



Facultad de Turismo
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

GRADUADO/A EN TURISMO

TRABAJO FIN DE GRADO

REGULACIÓN DEL MUNICIPIO TURÍSTICO EN ANDALUCÍA: UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN LOS MUNICIPIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Realizado por:

INMACULADA RUIZ LUQUE

Fdo.: Inmaculada Ruiz Luque

Dirigido por:

M^a DOLORES SARRIÓN GAVILÁN

V^o Bueno del tutor

Fdo.: M^a Dolores Sarrión Gavilán

MÁLAGA, Junio de 2015

TÍTULO:

REGULACIÓN DEL MUNICIPIO TURÍSTICO EN ANDALUCÍA: UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN LOS MUNICIPIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

PALABRAS CLAVE:

Municipio; Municipio Turístico; Turismo; Andalucía; Málaga; Oferta turística; Demanda turística.

RESUMEN:

Este trabajo se centra en el concepto de Municipio Turístico y su regulación legislativa en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se comparan, además, los requisitos establecidos en dicha Comunidad para la declaración de un municipio como turístico con los especificados en otras Comunidades en las que también se ha regulado dicho concepto. Por último, se lleva a cabo un análisis descriptivo de las principales características (oferta y demanda turísticas) de los municipios declarados como turísticos en la provincia de Málaga, ofreciendo una comparación de las características que éstos presentan con las correspondientes a otros municipios de la provincia no declarados como turísticos.

ÍNDICE

Capítulo 1	INTRODUCCIÓN	1
Capítulo 2	REGULACIÓN LEGAL DEL MUNICIPIO TURÍSTICO.....	5
2.1.	ANTECEDENTES DEL CONCEPTO DE <i>MUNICIPIO TURÍSTICO</i> EN ANDALUCÍA	6
2.2.	EL <i>MUNICIPIO TURÍSTICO</i> EN ANDALUCÍA EN LA LEGISLACIÓN VIGENTE	7
2.2.1.	Requisitos	10
2.2.2.	Obligaciones	12
2.3.	LA REGULACIÓN DEL MUNICIPIO TURÍSTICO EN OTRAS CC.AA....	13
2.3.1.	Cataluña	13
2.3.2.	Comunidad Valenciana	14
2.3.3.	Galicia.....	15
2.3.4.	Aragón	17
2.3.5.	Cantabria	17
2.3.6.	Murcia.....	18
2.3.7.	Islas Baleares	19
2.3.8.	Islas Canarias	20
2.3.9.	Resto de Comunidades Autónomas.....	21
2.4.	DIFERENCIAS Y SIMILITUDES DE LOS REQUISITOS ENTRE LAS DISTINTAS CC.AA.....	21
2.4.1.	Declaración de Municipios Turísticos en la provincia de Málaga	23
Capítulo 3	LOS MUNICIPIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA	25
3.1.	OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICAS EN LOS MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA.....	28
3.1.1.	Provincia de Málaga.....	28
3.1.2.	Oferta y Demanda en los Municipios Turísticos	30
3.1.3.	Oferta y Demanda en los Municipios no declarados como Turísticos	35
3.1.4.	Causas por las que no se declara a un municipio como turístico	39
3.1.5.	Comparativa de la Oferta y Demanda de los Municipios Turísticos y No Turísticos	40
Capítulo 4	CONCLUSIONES.....	43
	BIBLIOGRAFÍA	47

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

Es sabido que el Turismo es un fenómeno de masas que genera riqueza en aquellos destinos que lo perciben. Esta riqueza engloba tanto lo económico como lo social, incrementa el empleo en la población residente, se produce intercambio entre las culturas, constituye además un incremento en sectores como la construcción y los servicios, en general, pero, sobre todo, otorga al destino una distinción de carácter general que conlleva una mayor promoción turística para éstos. En definitiva, gracias al Turismo, los destinos se benefician de unos ingresos que con los años suelen ir en aumento, cobrando gran vigencia las relaciones entre municipio y actividad turística, siempre y cuando se establezcan una serie de medidas para que el destino se consolide y llegue al momento de madurez mediante un crecimiento continuo, interpretado a través del modelo de *Ciclo de vida de los destinos turísticos* (Butler, 1980).

Centrándonos en España, la Comunidad Autónoma de Andalucía es uno de los principales destinos turísticos, tanto para los turistas nacionales como para los que proceden de otros países. Entre algunas de las cualidades que han hecho esto posible podemos destacar, como detalla Buitrago Esquinas (1997), los siguientes recursos:

- Una franja de litoral de gran calidad, con una extensión de 118 km de acantilado y 815 km de playas¹, de los que 306 corresponden a la costa atlántica y 509 a la mediterránea².
- Un clima Mediterráneo caracterizado por elevadas temperaturas medias y un escaso e irregular nivel de precipitaciones, dando lugar a inviernos suaves y veranos cálidos. También es destacable la abundancia de horas de sol, en torno a 3.000 anuales. Esto anterior junto con la gran oferta de litoral, crea inmejorables condiciones para el desarrollo del turismo de “sol y playa”. El clima también es un factor determinante para el desarrollo de otras tipologías turísticas como el “turismo de salud” o el “turismo deportivo”.
- Un relieve muy diverso, que origina ventajosas condiciones paisajísticas, de fauna y de flora muy distinta según el territorio considerado. Por ejemplo, el Parque Nacional de Doñana (Sevilla y Huelva), la Sierra de Cazorla (Jaén), la Alpujarra granadina y

¹ Según el Plan Director de Infraestructuras 1993-2007, Servicios de Publicaciones del Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente, 2ª edición, Madrid, 1994.

² De los 815 km de playas andaluzas, el 31,03% corresponden a Cádiz, el 26,73% a Almería, el 19,83% a Málaga, el 13,67% a Huelva y el 8,74% a Granada.

almeriense, y el Desierto de Tabernas (Almería), entre otros. En la actualidad contamos con un 16,9% de superficie protegida en nuestra región³, lo que refleja una elevada potencialidad para el desarrollo de nuevas alternativas: agroturismo, turismo rural, turismo verde, turismo cinegético, turismo deportivo, etc.

- Numerosos centros histórico-monumentales muy atractivos culturalmente, distribuidos a lo largo de toda la geografía andaluza. Por un lado, las iglesias, catedrales, y palacios de ciudades como Sevilla, Granada y Córdoba, y por otro, la deslumbrante riqueza monumental de las áreas rurales como Ronda (Málaga), Itálica (Sevilla), etc. Esto ha permitido que se cuente con un importante turismo cultural.
- Una situación geográfica estratégica entre Europa y África de gran trascendencia, ya que de un lado ha contribuido a que convivan gran cantidad de culturas y pueblos distintos a lo largo de la historia, y del otro lado, nos sitúa no demasiado lejos de nuestro principal emisor de turistas (Europa).
- Y unos precios que, al menos en los primeros años, fueron muy competitivos. Esto se debió principalmente al diferente nivel de desarrollo existente entre Europa y España, diferencia que se acentúa aún más con la región andaluza.

Debido a la importancia que el Turismo tiene en general en general, en España, cada una de las CC.AA. cuenta con la potestad de establecer una regulación para fomentar que los municipios que dispongan de una elevada actividad turística puedan declararse como Municipio Turístico.

Esta potestad de las CC.AA. para establecer sus propios requisitos para dicha declaración, no es aprovechada por todas. Hay algunos casos en los que dicha declaración no resulta beneficiosa, puesto que a ciertos municipios les supone un gran esfuerzo prestar determinados servicios de forma obligatoria, pero no solo esfuerzos financieros, sino también a nivel de planificación y de organización, ocasionándoles un mayor desequilibrio financiero del que normalmente han de soportar. Sin embargo, hay muchos otros que sí salen beneficiados de dicha declaración, puesto que reciben ayudas de las Administraciones Públicas que se interesan en dotar al municipio de infraestructuras y servicios necesarios para ofrecer un turismo de calidad y además se produce un incremento en los impuestos, dando lugar a más beneficios para la población local.

Partiendo de estas bases, este trabajo se centra en el concepto de Municipio Turístico y en su regulación legal dentro de las diferentes CC.AA., haciendo sobre todo hincapié en su regulación legislativa dentro de Andalucía. Una vez expuestos los requisitos que un municipio debe cumplir

³ Según Medio Ambiente en Andalucía, Informe 1994, Junta de Andalucía, Consejería de Medio Ambiente, Sevilla, 1995, son 85 los espacios protegidos en Andalucía, lo que representa el 58,52% del total de la superficie protegida nacional.

para ser declarado como turístico, se exponen los que han obtenido esta declaración y los que no, y se pasa a analizar sus características principales en relación al Turismo, “oferta y demanda”, los motores principales para que pueda existir la actividad turística.

Los objetivos que se plantean para llevar a cabo este estudio son los siguientes:

- Conocer qué aspectos se recogen bajo la regulación legal de “Municipio Turístico” en las distintas Comunidades Autónomas de España, principalmente en Andalucía.
- Comparar los requisitos a cumplir para obtener tal declaración en las diferentes CC.AA. en las que dicho concepto está regulado legalmente.
- Conocer los municipios ya declarados como turísticos en la provincia de Málaga y llevar a cabo un análisis descriptivo de su oferta y demanda.
- Investigar cuáles podrían ser las causas por las que algunos municipios de la provincia que se consideran importantes desde el punto de vista turístico no hayan sido declarados aún como municipio turístico.

Para cubrir dichos objetivos, este Trabajo Fin de Grado se ha estructurado en tres capítulos, además de una Introducción al mismo (Capítulo 1). Se incluyen, también, las referencias bibliográficas que han sido utilizadas para su realización.

En el Capítulo 2 se da inicio a lo que va a ser el trabajo, partiendo de lo más general, que es el conocimiento de la regulación legal del Municipio Turístico. En primer lugar, se introduce la regulación a nivel nacional, seguida de la correspondiente a la Comunidad Autónoma de Andalucía y a las demás CC.AA. de España. A continuación, se realiza una comparación de los requisitos a cumplir en la Comunidad Autónoma de Andalucía y los exigidos en otras Comunidades. Se incluye al final de este capítulo el listado de los municipios de la provincia de Málaga que han sido declarados por la Junta de Andalucía como turísticos.

El Capítulo 3 se centra en el análisis del Turismo en la provincia de Málaga, y más concretamente en sus municipios, tanto en los declarados turísticos como en los que no. En primer lugar, se presenta un listado con todos los municipios pertenecientes a la provincia agrupados por Comarcas, y desglosándolos en turísticos y no turísticos. En los diferentes epígrafes de este Capítulo se realiza un estudio de la oferta y demanda, comenzando a nivel provincial, y siguiendo con los municipios declarados turísticos y los que no se han declarado como tal, pero se consideran importantes para el Turismo en la provincia. Para éstos últimos se intenta averiguar el motivo por el que no se han sido declarados como turísticos.

Finalmente en el Capítulo 4 se incluyen las conclusiones de este estudio y se aportan algunas opiniones que se han considerado oportunas.

CAPÍTULO 2 REGULACIÓN LEGAL DEL MUNICIPIO TURÍSTICO

Las Bases jurídicas para la regulación legal del *Municipio Turístico* nace a mediados de los años 80, en el artículo 30 de la *Ley Reguladora de las Bases del Régimen Local*, Ley 7/ 1985, de 2 de abril (BOE, 1985), en la que se define a los municipios como:

“Entidades básicas de la organización territorial del Estado y cauces inmediatos de participación ciudadana en los asuntos propios que institucionalizan y gestionan con autonomía los intereses de las correspondientes colectividades”.

Y se afirma que:

“Las Leyes sobre régimen local de las Comunidades Autónomas, podrán establecer regímenes especiales para Municipios pequeños o de carácter rural y para aquéllos que reúnan otras características que lo hagan aconsejable, como su carácter histórico-artístico o el predominio en su término de las actividades turísticas, industriales, mineras u otras semejantes”.

Esta Ley es el punto de partida a nivel nacional, que permite a cada una de las Comunidades Autónomas (CC.AA.) construir regímenes especiales para aquéllos de sus municipios en los que predomine la actividad turística. Muchas de las CC.AA. han actuado bajo esta posibilidad introduciendo sus propias normativas reguladoras para la declaración de un municipio como *Municipio Turístico*.

De acuerdo con (Vogeler & Hernández, 2000), este concepto podría definirse, de manera general, como la *“Figura legal creada por algunas Comunidades Autónomas para distinguir a aquellos municipios que cumplen con ciertos requisitos (variables según la región), como número de visitantes, presupuesto dedicado al turismo, etc.”* Estos mismos autores añaden que *“La categoría de Municipio Turístico implica, para el Ayuntamiento que la ostenta, más competencias y el derecho a obtener de la Comunidad Autónoma fondos específicos destinados a financiar dichas competencias”.*

Según (Royo Naranjo & Moreno García, 2014), *“dado que la Ley Reguladora del Régimen Local no prevé ningún mecanismo para compensar el desequilibrio financiero ocasionado por la sobreprestación de servicios municipales motivada por la afluencia de turistas, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha creado la figura de Municipio Turístico cuya principal finalidad es la de corregir o al menos compensar los efectos negativos que la actividad turística les pueda acarrear a estos municipios”.*

Como se señala en (González, González, Mora, & Porras, 2004), “*todos los municipios, según la legislación general reguladora del régimen local, han de prestar determinados servicios de manera obligatoria, pero el especial esfuerzo, no sólo financiero, sino también planificador y organizativo, que tienen que realizar algunos de ellos, debido, por ejemplo, a la afluencia de turistas, no se ve compensado económicamente, salvo que el municipio se pueda acoger a alguno de los regímenes especiales*”. De ahí la importancia de la regulación legal de la figura de *Municipio Turístico*.

Sin embargo, la declaración de *Municipio Turístico* cuenta con una serie de ventajas y desventajas, según las condiciones en las que se encuentre el municipio. Para poder ser declarado como tal debe cumplir con una amplia oferta turística, es decir, contar con cualquiera de los servicios que un turista pudiese requerir, suponiendo que si no contase con ello en dicho momento podría suponer un esfuerzo financiero que, tal vez, el municipio no pueda asumir, pero, por el contrario, también esta declaración incrementaría los impuestos en el municipio, lo cual daría lugar también a efectos beneficiosos para éste. Es por ello que según la situación en la que se encuentre el municipio en un momento dado, la declaración de Municipio Turístico le supondrá una ventaja o desventaja, por lo que sería el municipio el que tendría que tomar la decisión que más le beneficiase en su caso.

2.1. ANTECEDENTES DEL CONCEPTO DE *MUNICIPIO TURÍSTICO* EN ANDALUCÍA

En Andalucía, la figura legal de *Municipio Turístico* fue creada al amparo de la Ley del Turismo, 12/1999, de 15 de diciembre (BOJA, 1999), aprobada por el Parlamento de Andalucía en ejercicio de la competencia exclusiva que, en materia de ordenación y promoción del turismo, se le atribuye a esta Comunidad Autónoma en el artículo 13.17 de su Estatuto de Autonomía.

En el Título II de dicha Ley se establecen los ámbitos competenciales de las distintas Administraciones Públicas en materia turística y la Administración Turística queda configurada como el conjunto de órganos y entidades de naturaleza pública con competencias específicas sobre la actividad turística: la Administración Autonómica y las Entidades Locales. En el caso de estas últimas se especifica que los municipios, a través del ejercicio de sus competencias, desempeñarán unas funciones clave en la ordenación de importantes aspectos de la actividad turística.

En el capítulo II de la Ley del Turismo, Ley 12/1999, se aborda la definición de *Municipio Turístico*, así como, la finalidad de su declaración que es, básicamente, el fomento de la calidad en la prestación de los servicios municipales al conjunto de sus usuarios.

La concreción de los requisitos y el procedimiento para la declaración de un municipio como *Municipio Turístico*, así como, las consecuencias de

dicha declaración, se especificaron en el *Decreto 158/2002 de Municipio Turístico*, aprobado el 28 de mayo (BOJA, 2002). Tal y como se especifica en el texto preliminar de dicho decreto, la introducción de dicha figura legal responde a la necesidad de reconocer que el turismo es un fenómeno de masas que, en general, provoca importantes flujos económicos y que, en particular, en Andalucía constituye uno de los principales motores, tanto a nivel económico como social, siendo la Administración Local o, más concretamente, los municipios los encargados de prestar los servicios públicos necesarios para que durante el período en el que el turista permanece en el municipio pueda disfrutar con la adecuación de los mismos.

El *Decreto 158/2002* fue modificado parcialmente en el año 2006 mediante el *Decreto 70/2006*, de 21 de marzo (BOJA, 2006), con objeto de tener en cuenta algunas de las experiencias llevadas a cabo en la aplicación del anterior, así como, concretar las obligaciones de los municipios respecto de aquellos servicios públicos que por su relevancia y repercusión en el turismo deben suponer un especial compromiso por parte de los municipios declarados.

En el epígrafe siguiente se exponen los aspectos más relevantes de esta figura legal de acuerdo con la legislación vigente en Andalucía en el momento de desarrollar este Trabajo de Fin de Grado.

2.2. EL MUNICIPIO TURÍSTICO EN ANDALUCÍA EN LA LEGISLACIÓN VIGENTE

Hoy en día, el punto de partida para la regulación del concepto que nos ocupa es la *Ley del Turismo de Andalucía*, Ley 13/2011, de 23 de diciembre (BOJA, 2011). En el capítulo III de dicha ley se define *Municipio Turístico*, se especifican las condiciones para su declaración y los motivos por los que dicha declaración podría ser revocada. Así, en el Artículo 19 del Capítulo III⁴ de la misma se especifica que:

- *Se considera Municipio Turístico, y como tal podrá solicitar su declaración, aquél que cumpla los requisitos que reglamentariamente se establezcan y entre los cuales deberán figurar la población turística asistida, el número de visitantes y la oferta turística, así como un plan municipal de calidad turística que contemple las medidas de mejora de los servicios y prestaciones.*

Con relación a lo ya especificado con anterioridad en la *Ley 12/1999*, se ha añadido expresamente como requisito la necesidad de que el municipio cuente con un plan municipal de calidad turística que contemple las medidas de mejora de los servicios y prestaciones. Lo especificado en este requisito, aunque sin mención explícita a la calidad, figuraba ya en el *Decreto 70/2006*

⁴ Este artículo es prácticamente idéntico al Artículo 6 del Capítulo II de la anterior Ley del Turismo de Andalucía, Ley 12/1999.

dentro del *Artículo 3: Elementos de valoración para la declaración de Municipio Turístico*. Así, en el apartado c) del mismo se incluía como elemento de valoración, no obligatorio, el siguiente:

- *La existencia de un plan turístico municipal que al menos contenga un diagnóstico de la situación turística, así como la propuesta de actuaciones para mejorar la oferta del turismo en el municipio.*

Por otra parte, en cuanto a la finalidad básica de dicha declaración, en el artículo 6 de la Ley 12/1999, de 15 de diciembre, del Turismo, quedaba establecido que:

- *La finalidad esencial para la declaración de Municipio Turístico es promover la calidad en la prestación de los servicios municipales al conjunto de la población turística asistida mediante una acción concertada de fomento entre la Administración Autonómica y los municipios declarados.*

Tal finalidad queda también recogida en la Ley 13/2011, de 23 de Noviembre, sin que haya sufrido ninguna modificación. Así mismo, se refleja en el vigente Decreto 70/2006, de 21 de Marzo, sin presentar cambio alguno sobre el Decreto anterior.

- *Y a los efectos de esta Ley, se considera población turística asistida la constituida por quienes no ostenten la condición de vecinos o vecinas del municipio pero tengan estancia temporal en el mismo por razones de visita turística o pernoctación en alojamientos turísticos. Su determinación se efectuará por los medios de prueba que reglamentariamente se establezcan.*

Ante esta consideración, el único aspecto en el que se puede apreciar algún pequeño cambio es en el simple hecho de que en la anterior Ley 12/1999, cuando se refiere a la población residente del municipio lo refleja como un nombre masculino y sin embargo en la actual Ley, especifica tanto a vecinos como a vecinas. Por lo demás, la población turística asistida sigue considerándose de la misma forma.

Para la declaración de Municipio Turístico, según el artículo 20 de dicha Ley, se tendrán en cuenta, en especial, las actuaciones municipales en relación con:

- *Los servicios públicos básicos que presta el municipio respecto a la vecindad y a la población turística asistida.*
- *Los servicios específicos que tengan una especial relevancia para el turismo.*

De estos dos apartados, el segundo sí ha sido modificado, pero en cuanto a la forma de expresión, diciendo en la anterior Ley de Turismo 12/1999, que se tendrían en cuenta *los servicios específicos en materia de salubridad pública e higiene en el medio urbano y natural y de protección civil y seguridad ciudadana y cuantos sean de especial relevancia turística*. Mientras, estos

aspectos se recogen también en el Decreto 158/2002 y en el vigente Decreto 70/2006. Apareciendo esto reflejado en el artículo 3 del actual Decreto como *elementos de valoración* y diciendo así en su apartado b):

- *Las actuaciones municipales en relación a los servicios mínimos que debe prestar el municipio respecto a los vecinos y a la población turística asistida, así como los servicios específicos prestados en materia de salubridad pública e higiene en el medio urbano y natural, transporte público de viajeros, protección civil y seguridad ciudadana, así como otros que sean de especial relevancia turística.*

Creemos conveniente destacar que, la declaración de Municipio Turístico es siempre a petición expresa del Ayuntamiento, es la propia Entidad la que solicita esta declaración. Esto se realiza mediante un acuerdo plenario del Ayuntamiento correspondiente adoptado por mayoría absoluta del número legal de miembros de la Corporación Municipal (*grupo de personas integrado por un alcalde y varios concejales que se encarga de administrar y gobernar un pueblo o ciudad*), y corresponde a la competencia del Consejo de Gobierno, oídos el Consejo Andaluz del Turismo y el Consejo Andaluz de Gobiernos Locales. Al ser esta declaración a petición del Ayuntamiento, se puede dar el caso de que haya dos o más municipios con las mismas características en relación al turismo, sin embargo, haber sido algunos declarados como Turísticos y otros no, debido al simple hecho de que estos últimos no lo hayan solicitado.

Esta declaración también podría ser revocada, de la forma en que se refleja en la actual Ley de Turismo 13/2011, único lugar donde se menciona este aspecto, previa audiencia de los órganos mencionados anteriormente y del municipio afectado, por algunas de las siguientes causas:

- *Cuando se aprecie una progresiva disminución de la calidad de los servicios municipales que se presten a la población turística asistida.*
- *Cuando se produzca la pérdida de algunos de los requisitos que dieron lugar a la declaración, los cuales deberán ser acreditados por el Municipio Turístico cada cuatro años.*

También la declaración de Municipio Turístico podrá dar lugar a la celebración de convenios interadministrativos en orden a compensar el incremento en la demanda de la prestación de los servicios.

Sin embargo, en la Ley 13/2011, de 23 de Diciembre, del Turismo de Andalucía, no se recogen los requisitos y las obligaciones que los municipios deben cumplir para ser declarados como turísticos, sino que esto aparece regulado en el Decreto 70/2006, de 21 de Marzo, que, como ya se ha comentado, modifica al Decreto 158/2002, de 28 de Mayo, de Municipio Turístico. En este Decreto se intenta concretar los requisitos y obligaciones de los municipios respecto de aquellos servicios públicos que por su relevancia y repercusión en el turismo deben suponer un especial compromiso por parte de los municipios declarados, debiéndose incluir necesariamente como contenido de los convenios que celebren con la Administración Turística. De

esta forma, la declaración de Municipio Turístico no se concibe tanto como un reconocimiento sino como un compromiso por parte de la entidad local en potenciar y mejorar sus servicios públicos, especialmente aquellos que inciden directamente en la percepción del turista.

2.2.1. Requisitos

Los municipios aspirantes a convertirse en Municipio Turístico tienen que cumplir con al menos alguno de los siguientes requisitos previos para llegar a tal declaración:

- Según el Decreto 70/2006, de 21 de Marzo⁵, podrían solicitar la declaración de Municipio Turístico aquéllos cuya población de derecho (*número de personas que oficialmente tenían su residencia en el municipio en la fecha de referencia*) exceda de cinco mil habitantes y no supere los cien mil, y se mantienen los siguientes ya redactados en el anterior decreto:
 - a) Que, de acuerdo con los datos oficiales elaborados por la Consejería competente en materia de Turismo, el número de pernoctaciones diarias en media anual (pernoctaciones/365) en los establecimientos de alojamiento turístico, de acuerdo a la clasificación de éstos, sea superior al diez por ciento de la vecindad del municipio, según la cifra del padrón municipal declarada oficial en el momento de la solicitud, o que se alcance este porcentaje durante al menos tres meses al año, computándose para ello la media diaria mensual (pernoctaciones de cada mes/30).
 - b) Que el número de visitantes sea al menos cinco veces superior al de vecinos, repartidos los primeros en al menos más de treinta días al año. Para ello se acreditará el número de visitantes diarios mediante el conteo de las visitas diarias a los recursos turísticos del municipio.
 - c) Y se elimina el requisito de que, de acuerdo con los datos oficiales del último Censo de Edificios y Viviendas, el número de viviendas de segunda residencia supere al de viviendas principales del municipio, siempre que en estas últimas fuesen más de quinientas⁶.

Aunque éstos sean los requisitos que los municipios deben cumplir para obtener la declaración de turísticos, deberíamos plantearnos si en la realidad se puede comprobar que los cumplen, analizando los datos de los municipios e intentando verificar que se pueden confirmar resultados.

⁵ En el anterior Decreto 158/2002, no se exige a los municipios que cuenten con unos límites de población de derecho, esto ha sido una modificación realizada en el actual Decreto.

⁶ Este requisito no figura ya en el Decreto vigente 70/2006, se elimina del anterior Decreto.

En el artículo 3 del actual Decreto se redactan los elementos de valoración para la declaración de Municipio Turístico, siendo éstos:

- a) Las inversiones previstas en el presupuesto municipal para la promoción e infraestructuras turísticas.
- b) Las actuaciones municipales en relación a los servicios mínimos que debe prestar el municipio respecto a los vecinos y a la población turística asistida, así como los servicios específicos prestados en materia de salubridad pública e higiene en el medio urbano y natural, transporte público de viajeros, protección civil y seguridad ciudadana, así como otros que sean de especial relevancia turística.
- c) La existencia de un plan turístico municipal que al menos contenga un diagnóstico de la situación turística, así como la propuesta de actuaciones para mejorar la oferta del turismo en el municipio. Y se elimina la valoración económica de la propuesta, aspecto que aparecía en el anterior Decreto.
- d) La existencia de oficinas de turismo convenientemente señalizadas y equipadas.
- e) La relevancia de los recursos turísticos existentes en el término municipal, con especial atención a los bienes declarados de interés cultural⁷.
- f) La adopción de medidas de defensa y restauración del patrimonio cultural y urbano.
- g) Existencia de Ordenanzas Fiscales y de Medio Ambiente, en las que figuren debidamente recogidas medidas para la preservación de los valores medioambientales⁸.
- h) La ubicación del término municipal, total o parcialmente, en algunos de los espacios naturales protegidos de Andalucía.
- i) La adopción de medidas de protección y recuperación del entorno natural y del paisaje.
- j) La existencia de un planeamiento urbanístico que contemple las dotaciones de espacios libres y otras que cumplan las reservas mínimas previstas por la legislación urbanística, referidas a la población de derecho y a la población turística asistida.
- k) Contar con planes de accesibilidad para la supresión de barreras arquitectónicas, urbanísticas y de transporte.

Y por último, según el artículo 5, a la solicitud para la declaración de Municipio Turístico, formulada por el alcalde del Ayuntamiento, se acompañará la siguiente documentación:

- ✓ Certificado del acuerdo plenario de la corporación municipal relativo a la solicitud de declaración de Municipio Turístico.

⁷ Este elemento de valoración es añadido al anterior Decreto 158/2002.

⁸ Al anterior Decreto 158/2002 se le añade también este elemento.

- ✓ En su caso, certificado que acredite las visitas realizadas al recurso turístico más visitado, expedido por la persona titular o gestora del mismo, de acuerdo con el sistema de conteo establecido.
- ✓ Y memoria descriptiva y cualesquiera otros documentos y estudios de cada uno de los elementos que puedan ser objeto de valoración de los referidos en el artículo 3.

2.2.2. Obligaciones

Además de los requisitos con los que los municipios tienen que contar para ser declarados como tal, también deben cumplir con ciertas obligaciones recogidas en el artículo 15 del Decreto 70/2006, de 21 de Marzo⁹.

1. Los municipios deberán llevar a cabo actuaciones dirigidas a potenciar y mejorar las actuaciones y servicios previstos en el artículo 3 del presente Decreto como elemento de valoración para la declaración de Municipio Turístico.
2. Los convenios deberán incluir, en su caso, las siguientes acciones a realizar por el municipio:
 - 2.1. Servicios para turistas y visitantes:
 - a) Centro de recepción.
 - b) Oficina de información.
 - c) Páginas web.
 - d) Mejoras en el acceso para personas con discapacidad.
 - 2.2. Señalización turística. Establecimiento de un sistema de actualización, conservación y reposición autorizado conforme a la legislación correspondiente:
 - a) Establecimientos turísticos.
 - b) Patrimonio monumental y cultural.
 - c) Espacios naturales.
 - 2.3. Accesibilidad a los recursos turísticos:
 - a) Horarios.
 - b) Tarifas.
 - 2.4. Promoción adaptada a lo establecido en el artículo 19 de la Ley del Turismo¹⁰.
 - 2.5. Creación de productos turísticos: Plan municipal para la creación y diversificación de la oferta turística.
 - 2.6. Protección del medio urbano y natural: Ordenanzas municipales dirigidas a la protección del paisaje, eliminación de ruidos, medidas contra acampadas ilegales, establecimiento de zonas para la ubicación de autocaravanas.
 - 2.7. Playas:

⁹ De las obligaciones aquí expuestas hay que decir que el punto 2 es añadido al anterior Decreto y en este actual se elimina el punto 4.

¹⁰ Especificado anteriormente al inicio del epígrafe 2.2.

- a) Homogeneización del equipamiento, mantenimiento, conservación y reposición.
 - b) Fomento de actividades lúdicas.
- 2.8. Formación: Acciones tendentes a la formación y reciclaje profesional para quienes trabajen y gestionen el sector turístico.
3. En el supuesto de producirse una modificación que implique el incumplimiento de los requisitos exigidos y los elementos tenidos en cuenta para la declaración, el Municipio Turístico lo comunicará a la Delegación Provincial de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte en el plazo de un mes.
 4. Los Municipios Turísticos suministrarán a la correspondiente Delegación Provincial de la Consejería de Turismo y Deporte todos los meses, o con la periodicidad que aquella pueda determinar, los datos relativos a la afluencia turística registrada en el municipio, así como cualquier otra información que le sea solicitada relativa a los requisitos y condiciones que motivaron la declaración.

2.3. LA REGULACIÓN DEL MUNICIPIO TURÍSTICO EN OTRAS CC.AA.

Existen algunas diferencias sobre el concepto de Municipio Turístico en las distintas Comunidades Autónomas de España. La regulación de dicho concepto en Andalucía, como se puede apreciar en el apartado anterior, se presenta muy completa y bien detallada, y al igual que en ésta, cada Comunidad cuenta con su propia legislación, aunque no en todas se hace referencia al Municipio Turístico. Algunas profundizan dedicando varios artículos, en otras sólo se hace una pequeña mención de éste y también las hay en las que no se refleja nada acerca de este término. Algunas de las CC.AA. en las que sí se hace referencia al Municipio Turístico son Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Aragón, Cantabria, Murcia e Islas Baleares, descartando el resto de Comunidades Autónomas del país.

2.3.1. Cataluña

El concepto de Municipio Turístico figura en los artículos 18, 19, 20, 21 y 22 de la Ley 13/2002, de 21 de Junio, de Turismo de Cataluña (DOGC, 2002), derogando así el artículo 72 de la Ley 8/1987, de 15 de Abril, municipal y de régimen local de Cataluña (DOGC, 1987), relativo a los municipios turísticos. A esta primera ley donde se nombraba al Municipio Turístico por primera vez, se elimina únicamente el requisito de que los municipios turísticos podrían establecer tributos o recargos específicos que gravasen la estancia. Así hoy en día, éstos son los requisitos establecidos a seguir:

- La consideración de Municipio Turístico se puede otorgar a los municipios que cumplan al menos una de las siguientes condiciones:

- a) Que la media ponderada anual de población turística sea superior al número de vecinos y el número de plazas de alojamiento turístico y de plazas de segunda residencia sea superior al número de vecinos.
- b) Que el término municipal incluya un área territorial que tenga la calificación de recurso turístico esencial.
- Deben prestar también una serie de servicios mínimos para ser considerados como tal:
 - a) La protección de la salubridad pública y de la higiene en todo el término municipal, incluida las playas y las costas.
 - b) La protección civil y la seguridad ciudadana.
 - c) La promoción y la protección de los recursos turísticos del término municipal.
 - d) La señalización turística y de información general, de acuerdo con los criterios de homogeneización que sean determinados por reglamento.
 - e) La atención y la orientación a los usuarios turísticos, mediante una oficina de información adherida a la Red de Oficinas de Turismo de Cataluña, con los servicios y el régimen de horario mínimo que se determinen por reglamento.
 - f) La puesta a disposición de los usuarios turísticos de un servicio de acceso a Internet, de utilización puntual, en la oficina de información turística o en otros puntos de consulta abiertos al público.
 - g) Las funciones ambientales que les correspondan, de acuerdo con la normativa sectorial.
- Además de estos servicios mínimos también deben ofrecer los servicios que correspondan al volumen de población resultante de sumar el número de residentes con la media ponderada anual de población turística.

2.3.2. Comunidad Valenciana

En esta Comunidad Autónoma el Municipio Turístico queda reflejado en la Ley 3/1998, de 21 de Mayo, de Turismo de la Comunidad Valenciana (DOCV, 1998).

Para ser considerado como tal, esta Ley establece tres conceptos en los que debe identificarse al municipio para ser considerado turístico:

- Destino Turístico: Aquellos que a lo largo de todo el año mantienen una afluencia de visitantes, pernoctando en los mismos, superior al número de personas inscritas en su padrón municipal de residentes (*registro administrativo donde constan los vecinos del municipio. Su formación, mantenimiento, revisión y custodia corresponde a los respectivos ayuntamientos y de su actualización se obtiene la Revisión del Padrón municipal con referencia al 1 de Enero de cada año*), suponiendo esta actividad la base de su economía y en los que la capacidad de sus

alojamientos turísticos resulte superior a la de sus viviendas de primera residencia.

- Destino Vacacional: Aquellos que en algún momento del año tienen una afluencia de visitantes, pernoctando en los mismos, superior al número de personas inscritas en su padrón municipal de residentes, pudiendo tener como complemento para su economía otras actividades y que la capacidad de sus alojamientos turísticos, añadida a la de las viviendas de segunda residencia resulte superior a la de sus viviendas de primera residencia.
- Destino de atracción turística: Aquellos que por sus atractivos naturales, monumentales, socioculturales o por su relevancia en algún mercado turístico específico, reciben en un determinado momento del año un número significativo de visitantes en relación a su población de derecho, sin que los mismos pernocten necesariamente en ellos.

Sea cual sea la vía de destino a la que pertenezca el municipio, ambas cuentan con las mismas bases a cumplir:

- a) Los servicios públicos tendrán una orientación turística preferente.
- b) En la tramitación de los planes urbanísticos municipales, se requerirá informe preceptivo de l'Agència Valenciana del Turisme, que no tendrá carácter vinculante.
- c) Se prestará especial atención a la identificación de sus núcleos turísticos y a la conservación y diversificación de sus atractivos, sean de tipo natural o urbano.
- d) Y podrán suscribir con la Generalitat Valenciana convenios para determinar las formas de cooperación y coordinación, en el ejercicio de aquellas competencias que sean necesarias para prestar adecuadamente sus servicios específicos, y, si procede, para establecerlos.

2.3.3. Galicia

La figura de Municipio Turístico en esta Comunidad viene referida en la Ley 7/2011, de 27 de Octubre, de Turismo de Galicia (DOG, 2011), dejando muy atrás a la Ley 9/1997, de 21 de Agosto, de Ordenación y Promoción del Turismo en Galicia (DOG, 1997), en la que por primera vez se nombró a esta figura como tal.

- La Xunta de Galicia podrá declarar municipios turísticos a aquéllos que cumplan con los requisitos que se fijan por vía reglamentaria y, como mínimo, los siguientes:
 - a) Que el promedio ponderado anual de población turística sea superior al 25% del número de vecinos.

- b) Que el número de plazas de alojamiento turístico y de plazas de segunda residencia sea superior al 50% del número de vecinos.
 - c) Que acrediten contar, dentro de su territorio, con algún recurso o servicio turístico susceptible de producir una atracción turística que genere una cantidad de visitantes cinco veces superior a su población, computada a lo largo de un año y repartida, al menos, en más de treinta días.
- Sin perjuicio de los servicios mínimos que, con arreglo a la legislación reguladora del régimen local, hayan de prestar los municipios y de las competencias que correspondan a otras administraciones públicas, los ayuntamientos turísticos han de prestar los siguientes servicios:
- a) La protección de la salubridad pública y la higiene en todo el territorio municipal, incluidas playas y costas.
 - b) La protección civil y la seguridad ciudadana.
 - c) La promoción y protección de los recursos turísticos.
 - d) La señalización turística y la de información general.
 - e) La atención y orientación a las usuarias y usuarios turísticos, mediante una oficina de información que habrá de estar abierta todo el año y contar con personal cualificado para desempeñar este cometido.
 - f) La puesta a disposición de las usuarias y usuarios turísticos de un servicio de acceso a internet, de utilización momentánea, en la oficina de información turística o en otros puntos de consulta abiertos al público, siendo éste un requisito añadido a la antigua Ley 9/1997, de 21 de Agosto.
 - g) Las funciones ambientales que les correspondan de acuerdo con la normativa sectorial.
 - h) El desarrollo de las políticas activas en infraestructuras y urbanismo para favorecer entornos agradables y turísticamente atractivos, especialmente en los núcleos históricos, conservando los tipos arquitectónicos gallegos.
- Los ya declarados municipios turísticos deberán prestar, además de los requisitos y servicios ya mencionados, los servicios mínimos que se correspondan con el volumen de población resultante de sumar el número de residentes con el promedio ponderado anual de población turística. También pueden establecer, de acuerdo con la legislación de régimen local, y en función de sus necesidades, otros servicios complementarios que puedan prestar temporalmente, o con varias intensidades, en función de la afluencia turística.

2.3.4. Aragón

En la Comunidad Autónoma de Aragón el término *Municipio Turístico* viene reflejado tanto en la Ley 6/2003, de 27 de febrero, de Turismo en Aragón (BOA, 2003), como en el posterior Decreto Legislativo 1/2013, de 2 de Abril, del Gobierno de Aragón (BOA, 2013), por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Turismo de Aragón, reflejando en ambas regulaciones los mismos requisitos.

- Para poder solicitar la declaración de *Municipio Turístico* es necesario que cumplan, al menos, con dos de los siguientes requisitos:
 - a) Que se trate de municipios cuya población de hecho (*número de personas que pernoctaron en el municipio en la fecha de referencia del censo*) al menos duplique la población residente en las temporadas turísticas.
 - b) Que se trate de términos municipales en los que el censo de viviendas sea superior al doble de las viviendas habitadas por sus habitantes residentes.
 - c) Que se trate de poblaciones en las que el número de plazas turísticas hoteleras o extrahoteleras duplique, al menos, la población residente.

- También hay que tener en cuenta una serie de elementos:
 - a) La existencia de planeamiento urbanístico, con especial valoración del sistema de espacios libres.
 - b) La existencia de zonas verdes y espacios libres que sirvan de protección del núcleo histórico edificado.
 - c) El porcentaje de gasto presupuestario realizado por el municipio en relación con la prestación de los servicios municipales obligatorios y de todos aquellos servicios con especial repercusión en el turismo.
 - d) La adopción de medidas de protección y recuperación del entorno natural y del paisaje.
 - e) La adopción de medidas de defensa y restauración del patrimonio cultural y urbano.
 - f) Y la relevancia de los recursos turísticos existentes en el término municipal.

2.3.5. Cantabria

En esta Comunidad dicho término viene redactado en la Ley 5/1999, de 24 de Marzo, de Ordenación del Turismo de Cantabria (BOC, 1999). Esta Ley, vigente hoy en día, deroga a la Ley 1/1992, de 11 de Febrero (BOC, 1992), aunque en este año aún no se hiciese mención alguna al Municipio Turístico.

Para que un municipio sea considerado como tal tiene que acreditar que cumple con estos parámetros:

- Parámetros con afluencia considerable de visitantes y pernoctaciones, la existencia de un número significativo de alojamientos turísticos de segunda residencia y en los que la actividad turística represente la base de su economía o, como mínimo, una parte importante de ésta.
- Parámetros cuantitativos. El municipio deberá acreditar un programa de promoción y fomento del turismo sostenible. La calidad y la innovación serán aspectos de la máxima importancia en la formulación del programa, detallando como mínimo las siguientes cuestiones:
 - a) La necesidad de desarrollar un turismo que responda a las expectativas económicas y a las exigencias de protección del entorno.
 - b) Toda actuación turística ha de tener incidencia efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población, contribuir a su enriquecimiento sociocultural y a la creación de trabajo digno.
 - c) El mantenimiento de la cultura, historia y personalidad del municipio.
 - d) La adaptación del urbanismo y la edificación al paisaje local y la ordenación integral del patrimonio.
 - e) La existencia de reservas de agua estratégicas, así como su depuración y reutilización.
 - f) El nivel de generación de residuos estará ligado a la existencia en la zona de planes de recogida, reducción, reutilización y reciclaje.
 - g) Unos planes de formación y reciclaje profesional para los trabajadores y gestores del sector turístico.
 - h) Y por supuesto planes para la reconversión de los recursos potenciales en productos turísticos y su ordenación en el territorio.

2.3.6. Murcia

En la Comunidad Autónoma de Murcia este concepto se regulaba en la Ley 11/1997, de 12 de Diciembre, del Turismo de la región de Murcia (BORM, 1997), aunque actualmente esta Ley se encuentre derogada por la Ley 12/2013, de 20 de Diciembre, de Turismo de la región de Murcia (BORM, 2013), en la que ya no se hace mención alguna a esta figura. Aún así, veamos cuáles eran los requisitos en la Ley 11/1997, de 12 de Diciembre, que un municipio debía cumplir antes de que fuese derogada.

- Los municipios de la región de Murcia podrían obtener la denominación de «Municipio Turístico» beneficiándose de modo preferencial de las acciones de fomento y promoción de la Administración Regional.

- En la elaboración y modificación de los instrumentos de planteamiento urbanístico correspondientes a estos municipios, sería oída la Consejería competente en materia de turismo de la Región de Murcia, en los aspectos de su competencia.

- Para la concesión de la denominación de Municipio Turístico, que sería decretada por el Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma de la región de Murcia, a propuesta del Consejero competente en la materia, y oído el parecer del Consejo Asesor Regional de Turismo, se valorarían las siguientes condiciones:

- a) Oferta turística local, alojativa y complementaria que pueda justificar la citada denominación.
- b) Porcentaje significativo del Presupuesto Municipal anual destinado a promoción e infraestructuras turísticas, excluidas las cantidades destinadas a fiestas locales.
- c) Realización de programas que incidan en la calidad de la oferta turística.
- d) Existencia de Ordenanzas de Medio Ambiente donde figuren debidamente recogidas medidas para la preservación de los valores medioambientales, así como para el respeto a los derechos a la intimidad, a tranquilidad y el bienestar en general de los usuarios turísticos, con el alcance que se determine reglamentariamente; debiendo abarcar aspectos tales como salubridad, seguridad, control de ruidos y olores y cualquier otro que resulte procedente a los citados fines.
- e) El incremento significativo de población que se genere en ese municipio, con ocasión de los periodos vacacionales.
- f) Disponer de oficinas de turismo convenientemente señalizadas y dotadas.
- g) Así como aquellas otras especiales circunstancias que, debidamente acreditadas aconsejen la concesión de la denominación.

- Reglamentariamente se determinarían los índices a aplicar para la determinación de los requisitos establecidos en los apartados anteriores, así como el procedimiento de concesión y revocación de la denominación.

2.3.7. *Islas Baleares*

El Municipio Turístico en las Islas Baleares aparece regulado en el artículo 8 y el artículo 70 de la Ley 8/2012, de 19 de julio, del Turismo de las Illes Balears (BOIB, 2012), derogando así la anterior Ley de Turismo 2/1999, de 24 de marzo (BOIB, 1999).

En el artículo 8 se dice que los municipios de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears, en su ámbito territorial, tienen las siguientes competencias en materia de turismo:

- a) La protección y la conservación de los recursos turísticos, así como la adopción de medidas tendentes a su efectiva utilización y disfrute.

- b) La promoción turística del municipio en el contexto de la promoción de cada una de las Illes Balears.
- c) El fomento de la actividad turística en su término municipal.
- d) La colaboración en materia de turismo con otras administraciones públicas.
- e) Las declaraciones de interés turístico municipal.
- f) La aprobación de los planes de desarrollo turístico municipal.
- g) Cualesquiera otras competencias que les sean atribuidas por ésta u otra ley, transferidas o delegadas de acuerdo con lo preceptuado en la legislación de régimen local.

Y en el artículo 70, en el punto 6, se especifica que los ayuntamientos podrán instar al Gobierno de las Illes Balears a ser declarados como municipio turístico.

2.3.8. *Islas Canarias*

En la Comunidad Autónoma de Canarias, la figura legal del Municipio Turístico surge a partir de la Disposición Adicional Segunda de la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias (BOC, 1995). Según redacta (García Cruz, 2013) en el trabajo *Turismo y Administración Local en Canarias: Un problema pendiente*, se fijó un plazo de seis meses para la formulación, mediante el consenso con las asociaciones más representativas de los municipios de Canarias, de un proyecto de ley sobre las siguientes bases:

- a) En ellos el dominio público y los servicios públicos tendrán una orientación turística expresa.
- b) Se reconocerán las medidas fiscales y de financiación que permitan la prestación de servicios con la calidad suficiente.
- c) Se prestará especial atención a la identificación de sus núcleos turísticos y a la conservación y diversificación de sus atractivos, sean de tipo natural o urbano.
- d) Los núcleos turísticos separados del casco urbano, tendrán una organización complementaria donde se posibilite la más amplia y efectiva participación ciudadana.

En la Ley 7/1995, no se fijaron los requisitos necesarios para considerar a un municipio como turístico, por lo que se encomendó esta cuestión a que la abarcara la posterior ley reguladora del Estatuto de Municipios Turísticos, encontrándose actualmente en fase de Proyecto de Ley.

El 19 de diciembre de 2006, el Consejo de Gobierno decidió la aprobación del anteproyecto de ley y su remisión al Consejo Consultivo de Canarias, obteniendo un dictamen positivo. Sin embargo, a día de hoy, el anteproyecto de ley sigue sin ser aprobado en el Parlamento de Canarias, y

con él, la concreción oficial de los municipios considerados como turísticos en la Comunidad.

Aunque este Estatuto de Municipios Turísticos siga sin ser aprobado, los criterios exigibles siguen siendo replanteados, aunque sin llegar aún a lograrse un consenso.

2.3.9. Resto de Comunidades Autónomas

Como se ha podido comprobar en los apartados anteriores, la figura legal de *Municipio Turístico* no queda recogida en la legislación de todas las Comunidades Autónomas. Algunas definen ampliamente este concepto y explican los requisitos, las obligaciones, métodos para llegar a ser declarados como tal, etc., muy bien detallados, mientras que en tantas otras Comunidades Autónomas ni se hace mención de ello, basando su Ley de Turismo en otros aspectos más básicos y generales. Sin embargo, en la Ley de Turismo de Andalucía de 2011 sí se ha llevado a cabo una descripción muy detallada y efectiva de cómo efectuar los trámites para conseguir la declaración de Municipio Turístico.

Aunque cada legislación reguladora de las distintas CC.AA. sea diferente, se puede decir que por lo general la mayoría de las Comunidades tienen una similar definición de dicho término, y se atiende a unos requisitos bastante comunes e igualitarios en cada una de las leyes, como que exista una gran afluencia turística y una amplia oferta de alojamiento, productos y servicios turísticos de calidad.

2.4. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES DE LOS REQUISITOS ENTRE LAS DISTINTAS CC.AA.

La mayoría de los requisitos exigidos a los municipios de Andalucía para ser declarados como turísticos también los exigen algunas de las distintas Comunidades Autónomas, existiendo con lo cual una gran similitud entre ellos. Sin embargo, las demás CC.AA. también cuentan en su regulación con algunos requisitos no requeridos por la Comunidad Autónoma Andaluza a sus municipios. He aquí en la siguiente tabla una descripción de los requisitos existentes en la regulación de Andalucía y en el resto de las Comunidades Autónomas y de las coincidencias entre sí:

ANDALUCÍA	RESTO DE LAS CC.AA
Requisito 1 Podrían solicitar la declaración de Municipio Turístico aquellos cuya población de derecho exceda de cinco mil habitantes y no supere los cien mil	
Requisito 2 De acuerdo con los datos oficiales elaborados por la Consejería competente en materia de Turismo, el número de pernoctaciones diarias en media anual (pernoctaciones/365) en los establecimientos de alojamiento turístico, de acuerdo a la clasificación de estos, será superior al 10 por ciento de la vecindad del municipio, según la cifra del padrón municipal declarada oficial en el momento de la solicitud, o que se alcance este porcentaje durante al menos tres meses al año, computándose para ello la media diaria mensual (pernoctaciones de cada mes/30)	Cataluña, Comunidad Valenciana y Cantabria
Requisito 3 Que el número de visitantes sea al menos cinco veces superior al de vecinos, repartidos los primeros en al menos más de treinta días al año. Para ello se acreditará el número de visitantes diarios mediante el conteo de las visitas diarias a los recursos turísticos del municipio	Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia y Aragón
Requisito 4 Que el término municipal incluya un área territorial que tenga la calificación de recurso turístico esencial	Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Aragón, Cantabria y Murcia
OTROS REQUISITOS QUE NO EXIGEN EN ANDALUCÍA	
Requisito 1 Que el número de plazas de alojamiento turístico y de plazas de segunda residencia sea superior al 50% del número de vecinos	Galicia, Cataluña, Comunidad Valenciana, Aragón y Cantabria
Requisito 2 Acreditar un programa de promoción y fomento del turismo sostenible. La calidad y la innovación serán aspectos de máxima importancia	Cantabria, Aragón y Murcia
Requisito 3 Se debe prestar los servicios mínimos que se correspondan con el volumen de población resultante de sumar el número de residentes con el promedio ponderado anual de población turística	Cataluña y Galicia

Tabla 1. Requisitos de las distintas CC.AA.

2.4.1. Declaración de Municipios Turísticos en la provincia de Málaga

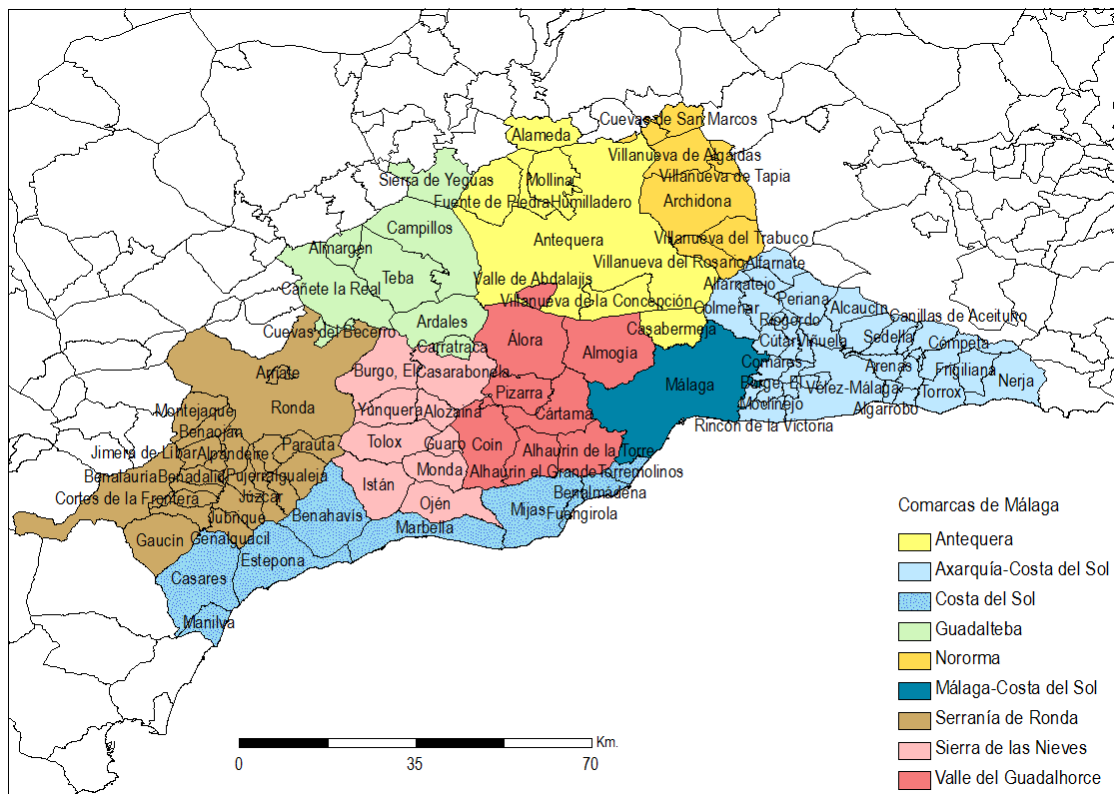
Una vez enumeradas y conocidas las condiciones (requisitos y obligaciones) que cada Comunidad Autónoma exige a sus municipios para ser declarados como turísticos, se puede decir que en Andalucía, y más concretamente en la provincia de Málaga, aquellos municipios que cumplen con dichos requisitos, han llevado a cabo la solicitud reglamentaria para adquirir dicha denominación y han sido nombrados como tales por la Junta de Andalucía, apareciendo dicha declaración en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA), son los que figuran en la Tabla 2.

MUNICIPIOS TURÍSTICOS	FECHA DE DECLARACIÓN
Benalmádena	21/10/2003
Fuengirola	25/07/2006
Nerja	15/03/2005
Ronda	09/03/2004
Torremolinos	09/05/2006

Tabla 2. Declaración de Municipios Turísticos.

CAPÍTULO 3 LOS MUNICIPIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

El Turismo en la provincia de Málaga es un sector muy importante, por no decir el que más. Este destino viene siendo desde hace ya muchos años uno de los más demandados en Andalucía, ya que cuenta con un amplio abanico en cuanto a oferta para los turistas, pudiendo complementar tanto el turismo de sol y playa, como el cultural y el activo o gastronómico, entre otros. Cada uno de los municipios que componen la provincia cuenta con su propia oferta turística, en función de su ubicación y sus productos típicos, pudiendo visitarse desde municipios de costa hasta municipios de interior y ofreciendo en ambos casos un amplio patrimonio histórico, además de sus típicas tradiciones y costumbres.



Mapa 1. Comarcas de la provincia de Málaga y municipios que las forman.

La oferta turística en la provincia de Málaga está distribuida sobre las nueve comarcas que la componen: Antequera, Axarquía - Costa del Sol, Costa del Sol, Guadalteba, Nororma, Málaga - Costa del Sol, Serranía de

Ronda, Sierra de las Nieves y Valle del Guadalhorce. Los municipios que forman cada una de ellas se muestran en la Tabla 3, apareciendo en **negrita** los municipios ya declarados como turísticos; así mismo, en el Mapa 1 se muestra la localización geográfica de dichas comarcas y de los municipios que las componen, en total los 101 municipios que forman la provincia de Málaga.

COMARCAS Y MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA			
ANTEQUERA			
Alameda	Antequera	Casabermeja	Fuente de Piedra
Humilladero	Mollina	Villanueva de la Concepción	
AXARQUÍA - COSTA DEL SOL			
Alcaucín	Alfarnate	Alfarnatejo	Algarrobo
Almáchar	Árchez	Arenas	Benamargosa
Benamocarra	Canillas de Aceituno	Canillas de Albaida	Colmenar
Comares	Cómpeta	Cútar	El Borge
Frigiliana	Iznate	La Viñuela	Macharaviaya
Moclinejo	Nerja	Periana	Rincón de la Victoria
Riogordo	Salares	Sayalonga	Sedella
Torrox	Totalán	Vélez-Málaga	
COSTA DEL SOL			
Benahavís	Benalmádena	Casares	Estepona
Fuengirola	Manilva	Marbella	Mijas
Torremolinos			
GUADALTEBA			
Almargen	Ardales	Campillos	Cañete la Real
Carratraca	Cuevas del Becerro	Sierra de Yeguas	Teba
NORORMA			
Archidona	Cuevas Bajas	Cuevas de San Marcos	Villanueva de Algaidas
Villanueva de Tapia	Villanueva del Rosario	Villanueva del Trabuco	
MÁLAGA - COSTA DEL SOL			
Málaga			
SERRANÍA DE RONDA			
Algatocín	Alpandeire	Arriate	Atajate
Benadalid	Benalauría	Benaoján	Benarrabá
Cartajima	Cortés de la Frontera	Faraján	Gaucín
Genalguacil	Igualeja	Jimera de Líbar	Jubrique
Júzcar	Montejaque	Parauta	Pujerra
Ronda			
SIERRA DE LAS NIEVES			
Alozaina	Casarabonela	El Burgo	Guaro
Istán	Monda	Ojén	Tolox
Yunquera			
VALLE DEL GUADALHORCE			
Alhaurín de la Torre	Alhaurín el Grande	Almogía	Álora
Cártama	Coín	Pizarra	Valle de Abdalajís

Tabla 3. Municipios de la provincia de Málaga.

3.1. OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICAS EN LOS MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Una vez conocidos y ubicados los municipios de la provincia de Málaga, se deberá proceder a comentar sus principales características, tanto en los municipios declarados turísticos como en los que no, ampliando, si es posible, en estos últimos los motivos por los que no han sido declarados. Y, para ello, se realiza un análisis de la oferta y la demanda, los dos puntos de vista que componen el mercado, sabiendo que sin demanda la actividad turística no existiría, pero que *la existencia de una importante planta de alojamiento es uno de los factores fundamentales que identifican a un municipio o destino como turístico* (Baños Castiñeira). Para ello se toman como referencia el informe sobre el turismo en la provincia de Málaga realizado por la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE, S.A, 2011), así como el Balance del Año Turístico en Andalucía (Consejería de Turismo y Comercio, 2011), correspondiente al mismo año. En primer lugar se analizará la provincia de Málaga y posteriormente algunos de los municipios que la componen.

3.1.1. Provincia de Málaga

En la Comunidad Autónoma Andaluza la actividad turística es uno de los principales motores para su economía, y precisamente la provincia de Málaga, perteneciente a la Costa del Sol, cuenta con un alto nivel de turismo.

Según los datos extraídos del informe elaborado por SOPDE en 2011, el mercado nacional es el más importante (41,21%), seguido del británico (24,4%) y el alemán (6,62%). Dentro del mercado nacional, cerca del 40% de los turistas proceden de Andalucía, a ellos le siguen, en porcentaje, los procedentes de Madrid (23%), País Vasco (5,2%) y Cataluña (5%).

La situación laboral de 6 de cada 10 de los turistas que visitaron la Costa del Sol ese año fue la de ocupados, tanto por cuenta propia como por cuenta ajena, con un 57,8%, y le siguen los retirados o jubilados (23,7%) y estudiantes (7,2%). La mayor parte de los turistas suelen venir en parejas (58,8%), situándose la media de edad en 47,6 años, seguidos por los que viajan en familia (19,6%), y en grupos de amigos (11,6%), siendo la estancia media de éstos de 12,01 días. Debido a la difícil coyuntura económica tanto a nivel nacional como internacional que se vivía en el año 2011, el presupuesto por viaje también ha disminuido, siendo el presupuesto medio de 769,40€, equivalente a 64,06€ diarios.

El 72% de los viajes realizados a Málaga se incluyen en el segmento de Sol y playa, siendo éste el más demandado, y el alojamiento principal para dichos turistas es el hotelero, tomando como prioridad los hoteles de 4 y 3 estrellas, respectivamente, con régimen de alojamiento y desayuno, y seguido por media pensión.

Como en muchos otros destinos, hay que destacar la existencia de una alta estacionalidad, por la que los viajeros que se alojan en establecimientos hoteleros presentan sus mayores concentraciones en los meses de Julio, Agosto y Septiembre, mientras que los meses de Noviembre, Diciembre y Enero son los meses que presentan una menor concentración de turistas. El medio de transporte más utilizado es el avión, con un 57,5%, utilizando, preferentemente, líneas de bajo coste, y siendo las compañías que lideran este aspecto Ryanair y Easyjet. Los viajeros que utilizan el vehículo propio representan un 30,3% del total y, de acuerdo con la información facilitada en SOPDE(2011), se han ido incrementando a lo largo de los años.

La principal motivación por la que los turistas eligen como destino la provincia de Málaga es el clima, con un 67,2%, seguido de sus playas, con un 32,4%. Un 47% de los turistas afirman que realizarán visitas a otros municipios de la provincia, distintos de donde residan durante su estancia, algo que viene muy bien a los demás municipios para obtener beneficios económicos y posibles demandantes en el futuro.

La mayoría de ellos han utilizado Internet como medio de información (un 59,1%), así como para realizar reservas de algunos servicios, como el medio de transporte y el alojamiento. Normalmente todo esto conlleva una organización de uno a dos meses con antelación al viaje.

Una vez finalizado el viaje, se ha podido confirmar el alto grado de satisfacción de los turistas, siendo 9 de cada 10 los que dan un valor muy positivo a este destino (el 93,1%), señalando el clima como el aspecto más satisfactorio seguido del ambiente y la hospitalidad. Aunque también se hace mención como elemento negativo a la suciedad ocasionada por los animales, un aspecto del que la sociedad se debería ir concienciando, puesto que es algo que puede ocasionar muy mala imagen para los futuros visitantes.

Y, como es obvio, para satisfacer a la demanda actual y potencial de este destino, la provincia debe contar con una amplia oferta que cumpla con las necesidades de los visitantes. En la siguiente tabla se muestran, a nivel provincial, tanto la oferta en cuanto a alojamientos turísticos y plazas como el número de viajeros y pernoctaciones que han hecho uso de estos servicios de alojamiento.

ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS	OFERTA TURÍSTICA		DEMANDA TURÍSTICA	
	Nº ESTABLECIMIENTOS	Nº PLAZAS	VIAJEROS	PERNOCTACIONES
Establecimientos Hoteleros	777	96342	4361127	15923032
Apartamentos Turísticos	385	46086	637063	3941510
Campamentos Turísticos	33	15396	150949	1018983
Casas y Viviendas Rurales	1208	7828	37772	181560
TOTAL	2403	165652	5186911	21065085

Tabla 4. Oferta y Demanda Turística de la provincia de Málaga.

El tipo de alojamiento con un mayor número de establecimientos en la provincia son las Casas y Viviendas Rurales, seguido por el Establecimiento Hotelero, los Apartamentos Turísticos, y el Campamento de Turismo. Sin embargo, haciendo referencia al número de plazas de cada uno de estas tipologías, se puede comprobar que las Casas y Viviendas Rurales, aunque sean las que cuenten con el mayor número de establecimientos, son precisamente las que disponen del menor número de plazas. Siendo los Establecimientos Hoteleros y los Apartamentos Turísticos, respectivamente, los principales en este aspecto.

En cuanto a la demanda turística, tanto los viajeros que acuden a Málaga como la mayoría de pernoctaciones que ellos realizan, corresponden, principalmente, a los Establecimientos Hoteleros, estando muy por encima de los demás alojamientos turísticos. Siendo éste el tipo de alojamiento por excelencia en la provincia de Málaga.

3.1.2. Oferta y Demanda en los Municipios Turísticos

Una vez detallada la oferta y la demanda, se procederá a analizar los municipios declarados turísticos según la Junta de Andalucía en esta provincia. En los gráficos que a continuación se muestran, se puede observar la variedad de alojamientos turísticos existentes, así como el número de plazas, grado de ocupación, los viajeros y su variación de un año hacia otro y las pernoctaciones junto con su variación, tanto de incremento como disminución. Para cada uno de los municipios turísticos se muestra una tabla con su oferta y demanda, pudiendo así hacerse a la idea de si la actividad turística en dicho destino crece o decrece de un año para otro en función de la oferta de alojamientos turísticos.

- **Benalmádena**

Establecimientos Hoteleros	38					
Número de Plazas	14.754					
Grado de Ocupación (promedio anual)	67,23%					
	Viajeros		% Var. 11/10		Pernoctaciones	% Var. 11/10
Nacionales	168.335	↓	-14,50%		742.973	↓ -14,80%
Extranjeros	262.648	↑	3,90%		1.740.032	↑ 15,50%
Totales	430.983	↓	-4,20%		2.483.005	↑ 4,90%
Cuota sobre provincia	9,99%	↓	-0,09%		15,64%	↑ 0,01%
Apartamentos Turísticos	38					
Número de Plazas	4.582					
Grado de Ocupación (promedio anual)	44,80%					
	Viajeros		% Var. 11/10		Pernoctaciones	% Var. 11/10
Nacionales	27.187	↓	-7,30%		116.466	↓ -16,40%
Extranjeros	85.378	↑	16,70%		503.288	↑ 8,30%
Totales	112.565	↑	9,80%		619.754	↑ 2,60%
Cuota sobre provincia	17,67%	↑	0,01%		15,67%	↓ -0,02%

Tabla 5. Oferta y Demanda Turística en Benalmádena.

Como se puede observar en dicha tabla, la oferta de alojamiento de Benalmádena se divide en establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos.

Los establecimientos hoteleros cuentan con un total de 38 hoteles, equivalente a un número de plazas de 14.754, siendo el grado de ocupación a nivel anual del 67,23%. La demanda para esta oferta es de un total de 430.983 viajeros, con una cuota del 9,99% sobre el total de la provincia. La mayoría de estos turistas son extranjeros, 262.648, frente a los 168.335 nacionales. Y la variación de los viajeros de un año hacia otro solo aumenta en la llegada de viajeros extranjeros, mientras que el resto de datos sobre la demanda decrece, tal vez fuese esto por la grave crisis económica que atraviesa el país. Sin embargo, en el número de pernoctaciones se aprecia que aunque la demanda de turistas haya bajado, éstas sí han aumentado, significando esto que realmente llegan menos turistas que el año anterior pero con un periodo superior de estancia en el destino.

Y en cuanto a los apartamentos turísticos, éstos también son un total de 38, aunque con un menor número de plazas, 4.582, siendo su grado de ocupación anual de 44,80% (bastante menos que en los establecimientos hoteleros). El total de los turistas que se alojan en este establecimiento es de 112.565, con una cuota del 17,67% sobre el total de la provincia. De un año hacia otro la única variación negativa que ha habido es la de los viajeros nacionales, reduciéndose un -7,3% respecto al año anterior. Sin embargo el crecimiento de los turistas extranjeros ha hecho que haya un aumento en la demanda en general, aumentando también las pernoctaciones en cuanto a extranjeros y al total.

Además de esto, en general, se puede decir que la mayoría de los turistas que lo visitan son procedentes de Reino Unido (con un 40,1%) y España (31,8%). La edad media de estos turistas es en torno a unos 50 años y su tipo de alojamiento principal es el hotelero, de 3 y 4 estrellas, siendo la duración de la estancia media de 11,08 días. El uso de Internet para estos turistas es de un 58,36%, tanto para información como para organización del viaje.

- **Fuengirola**

Establecimientos Hoteleros	45	Viajeros	397.881
Número de Plazas	9.546	Pernoctaciones	1.708.528
Grado de Ocupación (promedio anual)	53,61%		
Apartamentos Turísticos	23	Viajeros	64.946
Número de Plazas	3.770	Pernoctaciones	382.997
Grado de Ocupación (promedio anual)	49,39%		
Campamentos Turísticos	1		
Número de Plazas	879		

Tabla 6. Oferta y Demanda Turística en Fuengirola.

En el caso de Fuengirola, la división de la oferta de alojamiento se basa en establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos y campamentos turísticos. El total de establecimientos hoteleros es de 45, con un número de plazas de 9.546 y un grado de ocupación de 53,61%. Los apartamentos turísticos cuentan con 23, disponibilidad de 3.770 plazas y un grado de ocupación anual del 49,39%. Mientras que solo se dispone de un campamento turístico con 879 plazas.

La demanda en estos establecimientos turísticos es bastante superior en los hoteles, tanto en la cantidad de viajeros que reciben como en las pernoctaciones que éstos realizan, superando en algo más de la mitad a los apartamentos turísticos.

La mayor parte de los turistas son de España (41,4%) y Reino Unido (35,8%), siendo la edad media de éstos de 48,75 años. Como ya se ha comentado el tipo de alojamiento más utilizado es el hotel, de 3 estrellas (con un 20,7%), y lo sigue muy de cerca la vivienda en propiedad (18,7%). La estancia media del viaje en este destino es de 13,7 días, y un 49,09% de los turistas hizo uso de Internet para la organización de su viaje.

- Nerja

Establecimientos Hoteleros	53					
Número de Plazas	3.473					
Grado de Ocupación (promedio anual)	51,86%					
	Viajeros		% Var. 11/10		Pernoctaciones	% Var. 11/10
Nacionales	69.662	↑	8,30%		201.463	↑
Extranjeros	111.341	↑	6,00%		574.460	↑
Totales	181.003	↑	6,90%		775.923	↑
Cuota sobre provincia	4,20%	↑	0,02%		4,89%	↑
Apartmentos Turísticos	74					
Número de Plazas	3.563					
Grado de Ocupación (promedio anual)	25,58%					
	Viajeros		% Var. 11/10		Pernoctaciones	% Var. 11/10
Nacionales	12.256	↓	-1,80%		58.926	↓
Extranjeros	23.534	↑	9,20%		165.824	↓
Totales	35.790	↑	5,20%		224.750	↓
Cuota sobre provincia	5,62%	↓	-0,03%		5,68%	↓
Campamentos Turísticos	1					
Número de Plazas	146					
Casas y Viviendas Rurales	23					
Número de Plazas	139					

Tabla 7. Oferta y Demanda Turística en Nerja.

En este destino, Nerja, la oferta de alojamientos es superior que en los anteriores municipios, siendo estos los establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos, campamentos turísticos y casas y viviendas rurales.

Los establecimientos hoteleros son 53, con un número de plazas de 3.473 y su grado de ocupación es del 51,86%. De los turistas que demandan este tipo de alojamiento la mayor parte son extranjeros, con 111.003, frente a los nacionales, que son 69.662. El total de turistas es de 181.003, con una cuota de 4,20% sobre el total de la provincia. La variación de esta demanda ha incrementado de un año para otro en todas sus variables, con un 6,9% más en el total de viajeros, aumentando también el número de pernoctaciones tanto en turistas nacionales como internacionales.

Por otro lado se cuenta con una cantidad de 74 apartamentos turísticos, siendo el número de plazas de 3.563 y el grado de ocupación anual de 25,58%. En cuanto al número de turistas que se alojan en este establecimiento se aprecia que hay muchos más extranjeros que nacionales, y que la variación de un año hacia otro solo ha aumentado en dichos turistas, aunque aún así se produzca un descenso en la cuota de viajeros respecto al total de la provincia, contemplándose también un descenso en las pernoctaciones, tanto a nivel nacional como internacional, con una caída de -4% en el total de viajeros respecto al año anterior.

El resto de oferta de alojamiento se divide en un campamento turístico, con 146 plazas, y 23 casas y viviendas rurales con un total de 139 plazas.

El turista que más frecuenta este destino es en su mayoría el perteneciente a Reino Unido (un 44,30%) y con edad media de 48,13 años. El alojamiento principal es el hotel de 4 estrellas (25,5%) seguido de los de 3 estrellas (18,12%). Una gran parte de estos turistas (el 66,44%) utiliza Internet como medio para la organización de su viaje, que toma como estancia media unos 11,5 días.

- Ronda

Establecimientos Hoteleros	52					
Número de Plazas	1.862					
Grado de Ocupación (promedio anual)	40,15%					
	Viajeros		% Var. 11/10	Pernoctaciones		% Var. 11/10
Nacionales	62.669	↑	0,00%	98.078	↓	-8,30%
Extranjeros	126.840	↑	31,70%	184.810	↑	31,50%
Totales	189.509	↑	19,20%	282.888	↑	14,30%
Cuota sobre provincia	4,39%	↑	0,13%	1,78%	↑	0,10%
Apartamentos Turísticos	3					
Número de Plazas	43					
Campamentos Turísticos	3	Viajeros	9.192			
Número de Plazas	401	Pernoctaciones	18.704			
Casas y Viviendas Rurales	95					
Número de Plazas	620					

Tabla 8. Oferta y Demanda Turística en Ronda.

El municipio de Ronda también cuenta con una gran oferta de alojamientos turísticos, como son los establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos, campamentos turísticos y casas y viviendas rurales. Los establecimientos hoteleros son 52, con una capacidad de 1.862 plazas y un grado de ocupación del 40,15%. El total de los viajeros que acuden a estos alojamientos es de 189.509, de los cuales la mayoría (126.840) son extranjeros. Esta demanda ha ido en aumento de un año hacia otro, tanto a nivel nacional como internacional, siendo la variación en el total de un 19,2% superior al año anterior. Y aunque las pernoctaciones de los viajeros nacionales hayan disminuido, se han incrementado la de los extranjeros, lo que supone un aumento también en el total de pernoctaciones.

Los demás alojamientos tratan de 3 apartamentos turísticos con 43 plazas, 3 campamentos turísticos con un total de 401 plazas y 95 casas y viviendas rurales con un número de plazas de 620.

Los turistas nacionales que elijen Ronda como lugar de destino cuentan con una media de edad de 40,62 años. El alojamiento preferido para estas personas es el hotel de 2 estrellas (54,46%) y en segundo lugar el de 4 estrellas (con un 23,69%). El uso de Internet es muy importante a la hora de la organización del viaje (el 75,8% de personas lo usan), y su disposición de estancia en el destino es de una media de 3,14 días.

- Torremolinos

Establecimientos Hoteleros	82					
Número de Plazas	20.517					
Grado de Ocupación (promedio anual)	61,54%					
	Viajeros		% Var. 11/10	Pernoctaciones		% Var. 11/10
Nacionales	455.280	↑	8,50%	1.571.604	↓	-10,20%
Extranjeros	476.574	↑	22,90%	2.640.574	↑	22,30%
Totales	931.854	↑	15,40%	4.212.178	↑	7,70%
Cuota sobre provincia	21,61%	↑	0,10%	26,53%	↑	0,03%
Apartamentos Turísticos	54					
Número de Plazas	6.948					
Grado de Ocupación (promedio anual)	40,29%					
	Viajeros		% Var. 11/10	Pernoctaciones		% Var. 11/10
Nacionales	38.675	↑	10,40%	140.723	↑	4,40%
Extranjeros	57.566	↓	-10,60%	530.260	↓	-2,10%
Totales	96.241	↓	-3,20%	670.983	↓	-0,80%
Cuota sobre provincia	15,11%	↓	-0,11%	16,97%	↓	-0,06%
Campamentos Turísticos	1					
Número de Plazas	502					

Tabla 9. Oferta y Demanda Turística en Torremolinos.

Y para terminar, con los municipios declarados turísticos, Torremolinos también dispone de una amplia oferta de alojamientos turísticos, como son los

establecimientos hoteleros, los apartamentos turísticos, y tan solo un campamento turístico, con un total de 502 plazas.

Los establecimientos hoteleros son 82, sumando entre todos ellos las 20.517 plazas. Y contando con un grado de ocupación anual de 61,54%. El total de viajeros que se alojan en estos establecimientos es de 931.854, estando muy igualada la cantidad de viajeros tanto nacionales como internacionales. La cuota de estos demandantes es de un 21,61% sobre el total de la provincia, y la variación de un año hacia otro ha sido positiva, tanto en viajeros nacionales como extranjeros. Sin embargo, las pernoctaciones de los turistas nacionales de un año hacia otro han disminuido en un -10,2%, sin influenciar en absoluto a los extranjeros, que también han aumentado su estancia en dichos establecimientos. De los municipios turísticos declarados se puede decir, según las estadísticas, que Torremolinos es el municipio en el que se dispone de la mayor oferta turística en establecimientos hoteleros, por lo que cuenta además con un altísimo nivel de demanda.

Y en cuanto a los apartamentos turísticos, la cantidad de éstos es de 54, con un número de plazas de 6.948 y un grado de ocupación anual del 40,29%. Los viajeros nacionales que pernoctan en dichos apartamentos van en aumento, año tras año, mientras que los extranjeros descienden y esto hace que tanto el total de viajeros como la cuota sobre la provincia también decaiga. Y lo mismo ocurre con las pernoctaciones, que solo aumentan para los viajeros nacionales, decreciendo así para el resto de viajeros.

Por lo general, el porcentaje de turistas que acuden a Torremolinos procedentes de España es de un 43,2%, teniendo una edad media de 48,91 años. El alojamiento más demandado por éstos es el hotelero, con un 30,4% los hoteles de 4 estrellas y un 27% los de 3 estrellas. La organización del viaje se realizó en un 57,2% a través de Internet, y su estancia media es de 11,45 días.

3.1.3. Oferta y Demanda en los Municipios no declarados como Turísticos

La Junta de Andalucía recoge en el listado de los municipios declarados como turísticos a los citados anteriormente, por haber solicitado la declaración y cumplir con los requisitos que se les exigen. Sin embargo, también en la provincia de Málaga existen algunos otros municipios tan o incluso más importantes que los mencionados, pero que no cumplen con los requisitos y por ello no están declarados como tal. Algunos de estos municipios tan primordiales en cuanto a Turismo en la provincia de Málaga son Málaga capital, Antequera, Estepona o Marbella.

Estos municipios cuentan con demasiadas características que se consideran importantes en cuanto al desarrollo turístico de la provincia, es por ello que hay que hacer hincapié en su participación en la oferta y demanda

turística, ya que aunque no estén considerados como tal cuentan con un atractivo primordial para los turistas.

- **Antequera**

Establecimientos Hoteleros	26
Número de Plazas	1.487
Apartamentos Turísticos	1
Número de Plazas	22
Campamentos Turísticos	1
Número de Plazas	251
Casas y Viviendas Rurales	36
Número de Plazas	294

Tabla 10. Oferta Turística en Antequera.

El municipio de Antequera, aun sin contar con la declaración de turístico, cuenta con cada uno de los tipos de alojamientos turísticos existentes. Esta oferta consiste en 26 establecimientos hoteleros, con un total de 1.487 plazas, 1 apartamento turístico con 22 plazas, también 1 único campamento turístico con capacidad para 251 y un total de 36 casas y viviendas rurales con un número de plazas de 294.

El turista principal que elige este destino es en su mayoría procedente de España, con un 72,34%, y su edad media es de 43 años. El tipo de alojamiento preferido para éstos es el hotel de 4 estrellas (con un 45,90%) seguido por el de 3 estrellas (16,11%) y la estancia media es de unos 5 días. Esta estancia la organiza la mayoría de los viajeros (el 90,27%) de forma particular mediante el uso de Internet en un 70,82%.

- **Estepona**

Establecimientos Hoteleros	32	Viajeros	170.896
Número de Plazas	14.754		Pernoctaciones
Grado de Ocupación (promedio anual)	59,85%		
Apartamentos Turísticos	21	Viajeros	53.144
Número de Plazas	3.384		Pernoctaciones
Campamentos Turísticos	1		
Número de Plazas	347		

Tabla 11. Oferta y Demanda Turística en Estepona.

En el caso de Estepona, la oferta de alojamientos se compone de 32 establecimientos hoteleros, con un total de 14.754 plazas y un grado de ocupación anual de 59,85%, 21 apartamentos turísticos con 3.384 plazas y 1 solo campamento turístico con un número de plazas de 347. Además tanto los viajeros como las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros están muy por encima de los demás alojamientos.

La procedencia de los viajeros que escogen este lugar como destino de viaje es en primer lugar España (con un 36,22%), seguido de Reino Unido (32,14%), y la edad media de estos turistas es de 48,26 años. El tipo de alojamiento más utilizado en Estepona por los visitantes es la vivienda en propiedad, con un 25%, y la estancia en casas de amigos y familiares, con el 20,41%. Este viaje se suele organizar de forma particular (el 88,78% de los turistas), haciendo uso de Internet en un 59,69%, y la estancia media en este destino es de 18,49 días. La estancia en dicho lugar suele ser más larga que en otros municipios debido a que la mayoría de turistas ya cuentan con una vivienda en propiedad. Es un gasto menos al que hacer frente, lo cual el aumento de días en este destino es algo muy probable.

- Málaga

Establecimientos Hoteleros	115					
Número de Plazas	9.400					
Grado de Ocupación (promedio anual)	50,50%					
		Viajeros	% Var. 11/10		Pernoctaciones	% Var. 11/10
Nacionales	447.476	↓	-2,80%		838.977	↑
Extranjeros	460.193	↑	14,40%		895.545	↑
Totales	907.669	↑	5,20%		1.734.522	↑
Cuota sobre provincia	21,05%	↓	0,00%		10,93%	↑
Apartamentos Turísticos	4					
Número de Plazas	122					
Casas y Viviendas Rurales	20					
Número de Plazas	129					

Tabla 12. Oferta y Demanda Turística en Málaga capital.

Málaga capital, como una de las principales ciudades de destino para los turistas en Andalucía, cuenta con una amplia oferta en alojamientos, ya que su demanda es bastante alta. Esta oferta se compone de establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos y casas y viviendas rurales.

Este municipio es el que cuenta con la mayor cantidad de establecimientos hoteleros en la provincia, siendo éstos 115, cuyo número de plazas es de 9.400 y su grado de ocupación anual del 50,50%. El total de viajeros que acuden en este destino a dichos establecimientos es de 907.669, existiendo una diferencia mínima entre los viajeros nacionales e internacionales. Aún así, de un año hacia otro, se aprecia que el número de viajeros que escogen Málaga como destino decrece en un -2,80% en turistas

nacionales, mientras que los extranjeros siguen aumentando, esta vez un 14,40%, haciendo que el total de viajeros siga creciendo en un 5,20%. Y en referencia a las pernoctaciones, tanto para nacionales como para extranjeros siguen aumentando, suponiendo de un año hacia otro un crecimiento del 8,70% respecto al total de pernoctaciones.

Además de los establecimientos hoteleros también se les ofrece a los turistas 4 apartamentos turísticos con 122 plazas y un total de 20 casas y viviendas rurales con capacidad de 129 plazas.

La mayoría de estos turistas pertenecen (en un 39,6%) a España, y le siguen los pertenecientes a Reino Unido con un 17,2%. La edad media de los viajeros que visitan esta ciudad es de 38,78 años, siendo el municipio que cuenta con la edad más joven de los turistas que visitan la provincia. El tipo de alojamiento más utilizado son las casas de amigos o familiares, con un 20,8%, seguido de los hoteles de 3 y 4 estrellas respectivamente, con un 18,8% y un 17%, siendo la duración de la estancia en cualquiera de estos alojamientos de 9,57 días. En cuanto a la organización de dicho viaje, la mayoría (un 80%) la realizan de forma particular, haciendo uso de Internet un 65,15% de los viajeros.

- **Marbella**

Establecimientos Hoteleros	97						
Número de Plazas	15.788						
Grado de Ocupación (promedio anual)	46,43%						
	Viajeros		% Var. 11/10	Pernoctaciones		% Var. 11/10	
Nacionales	235.263	↓	-0,10%	760.323	↓	-7,30%	
Extranjeros	358.944	↑	7,20%	1.636.082	↑	13,00%	
Totales	594.207	↑	4,20%	2.396.405	↑	5,70%	
Cuota sobre provincia	13,78%	↓	-0,01%	15,10%	↑	0,01%	
Apartamentos Turísticos	44						
Número de Plazas	6.754						
Grado de Ocupación (promedio anual)	37,52%						
	Viajeros		% Var. 11/10	Pernoctaciones		% Var. 11/10	
Nacionales	12.805	↑	25,10%	80.615	↑	9,90%	
Extranjeros	33.210	↑	26,80%	263.752	↑	12,90%	
Totales	46.015	↑	26,30%	344.367	↑	12,20%	
Cuota sobre provincia	7,22%	↑	0,16%	8,71%	↑	0,07%	
Campamentos Turísticos	3	Viajeros	41.213				
Número de Plazas	4.216	Pernoctaciones	521.465				
Casas y Viviendas Rurales	2						
Número de Plazas	8						

Tabla 13. Oferta y Demanda Turística en Marbella.

Y por último, y uno de los más importantes en cuanto a la actividad turística en la provincia de Málaga, se encuentra Marbella, un destino muy demandado por turistas de todas las nacionalidades. Para satisfacer esta demanda se dispone de una gran oferta en alojamientos turísticos de todo

tipo, siendo ellos establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos, campamentos turísticos y casas y viviendas rurales.

Los establecimientos hoteleros son un total de 97 con un elevado número de plazas, 15.788, y un grado de ocupación anual de 46,43%. La mayoría de los viajeros que visitan estos establecimientos son extranjeros, que siguen aumentando de un año hacia otro un 7,20%, mientras que los nacionales van decreciendo en un -0,10%, suponiendo esto que la diferencia entre ellos es bastante grande aunque el total de la provincia siga en aumento de un año para otro. En cuanto a las pernoctaciones, tanto en los extranjeros como en el total de la provincia, van creciendo de manera constante, aunque por el contrario los nacionales siguen con su descenso al igual que ocurre en los viajeros.

En el caso de los apartamentos turísticos, estos son 44, con un número de plazas de 6.754 y un grado de ocupación anual de 37,52%. El total de viajeros que acude a estos apartamentos es de 46.015, de los cuales la mayoría (33.210) son extranjeros. La variación de un año hacia otro ha ido en aumento, tanto para los nacionales como internacionales, suponiendo un gran crecimiento (26,30%) sobre el total de viajeros. Y lo mismo ocurre con las pernoctaciones, aunque los extranjeros sigan por encima de los nacionales, el aumento es significativo para ambos, suponiendo un crecimiento del 12,20% en el total de pernoctaciones en el destino.

Además de estos alojamientos, que son los más importantes, también se dispone en el municipio de 3 campamentos turísticos con un número de plazas de 4.216 y 2 casas y viviendas rurales únicamente con 8 plazas.

Y en cuanto a la demanda en general se puede decir que la mayoría de los turistas que visitan este destino son procedentes de España (en un 37,2%) y seguidos muy de cerca por Reino Unido (con un 30,1%). La edad media se sitúa en 50,22 años, y el tipo de alojamiento que más atrae a estos viajeros es el hotel de 4 estrellas (27,74%), y otros muchos (el 20%), ya cuentan con una casa en propiedad, por lo que como se ha comentado anteriormente, la duración de la estancia suele ser más elevada que en otros municipios, siendo esta de unos 14 días. La organización de este viaje es casi en su totalidad de forma particular (un 80%), dando un uso a Internet del 62,37%.

3.1.4. Causas por las que no se declara a un municipio como turístico

Una vez analizadas las características de algunos de los municipios más importantes de la provincia de Málaga, su oferta y su demanda, hay que decir que el listado de municipios que forma parte de la actividad turística en la provincia (aunque no estén declarados) no son solo los municipios anteriormente descritos, sino que se debería hacer mención a algunos otros como pueden ser Vélez-Málaga, Torrox, Rincón de la Victoria o Benahavís.

Sin embargo, en la búsqueda de información de cada uno de estos municipios, se ha podido comprobar aquellos municipios que sí habían sido declarados turísticos por la Junta de Andalucía y los que no. De los que no han sido declarados oficialmente, se ha pretendido indagar en cuál sería la causa, y según también los requisitos que en Andalucía se les exige a sus municipios se ha podido llegar a algunas conclusiones.

En primer lugar, el Decreto 70/2006 de 20 de Marzo declara que la población de derecho en los municipios debe exceder los 5.000 habitantes y no superar los 100.000, y este requisito ya hay algunos municipios que no lo cumplen, lo cual les llevaría a quedar directamente excluidos de su posible declaración como municipios turísticos. Éste es el caso de **Málaga**, como capital, y de **Marbella**, puesto que su población se encuentra muy por encima de lo permitido, 568.030 y 138.662, respectivamente. Sin embargo, como es obvio estos municipios sí que son de los más importantes en la provincia a nivel turístico, por su amplia oferta y demanda y su trayectoria a lo largo de los años, y aunque no estén declarados oficialmente como turísticos sí que lo están como Municipios de Gran Población (*aquéllos que están por encima de los 75.000 habitantes*).

En el caso de los demás municipios mencionados, no se puede verificar si cumplen o no los requisitos expuestos en el Decreto, puesto que a la hora de comprobar si corresponden con los datos que se exigen en los requisitos no se encuentran declaraciones de éstos en ningún informe oficial ni base de datos. Esto ha sido un gran impedimento a la hora de resolver el por qué de que estos municipios no estuviesen declarados como turísticos, impidiendo que se pudiese continuar con el estudio de éstos y remitiéndose únicamente a los ya analizados.

3.1.5. Comparativa de la Oferta y Demanda de los Municipios Turísticos y No Turísticos

Según la lógica, lo normal sería que los municipios turísticos contasen con una mayor oferta y demanda que los no turísticos, es por eso la tabla que a continuación se muestra (Tabla 14), en la que se pueden apreciar datos, recopilados a partir de los ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE) o por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), que reflejan la realidad de esta comparativa.

Lo que en dicha tabla figura es la diferencia existente entre la oferta y la demanda de los municipios turísticos y no turísticos. Para ello, la oferta turística se desglosa en establecimientos turísticos y plazas, mientras que la demanda se compone de viajeros y pernoctaciones. Los municipios a comparar son los cinco declarados turísticos por la Junta de Andalucía (Benalmádena, Fuengirola, Nerja, Ronda y Torremolinos) respecto a los demás municipios de la provincia de Málaga no declarados como tal.

OFERTA				
ESTABLECIMIENTOS				
Municipios Turísticos			Municipios no Turísticos	Total
Hoteles	270	Benalmádena: 38 Fuengirola: 45 Nerja: 53 Ronda: 52 Torremolinos: 82	224	494
Apartamentos	192	Benalmádena: 38 Fuengirola: 23 Nerja: 74 Ronda: 3 Torremolinos: 54	193	385
Campamentos	6	Fuengirola: 1 Nerja: 1 Ronda: 3 Torremolinos: 1	27	33
Casas y viviendas rurales	118	Nerja: 23 Ronda: 95	1.090	1.208
PLAZAS				
Municipios Turísticos			Municipios no Turísticos	Total
Hoteles	50.152	Benalmádena: 14.754 Fuengirola: 9.546 Nerja: 3.473 Ronda: 1.862 Torremolinos: 20.517	39.266	89.418
Apartamentos	18.906	Benalmádena: 4.582 Fuengirola: 3.770 Nerja: 3.563 Ronda: 43 Torremolinos: 6.948	27.180	46.086
Campamentos	1.928	Fuengirola: 879 Nerja: 146 Ronda: 401 Torremolinos: 502	13.468	15.396
Casas y viviendas rurales	759	Nerja: 139 Ronda: 620	7.069	7.828
DEMANDA VIAJEROS				
Municipios Turísticos			Municipios no Turísticos	Total
Hoteles	2.131.230	Benalmádena: 430.983 Fuengirola: 397.881 Nerja: 181.003 Ronda: 189.509 Torremolinos: 931.854	2.229.897	4.361.127
Apartamentos	309.542	Benalmádena: 112.565 Fuengirola: 64.946 Nerja: 35.790 Torremolinos: 96.241	327.521	637.063
Campamentos	9.192	Ronda: 9.192	141.757	150.949
PERNOCTACIONES				
Municipios Turísticos			Municipios no Turísticos	Total
Hoteles	9.462.522	Benalmádena: 2.483.005 Fuengirola: 1.708.528 Nerja: 775.923 Ronda: 282.888 Torremolinos: 4.212.178	6.460.510	15.923.032
Apartamentos	1.898.484	Benalmádena: 619.754 Fuengirola: 382.997 Nerja: 224.750 Torremolinos: 670.983	2.043.026	3.941.510
Campamentos	18.704	Ronda: 18.704	1.000.279	1.018.983

Tabla 14. Comparativa de la Oferta y Demanda entre municipios turísticos y no turísticos.

En primer lugar, comenzando por la oferta turística, se puede apreciar que la mayoría de establecimientos registrados en los municipios turísticos

son los hoteles, con un 54,7% respecto al total de estos establecimientos en la provincia de Málaga. Sin embargo, a nivel provincial se aprecia que la mayoría de establecimientos que se encuentran son casas y viviendas rurales, aunque con una escasa existencia de éstos (9,7%) en los municipios turísticos. El tipo de alojamiento con menos establecimientos en la provincia, tanto en los municipios turísticos como no turísticos son los campamentos, con un total de 6 en los municipios turísticos y 27 en los no turísticos.

En cuanto al número de plazas, los establecimientos hoteleros son los que cuentan con la mayor cifra, tanto en los municipios turísticos como en los no turísticos. Aunque la mayoría de establecimientos existentes sean casas y viviendas rurales, estos no son lo que tienen más disponibilidad en cuanto a plazas, sino todo lo contrario, los que menos plazas pueden ofertar a los turistas, en ambos tipos de municipios. Como ya se ha hecho mención, en la provincia de Málaga son los hoteles los que cuentan con la mayoría de plazas, con un 50,2% en los municipios turísticos, y seguidos por los apartamentos, pero éstos con la mayoría de plazas en los no turísticos (un 59%).

En segundo lugar, cubriendo la amplia oferta existente se ha contado con una demanda que se divide en los viajeros que han visitado estos establecimientos y las pernoctaciones efectuadas en ellos. Los tipos de alojamiento de los que se han podido extraer datos son de los hoteles, de los apartamentos turísticos y de los campamentos, sin poder hacer mención a las casas y viviendas rurales por la falta de información acerca de ellas en cuanto a su demanda. Los municipios de la provincia de Málaga aún no han hecho públicos estos datos, lo cual hay que limitarse a analizar la demanda ya reflejada públicamente.

Comenzando por los viajeros que acuden a este destino se puede observar que la mayoría de ellos se hospedan en establecimientos hoteleros, con un 87,25% sobre el total de viajeros de la provincia, contando además con la mayoría de estos viajeros en los municipios no turísticos. Acto seguido se encuentran los apartamentos, con una gran diferencia de turistas respecto a los establecimientos hoteleros, una cantidad muy inferior a éstos.

Y por último, en relación a las pernoctaciones, se puede observar que éstas muestran las mismas características que los viajeros, es decir, que la mayoría de pernoctaciones se suceden en los establecimientos hoteleros, con un 80,15% respecto al total de pernoctaciones en la provincia, siendo además la mayoría de éstas, tanto en hoteles como en apartamentos, en los municipios no turísticos, aunque la diferencia entre ellos, dentro de cada tipo de alojamiento, sea mínima.

En resumen, haciendo un enfoque global a la tabla realizada se puede apreciar que el tipo de alojamiento turístico con más oferta y demanda en la provincia de Málaga es el establecimiento hotelero, únicamente con pequeñas variaciones en cuanto a si las mayores participaciones porcentuales corresponden a los municipios turísticos o no turísticos.

CAPÍTULO 4 CONCLUSIONES

Después de haber realizado un estudio sobre cómo se reconoce el concepto de Municipio Turístico y la regulación legal de éste en las distintas Comunidades Autónomas del país, se ha podido comprobar cómo varía la legislación de una Comunidad Autónoma a otra e incluso como hay CC.AA. en las que dicha figura legal no está regulada.

Por otro lado, entre las CC.AA. que sí dedican algún artículo en su Ley para la regulación del Municipio Turístico, las hay que hacen sólo una pequeña mención de éste y otras que, por el contrario, sí profundizan bastante en su contenido. También hay que mencionar que casi todas las CC.AA. que regulan este concepto muestran una gran similitud en cuanto a algunos de los requisitos que establecen para adquirir la declaración.

Lo ideal sería que este concepto se regulase en todas las Comunidades Autónomas de igual forma, así todos los municipios del país tendrían las mismas oportunidades a la hora de obtener esta declaración, y no que hoy en día puedan existir algunos municipios que cumplan los requisitos que se exigen en la regulación de alguna Comunidad distinta a la suya y, sin embargo, en la suya no cumpla con los requisitos exigidos y no puedan optar a dicha denominación. Por ello, se debería proponer una reforma de la legislación en la que todas y cada una de las Comunidades Autónomas del país contase con la posibilidad de que sus municipios pudiesen solicitar la declaración de Municipio Turístico.

En este sentido, de acuerdo con la Carta Local¹¹ publicada en mayo del año 2012 (FEMP, 2012), entre las actuaciones contempladas en el segundo de los ejes que vertebran el Plan Nacional e Integral de Turismo para el período 2012 - 2015, se encuentra la modificación del concepto de municipio turístico. Según dicho documento, la revisión de este concepto debe suponer la definición de un marco jurídico y fiscal adaptado a las peculiares características de los municipios turísticos, que permita hacer frente a las cargas que suponen los flujos de viajeros y la población flotante sobre cada uno de ellos, y ello debe ser fruto de la cooperación entre las CC.AA., la FEMP y los Departamentos de la Administración General del Estado con responsabilidad en materia turística. Se indica, además, la necesidad de

¹¹ La Carta Local es la Revista de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

regular la actividad turística de una manera más homogénea, por lo que se plantea impulsar un proceso que permita simplificar y armonizar la normativa.

Actualmente, que un municipio sea declarado como turístico cuenta con una serie de ventajas con respecto a los demás, como puede ser un aumento en el mercado laboral de los residentes del lugar, ya que al recibir más viajeros la oferta debe aumentar, y para ello se necesitaría más personal, eso sí, bien cualificado, para dar un servicio de alta calidad a la demanda. Además de esto, los impuestos de estos municipios también se elevan, lo que conlleva que se produzcan aún más beneficios para la población local. Y también hay casos en los que el Ayuntamiento del municipio realiza convenios con las Administraciones Públicas y Diputaciones para recibir ciertas ayudas en cuanto a reformas del mobiliario urbano, mantenimiento de los recursos, realización de planes de mejora, etc. Pudiendo conseguir con esto la atracción de más turistas al destino, intentando siempre eliminar el factor de estacionalidad, para que la atracción de esta demanda se reparta a lo largo de todo el año, y no que se mantenga concentrada en los meses de verano, por ejemplo, siendo éste uno de los retos más importantes a los que los destinos turísticos deben hacer frente.

Sin embargo, también existe alguna desventaja que puede hacer que algunos municipios prefieran no contar con dicha declaración, como es el caso de aquéllos en los que no se recibe ningún tipo de ayuda por parte de las Administraciones Públicas, ya que éstos tendrían que cargar con un esfuerzo financiero que tal vez no pudiesen soportar. No se les concede ningún tipo de ayuda, pero se les exige que cumplan con unas condiciones mínimas para su declaración, como la protección y seguridad del ciudadano, la higiene y salubridad, recogida de basura, suministro de agua, etc., por lo tanto, muchos de los ayuntamientos de municipios ni se plantean el solicitarlo.

A mi parecer, lo más adecuado sería que existiese una normativa básica común a todas las CC.AA. de manera que cualquiera de los municipios del país que cumpliera con los requisitos básicos incluidos en la misma tuviese la opción de solicitar dicha declaración. Más aún, quizás lo idóneo sería que desde la Administración pertinente se pudiese verificar de manera objetiva qué municipios cumplen con dichos requisitos básicos y, en caso positivo, proceder a su nombramiento como tales. Ni que decir tiene que, en ese caso, dichos municipios deberían contar con ayudas, provenientes de las distintas Administraciones Públicas involucradas en este tema, a cambio de que los mismos mantengan y ofrezcan un turismo de calidad que sea beneficioso no sólo para los visitantes del municipio, sino también para su propio desarrollo.

En el caso de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que es en la que se hace más hincapié en este trabajo, se puede decir que, al ser una de las Comunidades más visitadas por los turistas en España, cuenta con una regulación muy detallada y completa en lo que a la figura legal del Municipio Turístico se refiere. Y en la provincia de Málaga, que es en la que se ha

centrado el análisis de la oferta y la demanda turísticas en el año 2011, uno de los sectores más importantes a nivel social y económico es el Turismo, por lo que se deberían fomentar planes continuos de mejora que faciliten el incremento de la actividad turística en la provincia y los beneficios que ello genera para el desarrollo de la misma.

Málaga cuenta con 101 municipios, de los cuáles, según se refleja en el BOJA, la Junta de Andalucía sólo declara a cinco como turísticos (Benalmádena, Fuengirola, Nerja, Ronda y Torremolinos), dejando a muchos otros fuera de esta denominación. El objetivo de este estudio era el de averiguar y mostrar cómo puede ser que de tantos como son los municipios de esta provincia y siendo, además, muchos de ellos tan importantes en cuanto a la demanda de viajeros, puedan ser únicamente cinco los declarados como tal.

Por ello, en primer lugar, se ha realizado un análisis de las características de los ya declarados turísticos por la Junta de Andalucía, como es la oferta y la demanda y, a continuación, el de aquellos otros aún no declarados, con la idea de observar si cumplían o no con los requisitos que se les exigía en la Ley. La restricción principal, según el Decreto 70/2006, de 21 de marzo, es la relativa a su número de habitantes. En este sentido, en dicha Ley se especifica que *“podrían solicitar la declaración de Municipio Turístico aquéllos cuya población de derecho exceda de cinco mil habitantes y no supere los cien mil”*, lo que conduce al descarte de algunos de los municipios malagueños más importantes para el Turismo: Málaga capital y Marbella.

Este requisito, a mi parecer, debería ser eliminado, ya que, puede haber municipios de gran importancia para el turismo de la provincia o de la Comunidad y cuyo número de habitantes quede fuera de dichos límites.

Por lo que respecta a los requisitos que se deben cumplir para la declaración de un municipio como turístico, la mayor parte de la información objetiva que se requiere para verificar el cumplimiento o no de los mismos, no está disponible para la mayoría de los municipios de la provincia, no digamos ya, de la Comunidad. Coincidimos con el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y, más concretamente, con el Plan Nacional e Integral de Turismo para el período 2012-2015, en la necesidad de acciones específicas encaminadas a la promoción y comunicación de los atributos de los municipios turísticos sostenibles en mercados internacionales; así como, al establecimiento de criterios objetivos de evaluación del “estatus de municipio turístico”; y a la propuesta de indicadores, tanto directos (afluencia de visitantes, pernoctaciones en alojamientos hoteleros, etc.) como indirectos (ej. relacionados con el consumo energético y de agua), cuya información, a nivel municipal, esté disponible en las Fuentes Estadísticas Oficiales.

Finalmente, una vez concluido el estudio, y al hilo de lo anterior, se confirma la incompetencia de los Organismos Públicos encargados de recabar información básica relativa al turismo y procesarla para dar lugar a informes; ya que, en el transcurso de la realización de este trabajo (año

2015), aún no se han hecho públicos ni informes ni datos de oferta y demanda turística de la provincia de Málaga posteriores al año 2011.

Y en cuanto al término de Municipio Turístico, afirmar que dicha declaración siempre será beneficiosa, con la obligación de garantizar la calidad en dichos destinos turísticos, tanto en los servicios que se ofrecen a residentes y viajeros como en el entorno y los recursos de los que se dispone. Aunque en un principio, algunos de los municipios cuenten con impedimentos, a la larga, dará sus frutos positivos.

BIBLIOGRAFÍA

Baños Castiñeira, C. J. (1999). Modelos Turísticos Locales. Análisis comparado de dos destinos de la Costa Blanca. *Investigaciones Geográficas*, 21, 35-57.

BOA. (2013). Decreto Legislativo 1/2013, de 2 de abril, del Gobierno de Aragón. *Boletín Oficial de Aragón (70)*. Aragón.

BOA. (2003). Ley 6/2003, de 27 de febrero, del Turismo en Aragón. *Boletín Oficial de Aragón (28)*. Aragón.

BOC. (1992). Ley 1/1992, de 11 de febrero, de Inspección y Régimen Sancionador en materia de Turismo. *Boletín Oficial de Cantabria (38)*. Cantabria.

BOC. (1999). Ley 5/1999, de 24 de marzo, de Ordenación del Turismo de Cantabria. *Boletín Oficial de Cantabria (3)*. Cantabria.

BOC. (1995). Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias. *Boletín Oficial de Canarias (48)*. Islas Canarias.

BOE. (1985). Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid.

BOIB. (2012). Ley 8/2012, de 19 de julio, del Turismo de las Illes Balears. *Boletín Oficial de las Islas Baleares (106)*. Islas Baleares.

BOIB. (1999). Ley de Turismo 2/1999, de 24 de marzo, General Turística de las Illes Balears. *Boletín Oficial de las Islas Baleares (41)*. Islas Baleares.

BOJA. (2002). Decreto 158/2002, de 28 de mayo, de Municipio Turístico. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*. Sevilla.

BOJA. (2006). Decreto 70/2006, de 21 de marzo, de Municipio Turístico. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*. Sevilla.

BOJA. (1999). Ley 12/1999, de 15 de diciembre, del Turismo en Andalucía. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*. Sevilla.

BOJA. (1999). Ley 12/1999, de 15 de diciembre, del Turismo en Andalucía. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*. Sevilla.

BOJA. (2011). Ley 13/2011, de 23 de diciembre del Turismo en Andalucía. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*. Sevilla.

BORM. (1997). Ley 11/1997, de 12 de diciembre, de Turismo de la región de Murcia. *Boletín Oficial de la Región de Murcia* (14). Murcia.

BORM. (2013). Ley 12/2013, de 20 de diciembre, de Turismo de la región de Murcia. *Boletín Oficial de la Región de Murcia* (296). Murcia.

Buitrago Esquinas, E. M. (1997). El Turismo en Andalucía. *Actas del I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía. Andalucía en el Umbral del Siglo XXI*, 684-686. Sevilla.

Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution. Implications for the Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24, 5-12.

Consejería de Turismo y Comercio. (2011). *Balance del Año Turístico en Andalucía*.

DOCV. (1998). Diari Oficial de la Comunitat Valenciana. *Ley 3/1998, de 21 de mayo, de Turismo de la Comunidad Valenciana* (3248). Valencia.

DOG. (2011). LEY 7/2011, de 27 de octubre, del turismo de Galicia. *Diario Oficial de Galicia* (216). Galicia.

DOG. (1997). Ley 9/1997, de 21 de Agosto de 1997, de Ordenación y Promoción del Turismo en Galicia. *Diario Oficial de Galicia* (167). Galicia.

DOGC. (2002). Ley 13/2002, de 21 de junio, de Turismo de Cataluña. *Diario Oficial de la Generalitat de Cataluña* (3669). Cataluña.

DOGC. (1987). Ley 8/1987, de 15 de abril, Municipal y de Régimen Local de Cataluña. *Diario Oficial de la Generalitat de Cataluña* (832). Cataluña.

Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). (2012). Carta Local. 36.

García Cruz, J. I. (2013). Turismo y administración local en Canarias: un problema pendiente. Bases para un debate. *Vegueta*, 13 (13), 189-214.

González, L., González, J., Mora, A., & Porras, C. (2004). Una Evaluación Económica y Estadística de la Aplicación del Concepto de Municipio Turístico en Andalucía. *V Congreso "Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones" (TuriTec)*, 85-99. Málaga.

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). (s.f.). Sevilla.

Instituto Nacional de Estadística (INE). Madrid.

Pacheco, E. M. (1997). El Turismo en Andalucía. *Actas del I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía. Andalucía en el umbral del siglo XXI*, 684-686. Sevilla.

Royo Naranjo, L., & Moreno García, A. (2014). Turismo en la Costa del Sol. Un patrimonio en revisión. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12 (4), 847-857.

Sociedad de Planificación y Desarrollo, SOPDE, S.A. (2011). *Observatorio Turístico de la provincia de Málaga*. Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Málaga.

Vogeler, C., & Hernández, E. (2000). *El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.