanca. Però està clar que el destí de Benidorm no té res a veure amb el nostre, aleshores la prova està en què, nosaltres estem patint ara per la situació, però Benidorm encara està patint molt més per la seua filosofia de lloguer a curt termini i cada setmana o deu dies canviar els clients, ací no, ací li diem turisme però realment són propietaris, residents. El turista és una part important, però eixe turista que nosaltres l'anomenem així perquè parla anglés, al final és un resident perquè té ací la seua vivenda.

P: sí, de fet venint cap ací m'he trobat dos persones parlant anglés i tenint en compte l'època de l'any en la que estem (febrer 2021) i la situació, no crec que foren turistes.

R: correcte. A vore, sí, clar que aporta (la marca Costa Blanca), té una estirada evident de que *per on passa banya* i és bo estar dins de la Costa Blanca evidentment, clar que sí.

P: ja per acabar, volia preguntar-te per l'eslògan "Xàbia, lo que no cambia" i el seu origen, el significat...

R: sí, eixe eslògan el vam crear en el mes d'abril/maig aprofitant una campanya que vam fer pel tema de la pandèmia. Eren moments molt complicats, igual que ho són ara, i vam estar pensant a vore què fèiem. Vam fer una campanya amb 5 vídeos i després un que els agrupava tots, per a donar la imatge de coses que no canviaven a Xàbia, és a dir, que a part de tot el que estava fent-nos canviar la pandèmia, hi havia una sèrie de coses que no canviaven, que podíem mantenir.

P: sí, el que vaig entendre jo és que es podia seguir gaudint de la naturalesa de Xàbia tot i que estiguérem enmig d'una pandèmia.

R: això era l'únic que teníem. No podies incitar a la gent a anar-se'n de copes, aleshores eixa va ser la línia que vam agafar i l'eslògan que vam elegir va ser "Xàbia, lo que no cambia".

P: i abans de la pandèmia teníeu algun altre eslògan?

R: sí, hem tingut “Esencia del Mediterráneo” i alguns més. De tant en tant anem canviant-los.

P: i què buscàveu en eslògans anteriors?

R: sempre s’ha buscat el tema de diferenciació a nivell de tranquil·litat, de destí segur, de contacte amb la natura, i eixe és el camí que hi havia anteriorment, i ara amb la pandèmia realment s’ha seguit amb eixa línia.

- PRESSUPOSTOS.

P: pel que fa als pressupostos, el que més m’interessa és quin percentatge destineu a manteniment i restauració d’atractius turístics.

R: això es realitza amb fons propis del departament de turisme i també ixen en moltes ocasions recolzaments per part de l’Agència Valenciana de Turisme, per part de Diputació, per part de Conselleria, per a recolzar els destins turístics. Xaro (personal de l’oficina de turisme de Xàbia) està contínuament rebent informació i intentant demanar subvencions de tot tipus, però normalment és amb fons propis. Però pel que fa a les platges, això ho porta l’Agència Valenciana de Turisme.

Ací (al departament de turisme) hem fet coses com per exemple, jo recorde les llums del museu, aleshores, fa uns anys, teníem ací una partida amb la que vam poder il·luminar tot el museu, que ara per la nit està molt bonic i això ho hem fet des d’ací. També vam aconseguir cobrir el Riurau d’Arnauda, que estava descobert. Són detalls que al llarg dels anys pots anar tirant-li mà, però no és la labor de turisme.

P: aleshores amb el vostre pressupost vos centreu més en la promoció i comunicació turística?

R: sí, en la promoció i la comunicació turística més que en el sustent del patrimoni.

**Annex 4: transcripció de la entrevista al regidor de turisme i Alcalde de Dénia: Vicent Grimalt.**

- PRODUCTE.

Pregunta: Com gestioneu el turisme que rebeu cada estiu? Teniu alguna iniciativa en ment per a gestionar-lo?

Resposta: en el turisme de Dénia s'ha de tenir en compte que és un turisme de segona residència i un turisme familiar. No és un turisme d'hotel com pot tindre Benidorm, Calp o altres ciutats, ací és més de segona residència, apartaments turístics, encara que hotels també hi ha. Per tant, això ja et marca un poc la organització del turista. La majoria són de sol i platja, entre juliol i agost, encara que nosaltres ja fa temps que estem intentant fer altres accions sobre tot en temes culturals per a que la gent pugui gaudir d'altres coses i que no sols estiga centrat en sol i platja, encara que el tipus de turisme que més destaca a Dénia és familiar i de sol i platja.

P: quina considereu que és per a vosaltres la temporada alta del turisme ací?

R: juliol i agost, sobretot agost.

P: teniu pensada alguna iniciativa per tractar d'allargar eixa temporada alta?

R: la única alternativa per a poder allargar la temporada alta és mitjançant accions culturals i esportives. Al ser un turisme familiar s'ha de tindre en compte que una cosa és que tu te'n vages amb la teua parella de vacances a algun lloc qualsevol en la que pots buscar altres alternatives o en altres dates, però el turisme familiar està molt vinculat a les vacances que tinguen els fills, que en este cas és juliol i agost, per això es molt difícil, independentment del temps. Al ser turisme de sol i platja la gent ve a la platja i en novembre no dona tant de gust com dona en agost, però sobre tot perquè va lligat a les vacances dels xiquets.

P: tornant al tema de juliol i agost, es pot observar una massificació del turisme que m'agradaria saber com ho gestioneu i què intenteu fer.

R: conforme es pot. És molt complicat, en una ciutat com Dénia que censats som 45.000, que de fet poden ser 60.000 ara mateixa, i que de sobte passem a ser 150.000 o 170.000 habitants és molt complicat, sobretot pel tema del tràfic, però no sols passa ací, també es complicat en ciutats com pot ser Marbella i en qualsevol ciutat turística que en moments puntuals passa el que passa.

P: seguint en el tema de la massificació, soleu rebre queixes per part dels residents de Dénia sobre este tema?

R: tots ens queixem, perquè quan tu no pots anar a cap lloc perquè està ple de gent o quan agafes el cotxe i hi ha congestió la gent es queixa, però també cal tindre clar que ens podem queixar del que vulguem, però si no vinguera la gent també ens queixaríem perquè no tindríem feina i no podríem menjar, s'han de compaginar les dos coses. Però queixes formals com a tal no hi ha hagut cap.

P: quins són els atractius turístics que utilitzeu vosaltres per a donar-vos a conèixer?

R: tot allò relacionat amb la natura, el Montgó, el mar i després el castell, la llotja o el port.

P: i el tema de la Gastronomia?

R: el tema de la gastronomia és un puntal important.

P: teniu alguna referència en quant a quin són els atractius turístics que la gent més busca?

R: sol i platja, gastronomia, castell en quant a visites i el que és la zona del centre de la ciutat, el carrer Campos i la zona de Baix la Mar.

P: el fet de que sigau ciutat creativa de la gastronomia ha aportat algun canvi en quant a turisme?

R: ha aportat un gran canvi, ja que això et posiciona a nivell mundial en un escenari en què a Espanya només estan Burgos i Dénia, aleshores només amb les promocions i amb totes les accions que fem amb la resta de ciutats de la UNESCO ja és molt important. La cosa és que tu vas tant a països d'Àsia, com d'Europa o com Amèrica del Sud sobretot i la promoció que tu estàs portant de la teua ciutat és molt important. A més, en el cas de la gastronomia només som 26 ciutats en tot el món.

P: en quant al port i Balearia, què aporten?

R: és el port més important. S'ha de diferenciar entre el que és un port de l'Estat i un port de la Generalitat. Ports de l'Estat en la Comunitat Valenciana estan València, Alacant, Castelló i Gandia, que els gestiona l'Estat. La resta són ports de la Generalitat, i d'estos el més important és el de Dénia, i per a nosaltres el fet de tindre Balearia ací és un referent importantíssim que la gent associe Balearia amb Dénia i la connexió amb les illes.

P: com gestioneu la gran quantitat d'atractius turístics dels que disposeu?

R: quan tu fas promoció, es fa un compendi de tot, però nosaltres no ens decanem només per un sector, nosaltres el que hem d'intentar és que quan vinga la gent, conega tot el que és Dénia. Fem una promoció barrejant-ho tot.



P: en la meua opinió personal, tinc la sensació de que al Castell li falta il·luminació. S'està tractant este tema?

R: sí, nosaltres estem ara mateixa en un projecte per a reil·luminar el Castell, el que passa és que eixos projectes són molt cars i estem mirant a vore com ho arreglem.

- COMUNICACIÓ I DISTRIBUCIÓ.

P: aleshores el tipus de turista que vosaltres busqueu és més el turisme familiar per a estar tranquils tota la família?

R: efectivament.

P: seguint amb el tema que estàvem parlant abans sobre els habitants, he llegit en la Wikipedia que al gener de 2019 éreu el municipi de menys de 50.000 habitants que més estiuejants rep segons les xifres de població i que podeu arribar fins als 200.000, això continua sent així a dia de hui?

R: això va ser l'any 2019, però en el 2020 evidentment no ha sigut així i enguany tampoc crec que pugui ser així, perquè mentre no tornem a la normalitat... però sí que és cert que això ha passat. En l'any 2010 va passar i va ser un estiu molt bo.

P: teniu la idea de mantenir eixe nivell?

R: és que eixe nivell no eres tu el que el porta, es la gent el que el tria per vindre ací. La gent no va de vacances on tu vols, si venen ací és per alguna cosa. Nosaltres el que hem d'intentar és continuar mantenint eixa il·lusió i eixa qualitat per a que la gent continue triant-te per a vindre.

P: el tema de la imatge turística, que com hem comentat abans, la idea era mostrar una ciutat on la gent pot vindre amb la família i que és un lloc tranquil.

R: el turista, abans d'anar a algun lloc, el que analitza és, evidentment, si tu vols anar a sol i platja buscar algun lloc que tinga platja i després un punt molt important és la seguretat. Nosaltres, referint-me a la conca Mediterrània, durant uns anys teníem un gran competidor en Tunísia o en els països del nord d'Àfrica, però quan ells van tindre problemes de seguretat, atemptats i de revoltes la gent va deixar d'anar i la gent se'n va vindre ací. Per tant la seguretat és important.

P: la marca Costa Blanca què vos aporta com a municipi en quant al turisme?

R: la marca Costa Blanca és una marca que abasta molt de territori i, evidentment, et posiciona. Si tu li parles a un francès de la Costa Blanca ho coneixerà, però al ser tan gran pot haver confusió territorial, però es una cosa que està ahí.

P: quines eines utilitzeu per a fer promoció turística? Xarxes socials, fires de comerç...?

R: en quant a fires anem a FITUR, que és la més important o la segona més important del món, però vas perquè has d'anar, perquè tu ahí no estàs venent-li el teu destí turístic al ciutadà, sinó a les empreses que després gestionen: agències de viatges, tour operadors...

La resta, hui en dia, tot són xarxes socials o promoció per exemple en el metro de Madrid, però la promoció més important que es pot tindre és el boca a boca. Si la gent que ve ací, després va al seu poble i parla bé del destí, després els altres també voldran vindre.

P: teniu algun eslògan?

R: no utilitzem cap eslògan en concret.

**Annex 5: transcripció de la entrevista a la tècnica de turisme de Dénia: Eva Asperilla.**

- PRODUCTE.

Pregunta: quina considereu que és la temporada alta de Dénia?

Resposta: el mes amb major ocupació és agost sempre, però considerem temporada alta juliol i agost, però s'ha tractat d'allargar la temporada fins setembre perquè segueix fent bon temps, i en realitat a partir de juny també comença a vindre més gent pel fet de que ja comença a fer més bon temps. Quan comença a millorar el temps, la gent ve amb més aflluència, encara que siga temporada mitja. En realitat, a partir de març-abril ja ve gent, i a partir de maig i juny ja comença a pujar la mitja de gent que ve. Nosaltres tractem d'ampliar els serveis fins a meitat de setembre.

P: teniu alguna iniciativa per tractar d'allargar la temporada alta?

R: no, a vore, s'ha de tenir en compte que el fet de ser Ciutat Creativa per la UNESCO, que és un distintiu que es va rebre gràcies a que el departament de turisme fou el motor per a presentar la candidatura de Dénia. El departament de turisme juntament amb l'empresariat vam treballar conjuntament per a presentar-se. El primer no se'ns va concedir, el segon sí, i la veritat és que va ser un fet important perquè a Espanya només hi ha dos ciutats amb este distintiu, Burgos i Dénia. Aleshores, gràcies a este distintiu i a que Dénia és un destí de cap de setmana, amb mercats de proximitat, com pot ser València capital, d'on ve molta gent, els de Madrid amb l'AVE en una hora i mitja estan ací també. Dénia des de sempre ha tingut molta segona residència, tant de valencians, madrilenys, bascos, estrangers, etc. Aleshores a Dénia per molt que estiguem en temporada mitja o baixa, els caps de setmana s'ha omplert i els restaurants tu els veus i hi ha molta gent siga l'època que siga.

En quant a iniciatives, s'ha treballat molt el turisme gastronòmic, perquè el turisme de sol i platja ja estava molt treballat, el que no significa que l'hajam oblidat perquè s'ha de mantenir el posicionament de producte de sol i platja. Ara estem també intentant dinamitzar molt el producte de naturalesa, que engloba el turisme actiu, ecoturisme i oci en la naturalesa. Per posar-te un exemple, Conselleria de Turisme, segons la última llei de turisme, totes les empreses estan obligades a registrar-se totes les empreses de turisme actiu. Si són activitats que el turista pot contractar, has d'estar obligatòriament registrat dins del turisme actiu. A Dénia tenim 33 empreses que realitzen moltes activitat i que són un potencial impressionant, i més tenint en compte que tenim espais naturals privilegiats: la Reserva Marina, el Parc Natural del Montgó, el LIC (Lugar de Interés Comunitario) de l'Almadrava, que és per a snorkel o busseig. És a dir, espais naturals, afortunadament, tenim prou, i clar, tot això controlant la capacitat de càrrega i que siga respectuosíssim amb el medi ambient seguint les ODS.

Ací sempre hem sigut molt de turisme individual, i gràcies a tota la naturalesa de la que disposem no hem patit tant este últim any. També hem tingut la sort de que el turisme internacional que solíem rebre abans de la pandèmia s'ha pogut substituir per una major aflluència de turisme nacional, que buscaven això, espais naturals, un lloc on llogar un apartament o un xalet. La major oferta que té Dénia és la de lloguer d'allotjaments, molt més que hotels, ja que en hotels comptem amb unes dos mil places, en càmping unes mil cinc centes i, no obstant, en lloguers tenim unes quinze mil places. Tot això registrat, perquè després estan les segones residències i tot el que puga haver en negre, que està clar que hi ha lloguers que no es controlen però que estan ahi.

També tenim el turisme de golf, el turisme nàutic, que el podem clavar dins del turisme de naturalesa, però té una gran importància en general. Afortunadament, tenim molts productes a Dénia. Per exemple, en quant a turisme familiar, pertanyem a dos grups, el club de producte "Saborea España", una xarxa nacional de destins espanyols gastronòmics, i a través d'este club de producte també tenim unes oportunitats de promoció a l'estranger perquè organitzen jornades o esdeveniments tant a Espanya com a l'estranger a les quals solem anar per a promocionar-nos. L'altre club de producte al que pertanyem és tour and kids, que és de turisme familiar i que col·labora amb Turisme Comunitat Valenciana, i nosaltres com a destí turístic familiar que també som doncs estem dins d'este club. Som un destí molt relacionat amb el turisme familiar i és un perfil que hem de cuidar molt.

En quant a projectes estem treballant en el "Plan DTI", destí turístic intel·ligent. En la Comunitat Valenciana, l'INVATTUR està impulsant molt que els destins siguen DTI. Això significa que el destí aprofita les noves ferramentes tecnològiques per a millorar la sostenibilitat, l'accessibilitat, la governança... realment influeix en tot. Hi ha diferents fases que has d'anar superant per a arribar a ser considerat destí turístic intel·ligent i poder tindre una major capacitat de treball en eixe sentit. Com pots comprovar, estem duent a terme molts projectes.

També estem en el projecte Smart City, que és de l'ajuntament i en el que presentem diferents projectes de moltes àrees de la gestió de l'ajuntament, com per exemple sostenibilitat, governança o accessibilitat.

A part, turisme de cine, en la film office de Dénia el que fem és recolzar a les productores, assessorar-les, ajudar-les per a incentivar les gravacions audiovisuals a Dénia. Els ajudem sobretot a nivell de treball, si necessiten localitzacions, ens criden per qualsevol cosa, si volen anar al port o on siga... intentem facilitar-los les coses.

El castell també suposa un impuls important per al nostre turisme, ja que és un referent i un seny d'identitat del municipi. A més, és l'únic en què s'ha establert un preu simbòlic per a la seua entrada i que s'utilitza principalment per a cobrir despeses de personal, llum...

P: tornant al tema de la temporada alta, la massificació del turisme em sembla que és un fet ací a Dénia a l'estiu.

R: tampoc cregues, en agost sobretot, la resta de l'any tampoc... seria un problema si només tinguérem una platja, però l'avantatge que tenim és que comptem amb 18 quilòmetres de platja, aleshores totes eixes platges ben controlades i ben gestionades no deuen de suposar cap problema. Probablement el 14-15-16 d'agost és quan més ocupació tenim, però no som un destí on les platges hagen tingut una massificació gran. On sí ha hagut problemes és la Cova Tallada, que depèn de Conselleria de Medi Ambient, que van estar fent gestions per a vore com solucionaven eixe tema, aleshores van limitar els aforaments durant els mesos d'estiu que es rep més afluència. Ara per a anar a la Cova Tallada has de realitzar una sèrie de tràmits per a evitar eixa massificació. Els turistes han de realitzar una sol·licitud que és fàcil i has d'especificar les hores que aniràs i així ells poden controlar quanta gent hi haurà en cada moment.

La massificació sobretot es produeix la primera quinzena d'agost, sobretot al voltant del 15 d'agost que hi ha pont i a més són festes al poble. Però ja et dic, després a la segona quinzena ja comença a baixar, a juliol no és el mateix.

P: jo em referisc sobretot al tema del tràfic.

R: el tràfic es nota fins i tot en hivern, que és molt complicat circular i aparcar a Dénia, però sobretot en estiu.

P: quins són els atractius turístics que utilitzeu per fer promoció?

R: la platja, el Parc Natural del Montgó, la Reserva Marina, la gastronomia, el turisme actiu i turisme de naturalesa... després hi ha altres xicotets productes que no oblidem, per exemple el turisme idiomàtic, que hi ha una empresa ací que es dedica a este tipus de turisme, que es dedica a portar a estrangers a estudiar ací, a bodes i events, el turisme d'incentius i de congressos...

També és molt important la presència del restaurant de Quique Dacosta, que ell mateixa sempre que va a algun lloc nombra Dénia amb molta estima perquè ell viu ací, a part que ell té diferents restaurants, a València, a Londres, però el que té les tres Estrelles Michelin és el de Dénia.

P: les falles no han eixit en la conversa, però supose que també tenen un paper important.

R: sí, no ho he dit, però ho done per fet. Les festes sempre han atret, són un atractiu, lògicament. Les falles, els Moros i Cristians i les festes patronals.

P: a mi sempre m'ha donat la sensació que les falles se les "guardeu" per a gaudir-les entre vosaltres, els del poble.

R: en realitat, sí hi havia una empresa de visites guiades als qui els vam proposar fer visites a les falles per a que la gent conega la falla en sí. Nosaltres a més entreguem un premi a la millor crítica turística en les falles. Intentem premiar coses com, per exemple, que els cartells, que evidentment han d'estar en valencià perquè són una festa autòctona, tinguen traducció en castellà o en anglés per a que la gent de fora pugua intentar entendre les crítiques, tot i que probablement hi haja moltes crítiques que no es puguen entendre si no eres de la zona perquè solen ser crítiques molt locals, de la gestió pública, però al menys que sàpiguen què posa. Les visites a les falles funcionaven molt bé, hi havia en castellà i en anglés. Molta gent anglesa de la zona estava interessada en entendre les falles, ja que la gent que ho explicava alguns eren fallers i podien explicar-te perfectament els significat de cada falla.

A més, jo moltes vegades crec que és preferible anar a les falles a Dénia que a València, perquè allà hi ha molta gent, allí sí hi ha massificació, però ací a Dénia les pots recórrer totes a peu, les cremen per ordre, pel que pots vore com cremen varies falles, no només una, hi ha un número raonable de falles, aleshores les pots vore totes. Per això pense que la gent que vol un poc de tranquil·litat però al mateix temps ambient faller, a Dénia ho tenen molt bé.

P: jo em referia a que crec que se li fa una promoció diferent als bous a la mar, els quals crec que tenen una promoció molt gran, i a les falles, no tan promocionades turísticament.

R: sí, és perquè els bous a la mar estan declarats festa d'interés turístic nacional, aleshores només per això ja comporta una major promoció, tot i que només siguen més coneguts pel fet de ser festa d'interés nacional. Les falles van aconseguir el distintiu a nivell autonòmic, que també són festes d'interés turístic.

P: el tema del port i Balearia, què aporta a la ciutat?

R: aporta molt, molt. És una empresa internacional a Dénia, a més et dona eixa connexió amb les Illes Balears, és la única que té dos ferris de connexió amb les Illes. Nosaltres una cosa que sempre diem és que estem a 55 milles de la illa d'Eivissa, a més tenim un clima similar i ja crida l'atenció no només del que vol anar a Eivissa, sinó

de que si vas a Eivissa i passes per Dénia i coneixes un poc Dénia, vas a voler tornar per com és (Dénia). També s'està intentant que el combustible dels vaixells siga cada vegada més sostenible, estan rebent inclòs premis, o siga que cuiden eixe aspecte també.

- COMUNICACIÓ I DISTRIBUCIÓ.

P: quina imatge turística preteneu donar?

R: a Dénia sempre hem intentat que la nostra imatge siga la d'un lloc sostenible, que conserva la seua autenticitat, experiencial a nivell gastronòmic i natural. Crec que la clau per la qual la nostra gastronomia segueix triomfant és perquè mantenim els nostres plats autòctons principalment, també hi ha cuina d'autor però amb la matèria prima d'ací. És a dir, que no s'ha desvirtuat, l'autenticitat del destí continua ahi. A més, també som un destí mariner, amb la llotja, obert al Mediterrani, el Parc Natural... aleshores la imatge és eixa, un destí saludable, sostenible, experiencial, gastronòmic i natural.

P: alguna iniciativa per a millorar la imatge turística?

R: en realitat tot el que fem està orientat a donar la millor imatge turística possible. Anem buscant tindre unes línies i unes directrius per a tractar de ser cada vegada més sostenibles a llarg termini. Tot això va enfocat ja no només a millorar la imatge, sinó a millorar la qualitat de vida i la qualitat de la experiència en el destí.

P: quina influència té la marca Costa Blanca en el municipi?

R: tenim una gran relació, ja que és una relació de col·laboració continua. Turisme Comunitat Valenciana i Costa Blanca col·laboren amb nosaltres i amb tots els destins de la província i de la Comunitat Valenciana. En totes les nostres publicacions posem el logo de la Costa Blanca, que a més ens situa, que la gent de fora sap que estem a la Costa Blanca, que té la seua promoció i imatge i que és coneguda. Realment ubica al turista i són marques que tenen prestigi.

P: quines eines utilitzeu per a fer promoció turística?

R: principalment tenim la pàgina web denia.net, que haurem de renovar-la d'ací poc temps perquè ja saps que les pàgines web es queden obsoletes enseguida. Estem treballant en continguts, en imatge i en tot. La pàgina està prou bé, però cada vegada es requereix que estiga més actualitzada. En quant a xarxes socials, estem a Facebook, Instagram, Twitter, Youtube... i també estem oferint rutes per Wikiloc, on hi ha rutes de marxa nòrdica, que és un dels últims productes que hem presentat per al turisme de naturalesa, rutes de ciclisme professional, per al turisme d'estades esportives, etc. Per ara estem treballant en això. Hi ha una empresa que ens porta les

xarxes socials, abans ho fèiem nosaltres, però ara ja saps que cada vegada es necessiten més coses i que és millor que ho porte gent que es dedica això, però sempre amb la nostra supervisió, evidentment.

P: teniu algun eslògan?

R: anem traent-ne segons campanyes publicitàries, fa molts anys teníem “Dénia, tú sabes vivir”, ara ja va més associat al que volem comunicar en cada campanya, com per exemple el de “Vive Dénia, es otra vida”. En general, quan fem campanyes, sempre s’intenta que l’eslògan comuniqui la qualitat de vida de Dénia, però potser vols comunicar altres coses més concretes, però no tenim cap eslògan fixe.

- PRESSUPOSTOS.

P: per últim, tema de pressupostos.

R: sí, ara a nivell de promoció turística tenim un pressupost de 600.000 €. Tots els pressupostos els podràs consultar al portal de transparència, ahí pots veure les quantitats de cada departament.



**Annex 6: reflexió sobre la relació del TFG amb els ODS en general i amb el/els ODS més relacionats.**

**ANNEX**

**OBJECTIUS DE DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE**



**Reflexió sobre la relació del TFG amb els ODS en general i amb el/els ODS més relacionats.**

Els Objectius de Desenvolupament Sostenible van ser adoptats per tots els Estats Membres de les Nacions Unides en 2015 amb l'objectiu de posar fi a la pobresa, protegir el planeta i garantir que totes les persones tinguin pau i prosperitat per al 2030.

Els 17 ODS estan integrats, ja que reconeixen que les intervencions en un àrea afectaran els resultats d'altres i que el desenvolupament ha d'equilibrar la sostenibilitat medi ambiental, econòmica i social. Els països s'han compromés a accelerar el progrés d'aquells més endarrerits, és per això que les ODS van ser dissenyades per portar al món diversos "zeros" que canvien la vida: zero pobresa, zero fam, zero SIDA i zero discriminació contra dones i xiquetes.

Per aconseguir els objectius és necessària la col·laboració de tot el món, per això és tan important que tant països, com ciutats i pobles implementen les mesures necessàries per tal d'assolir estos ambiciosos objectius. Estos objectius són els següents:

- Fi de la pobresa.
- Fam zero.
- Salut i benestar.
- Educació de qualitat.
- Igualtat de gènere.
- Aigua neta i sanejament.
- Energia assolible i no contaminant.
- Treball decent i creixement econòmic.
- Indústria, innovació i infraestructura.
- Reducció de les desigualtats.
- Ciutats i comunitats sostenibles.
- Producció i consum responsables.
- Acció pel clima.
- Vida submarina.

- Vida d'ecosistemes terrestres.
- Pau, justícia i institucions sòlides.
- Aliances per aconseguir els objectius.

Les Institucions públiques, en este cas els ajuntaments de Dénia i Xàbia, tenen la obligació de perseguir la sostenibilitat de les seues ciutats. En este sentit apareixen els Objectius de Desenvolupament Sostenible de l'Agenda 2030. En este treball s'han mencionat alguns ODS, sobretot per part d'Eva Asperilla, una de les responsables del departament de turisme de Dénia.

Els objectius més relacionats amb este treball i amb els ajuntaments de Dénia i Xàbia serien els descrits a continuació:

- Objectiu 11: ciutats i comunitats sostenibles. A dia de hui, més de la meitat de la població viu en zones urbanes, com Dénia i Xàbia. L'any 2050 esta xifra haurà augmentat a 6.500 milions de persones, dos terços de la humanitat. Per tant, cal transformar radicalment la forma en què construïm i administrem els espais urbans. En este sentit, el regidor de turisme de Xàbia, en la entrevista, menciona que tracten de respectar les zones urbanitzables al màxim i intenten adaptar-se a les circumstàncies de la localitat de Xàbia.
- Objectiu 14: vida submarina. La forma de gestionar els oceans, la seua temperatura, la seua composició química i corrents és fonamental per a la humanitat i per a contrarestar els efectes del canvi climàtic. Els mitjans de vida de més de 3.000 milions de persones depenen de la biodiversitat marina i costera. Pel que fa a Dénia i Xàbia, els municipis comparteixen la Reserva Marina del Cap de Sant Antoni, uns penya-segats que conformen un paisatge coster de gran bellesa. La gran varietat d'ambients que presenta permet l'aparició d'un important nombre de comunitats bentòniques, algunes d'elles considerades d'un gran interès ecològic i sota normes de protecció del Consell Europeu.
- Objectiu 15: vida d'ecosistemes terrestres. La vida humana depén tant de la terra com de l'oceà per a la seua subsistència. Els boscs són fonamentals per a combatre el canvi climàtic, i la flora proveeix el 80% de l'alimentació humana. Cada any es perden 13 milions d'hectàrees de boscos, mentre que la degradació persistent de les terres seques ha dut a la desertificació de 3.600 milions d'hectàrees. Als departaments de turisme de Dénia i Xàbia hi ha una gran conscienciació en quant a la protecció de la seua naturalesa, ja que se li dona una importància molt gran al respecte pel medi ambient del què disposen.

Es podria concloure que des dels departaments de turisme de Dénia i Xàbia hi ha una conscienciació prou elevada en quant a sostenibilitat i respecte per la naturalesa, així

com es tenen en compte els Objectius de Desenvolupament Sostenible a l'hora de promocionar el producte turístic dels municipis.