

Las Ciudades Medias del interior de Andalucía. Caracterización y retos para el desarrollo turístico en un nuevo entorno

Prof. Dr. Rafael Merinero Rodríguez
Centro de Sociología y Políticas Locales
Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla

Prof. D. Fernando Lara de Vicente
Departamento de Economía Aplicada
Universidad de Córdoba

RESUMEN:

El Sistema Turístico de Andalucía está sufriendo en los últimos años un proceso de transformación importante, pasando del tradicional Sol y Playa y del turismo cultural del triángulo clásico conformado por Granada; Sevilla y Córdoba. En este proceso de transformación se viene destacando el papel que deben de jugar las ciudades de tamaño medio que se encuentran ubicadas en el interior de Andalucía y que recorren diagonalmente la región y que por su funcionalidad histórica le proporcionan un importante potencial especialmente vinculado al rico patrimonio histórico que poseen. Para articular medidas que impulsen el desarrollo turístico en las Ciudades Medias se hace necesario un primer diagnóstico que contribuya a su caracterización turística, y esto es precisamente lo que aporta el trabajo aquí presentado, a partir de un conjunto de indicadores diseñados específicamente, ya que son escasos los datos de actividad turística que se pueden encontrar municipalizados. Y a partir de esta caracterización se podrán establecer líneas de acción que contribuyan a impulsar el desarrollo turístico en estas ciudades, y por tanto las oportunidades para la generación de actividad económica y empleo.

Las Ciudades Medias del interior de Andalucía. Caracterización y retos para el desarrollo turístico en un nuevo entorno

1. El Sistema Urbano de Andalucía: el papel de las Ciudades Medias del interior

El concepto *Ciudad Media* está asociado directamente a la dimensión tamaño de la ciudad, pero así expuesto es un término un tanto ambiguo y con un marcado carácter de relatividad, y se hace imprescindible que la denominación esté directamente vinculada y referida a un ámbito o contexto territorial determinado. Su significado está asociado a la escala territorial que se esté utilizando en el análisis: si el ámbito de análisis fuera Europa o España serían otras las que podrían denominarse de este modo. Esto hace que la dimensión “media” esté directamente asociada al ámbito territorial que conforme el marco de análisis de las ciudades (Baigorri, 1999).

Teniendo esto en cuenta, en este trabajo se toma como ámbito territorial de referencia Andalucía. Por tanto, la definición de *Ciudad Media* está directamente vinculada a las características territoriales y demográficas de la Comunidad Autónoma andaluza, y representa una tipología de ciudad que sólo se puede considerar como tal en referencia al sistema urbano de Andalucía, ya que es en éste donde puede adquirir sus características definitorias y su funcionalidad territorial, social, económica y cultural. Así, todas las referencias al concepto de *Ciudad Media* tendrán como marco referencial las características de la ordenación del territorio en Andalucía, y serán consideradas como tales aquellas ciudades que en dentro del sistema urbano andaluz tienen entre 15.000 y 100.000 habitantes. El término se utiliza para aquellas ciudades que están entre las grandes ciudades andaluzas (las capitales de provincia, Jerez de la Frontera y Algeciras) y los núcleos de población eminentemente rurales. Esto no quiere decir que no existan núcleos urbanos con algo menos de los 15.000 habitantes que no puedan ser considerados como *Ciudades Medias*, y núcleos que superen los 100.000 que también se puedan considerar como tales. La referencia del número de población tiene que ser aplicada con cierta flexibilidad, y serán otro tipo de características las que ayuden también a la consideración de *Ciudad Media*.

Pero existe otro aspecto que también es de interés para el caso concreto del presente estudio, y que tienen también que ver con las características de la estructura territorial de Andalucía, que

no es otro que la distribución de estas Ciudades Medianas por el territorio andaluz. Es decir, en este estudio se va a prestar atención a las ciudades de tamaño medio que están ubicadas en la zona interior de Andalucía. A este respecto, y siguiendo a Díaz Quidiello, el sistema urbano andaluz contempla tres tipos de Ciudades Medianas en función del criterio de ubicación de las mismas; así, para el caso de Andalucía, existen Ciudades Medianas metropolitanas, de litoral y de interior. En el primer grupo se encuentran las ciudades incluidas en el área de influencia de las diez grandes ciudades de Andalucía; por regla general son las ciudades que mayor tamaño poblacional tienen, superando casi todas los 50.000 habitantes, e incluso algunas alcanzando los 100.000 habitantes, los ejemplos más significativos se encuentran en las aglomeraciones urbanas de Sevilla, Granada y en las Bahías de Cádiz y Algeciras. Las ciudades medianas litorales están situadas cerca de las costas de Andalucía, especialmente en la costa de Málaga, Cádiz, Granada y Almería y están directamente vinculadas a la actividad turística que ha ido configurándose en el litoral andaluz desde los años sesenta del pasado siglo; están condicionadas por las pautas de doblamiento que se han producido en la región andaluza en los últimos cincuenta años vinculadas por el desplazamiento de gente hacia el litoral directamente vinculada a la actividad turística que ha crecido extraordinariamente en los últimos años; proceden, por tanto, de localidades pequeñas que históricamente habían estado vinculadas a la actividad pesquera y que fruto del desarrollo turístico se han dinamizado social y económicamente, atrayendo población a la actividad turística y a otras actividades aparejadas a la misma. Y en el tercer grupo están las ciudades de interior (las que constituyen el objeto de estudio de este trabajo), vinculada directamente al entorno rural que caracteriza a esta zona de Andalucía; son unas 60 ciudades, ninguna de ellas superan los 50.000 habitantes, y su configuración en el sistema urbano andaluz está directamente vinculada a su carácter histórico, ya que tradicionalmente han cumplido un papel de funcionalidad directamente vinculado al entorno rural en el que se ubican (Díaz, 2002).

La importancia de estas **CIUDADES MEDIAS DEL INTERIOR** (en adelante CMI) no está tanto en el volumen de población que representan con respecto a la población andaluza (16% del total) sino en la trascendencia territorial que tienen, vinculadas a su funcionalidad histórica, hasta tal punto que son este tipo de ciudades las que le proporcionan un carácter diferenciador al sistema urbano andaluz respecto a otros sistemas urbanos en el mundo. Este tipo de ciudades de interior cobran significación sólo en referencia a la funcionalidad que tienen en el sistema urbano al que pertenecen que la definen como un elemento importante en

el territorio andaluz, al establecer otras localizaciones una dependencia funcional importante de ellas.

Este aspecto pone directamente de manifiesto que las características territoriales de una región no dependen sólo de la ubicación de las concentraciones urbanas, sino que esta ubicación está directamente asociada a las dinámicas sociales y económicas que se producen en el territorio de referencia. A este respecto, y para el caso andaluz, las ciudades medias ubicadas en el área metropolitana de las grandes ciudades cumplen una función de soporte poblacional de gran importancia para aquellas, ya que se convierten en ciudades dormitorio, como resultado de los procesos contemporáneos de localización. En referencia a las ubicadas en el litoral, ocurre lo mismo: son reflejo de los importantes impactos y consecuencias que ha traído el desarrollo del turismo a las costas andaluzas que ha provocado la localización de población en respuesta a los procesos sociales y económicos que conlleva la actividad turística. Y respecto a las ubicadas en el interior ocurre lo mismo, ya que estas CMI responden a los procesos sociales y económicos que se han producido en las zonas rurales de Andalucía, donde se han convertido en centros de referencia por las funciones y servicios que cumplen para muchos de las localidades rurales que están a su alrededor, lo que le ha permitido tener una importancia estructural de primer orden, ya que han contribuido directamente a impedir el despoblamiento de importantes zonas rurales gracias al sistema de interacciones funcionales que se generan con los núcleos rurales cercanos. De manera que su importancia en el sistema urbano andaluz le viene por la contribución que han realizado para evitar el despoblamiento rural y las funciones que cumplen en dichos entornos, lo que el impacto poblacional es muy superior al antes comentado 16%, al añadir la población de los núcleos rurales que forman parte de dicho micro sistema rural.

A partir de estas consideraciones puede empezar a disiparse la mencionada ambigüedad en la definición del concepto de *Ciudad Media* que se va a utilizar en este trabajo, puesto que esta definición cobra sentido en referencia al sistema urbano de Andalucía. Así, se pueden encontrar tres aspectos que ayudan a definir el concepto:

Tamaño: son ciudades de entre 10.000 y 50.000 habitantes.

Ubicación: están situadas en el interior de Andalucía y fuera del área de influencia de las grandes ciudades.

Función: son un elemento funcional del sistema urbano andaluz, ya que gracias al papel de centralidad que cumplen en el entorno rural en el que se ubican, son

elementos centrales para la estructura territorial de Andalucía, al contribuir funcionalmente a la vertebración y cohesión del territorio de la región.

Sin lugar a dudas, este tipo de CMI proporcionan singularidad al sistema urbano de Andalucía. De manera que el número, las dimensiones y la distribución territorial de este tipo de ciudades no se encuentran en otras regiones españolas o europeas donde la población de los ámbitos rurales aparece más diseminada y los núcleos de población son de tamaño más inferior a los andaluces.

El esqueleto básico del sistema urbano de Andalucía proviene de la Baja Edad Media, y no es hasta mediados del siglo XX cuando empiezan a sufrir los cambios más significativos, entre ellos el crecimiento del litoral. En este sentido, las CMI de Andalucía han jugado históricamente un papel de centralidad y funcionalidad en la región, como lo demuestra el hecho de que la mayor parte de estas ciudades han cumplido un papel importante en los diferentes modelos de organización administrativa del territorio que han existido a lo largo de los tiempos, como lo demuestran muchos de los edificios construidos en dichas ciudades para albergar esos servicios administrativos.

Se trata, pues, de una singularidad de carácter histórico, una forma de organización del territorio consolidada desde hace siglos, donde el patrón territorial de concentración de la población en un número reducido de asentamientos de mediano tamaño distantes entre si y la formación en torno a ellos de un número no muy elevado de pequeñas poblaciones rurales ha sido una constante en la historia de Andalucía, lo que ha hecho que a diferencia de las ciudades medias de las aglomeraciones urbanas y de las del litoral, estas ciudades interiores tienen una marcada identidad histórica; ya que prácticamente todas han tenido un papel protagonista en la historia urbana, social y política de Andalucía, y la mayoría de ellas aparecen ya consolidadas como cabeceras concejiles o señoriales en la Baja Edad Media, cumpliendo una función de centralidad y servicio que todavía hoy siguen teniendo (Díaz, 2002).

Siguiendo a Díaz Quidiello se puede mantener que la entrada en la Edad Contemporánea supone para la mayoría de estas ciudades el inicio de una prolongada etapa de decadencia, ya que estas poblaciones quedaron marginadas de los grandes procesos de industrialización que tuvieron lugar a lo largo del siglo XIX y gran parte del siglo XX; durante toda esta época han estado volcadas casi exclusivamente en las actividades primarias de producción, lo que les ha valido para ser denominadas como “agrociudades”, ajenas a las transformaciones sociales y económicas. La evolución de estas “agrociudades” las aleja de integrarse de forma positiva en

los nuevos circuitos económicos y de las capitales de provincia. A este periodo de estancamiento le sigue un periodo de crisis, que va desde la década de los cincuenta hasta la de los ochenta del siglo XX, que es particularmente intenso. Por un lado la modernización de la agricultura que hace descender radicalmente el trabajo empleado en la producción agrícola; y por otro la fuerte demanda de empleo que se genera en las regiones y ciudades más industrializadas del resto de España y Europa provocan una emigración masiva que desarticula a la sociedad de estas ciudades. Sin embargo, a partir de finales de la década de los ochenta y especialmente en la de los noventa del siglo pasado se produce una inflexión significativa de esta crisis, existiendo una recuperación demográfica en todas estas CMI, junto con espectaculares crecimiento del espacio urbano construido, y con una mejora sensible de las condiciones de vida y las expectativas de desarrollo económico (Díaz, 2002).

Algunos aspectos pueden significar de forma evidente este nuevo resurgir de las CMI que les han permitido disponer de un interesante nuevo dinamismo social y económico:

- El primer indicador que puede marcar la recuperación socioeconómica de estas ciudades es el número de habitantes, y en este sentido todos los datos apuntan que la población de las CMI en Andalucía han crecido de manera significativa desde la década de los noventa y especialmente desde principios del siglo XXI, que según los datos del SIMA ha sido del 136,80%.
- El Segundo Informe de Desarrollo Territorial de Andalucía, en lo que refiere a la dinámica territorial del desempleo, pone de manifiesto que las *Ciudades Medias* del interior de Andalucía muestran un considerable descenso de la tasa de desempleo (Vv.aa, 2006).
- Otro aspecto que marca la clara tendencia de crecimiento de estas ciudades es el crecimiento de la vivienda, que en algunas de estas ciudades ha llegado a ser hasta del 19%, muy por encima de la media andaluza.
- También se puede destacar la nueva etapa de crecimiento de CMI de Andalucía, a través de los patrones de localización de las inversiones industriales en Andalucía, que demuestran que en los últimos diez años la distribución espacial de las inversiones industriales en Andalucía han crecido de forma significativa en este tipo de ciudades, muy por encima de las capitales de provincia, del litoral y de las zonas rurales (Coq, 2005). Muchas de estas ciudades se encuentran en el denominado *Eje Diagonal Intermedio*, que es uno de las zonas del interior de Andalucía que mayor muestra de dinamismo económico ha presentado en los últimos años (Durán, Jiménez y Rubio, 2002).

- Y del mismo modo, también se puede destacar el extraordinario crecimiento que la actividad comercial está teniendo en este tipo de ciudades, no sólo gracias a la revitalización de muchos de sus centros históricos, sino sobre todo a la ubicación de grandes superficies comerciales en estas CMI de Andalucía.

Todos estos aspectos no hacen sino poner claramente de manifiesto que las CMI de Andalucía están presentando en los últimos años un ritmo de crecimiento socioeconómico muy significativo (López, 2002: 299-300; Caravaca, González, López y Silva, 2002), lo que está provocando que su papel central en el sistema urbano andaluz esté volviéndose a recuperar. Se pueden apuntar algunos factores como elementos explicativos de este nuevo resurgir del papel estructurador de estas ciudades en Andalucía: En primer lugar, se puede destacar como un factor importante, por el efecto que tiene sobre todos los que aparecerán a continuación, la existencia de importantes fondos económicos provenientes de Europa que han contribuido a que se puedan realizar importantes inversiones públicas y privadas. De esta forma, los fondos europeos para infraestructuras y equipamientos han sido importantes, pero también los vinculados a la Política Agrícola Común, ya que en estas ciudades la agricultura sigue teniendo un peso significativo.

En segundo lugar, se puede destacar que en un sistema social y económico como el que caracteriza a las sociedades contemporáneas, la existencia de buenas infraestructuras de comunicación se convierte en pieza clave en los procesos de transformación social y económica de un determinado territorio. En este sentido, la política autonómica de carreteras ha tenido una incidencia positiva sobre las CMI de Andalucía, ya que gracias a los fondos europeos se han impulsado importantes actuaciones y proyectos de mejora de la red de comunicaciones que han permitido disminuir los tiempos y mejorar en calidad las posibilidades de acceder a muchas de ellas a través de la red viaria, y así acercar también a estas ciudades a otras infraestructuras de comunicación (ferroviaria y aviación) que existen en las principales capitales de provincia de Andalucía.

Otro factor importante que ha contribuido a la revitalización de las CMI de Andalucía tiene que ver directamente con la acción de las políticas públicas de los niveles local, provincial, autonómico y nacional. Estas acciones públicas han ido encaminadas a dotar a estas ciudades de una serie de servicios y equipamientos educativos, culturales, sanitarios y de prestación de servicios administrativos públicos que han permitido la existencia de una mejora sensible de las condiciones de vida de los habitantes, además de contribuir a recuperar la centralidad dentro de los ámbitos rurales en las que se encuentran. Se ha posibilitado el traslado de un

verdadero Estado del Bienestar que ha permitido que los habitantes de estas ciudades y de sus núcleos rurales de influencia no tengan que desplazarse a las capitales de provincia para consumir servicios públicos administrativos, sanitarios y educativos.

Un cuarto factor importante ha sido el impulso de un nuevo modelo desarrollo territorial, denominado desarrollo endógeno, que ha contribuido a que los protagonistas principales del desarrollo social y económico de los territorios sean los propios actores de dicho territorio, donde los gobiernos locales y los emprendedores privados se convierten en la pieza clave del nuevo desarrollo local. En este nuevo modelo de desarrollo desde abajo hay que destacar el papel de relevancia que han tenido los gobiernos locales, que gracias a la capacidad de atraer programas de inversión para los municipios de las distintas administraciones (especialmente interesantes han sido los programas LEADER y PRODER) han contribuido de manera decisiva a generar un ambiente y un entorno propicio para impulsar la inversión privada de emprendedores locales creando infraestructuras de suelo industrial y de servicios y generando estructuras administrativas de apoyo a los emprendedores en la tramitación de ayudas y en la formación. Pero también es de resaltar el papel de los emprendedores locales, aquellos empresarios del territorio que con recursos propios y con ayudas públicas han tenido la capacidad de generar actividades económicas nuevas en el territorio promoviendo la generación de empleo local e importantes incrementos de la renta disponible en estas localidades. En base a este nuevo modelo de desarrollo endógeno se ha producido en estas ciudades un proceso de modernización y diversificación de la estructura productiva, dejando la agricultura de cumplir el papel protagonista que tradicionalmente cumplía y que contribuyó incluso, a la ya no fundamentada, denominación de *agrociudad*.

Hay otro aspecto reciente (que tiene que ver con la transformación de la estructura productiva) que también está contribuyendo a la revitalización de las CMI: la ubicación de grandes superficies comerciales en muchas de estas ciudades, aprovechando el papel de centralidad del ámbito rural que los servicios públicos han contribuido a crear, y que ayudan a reforzar esta centralidad. Estas grandes superficies comerciales, que en la mayoría de los casos se instalan de la mano del impulso de actores locales, proporcionan a los habitantes de esas ciudades y de los núcleos rurales de su área de influencia la posibilidad de disponer de servicios personales en unos términos muy parecidos a los que existen en las grandes ciudades. Esta situación refuerza aún más el papel de centralidad y funcionalidad de este tipo de ciudades en el sistema urbano de Andalucía.

Estas ciudades de tamaño medio de interior han conseguido frenar la regresión demográfica en el medio rural, mostrando cierto dinamismo en aquellos casos en que las funciones tradicionales de las agrociudades se han incorporado funciones de servicios y actividades industriales, es decir, en la medida en que se han consolidado economías urbanas. Entre las actividades económicas urbanas que muestran una tendencia emergente se encuentran los modernos complejos agroalimentarios integrados, los establecimientos manufactureros intensivos en mano de obra, las nuevas superficies comerciales, y un amplio y variado grupo de servicios personales y a las empresas, servicios públicos y actividades vinculadas con el turismo y el ocio. También destaca el hecho de que están ubicadas en los principales ejes de conexión regionales. De esta forma se han ido configurando como zonas intermedias entre las principales áreas urbanas de la región y el territorio rural, dotándolas de un marcado carácter equilibrador de la distribución territorial de la población y las actividades productivas en Andalucía (Junta de Andalucía, 1999).

Estas CMI de Andalucía no sólo han experimentado un crecimiento demográfico, sino que, además, han reforzado su funcionalidad urbana como centros comarcas, lo que sin duda revaloriza su potencialidad articuladora. Pero además, hay otro aspecto todavía más significativo y es que estas ciudades se encuentran repartidas de forma bastante equilibrada por el territorio interior de andaluz, haciendo que se conviertan en el más importante valor de ordenación del territorial con que cuenta la Comunidad Autónoma, puesto que ningún otro elemento de articulación física aparece tan bien implantado y distribuido en Andalucía (Zoido, 1995). Esto hace sin duda que este tipo de ciudades vean reforzada su centralidad en el sistema urbano de Andalucía, ya que ayudan a la vertebración del territorio y al equilibrio de la población (Caravaca, 1999).

Sobre la base de estas valoraciones las *Ciudades Medias* del interior se convierten en uno de los elementos articuladores del modelo de ordenación del territorio en Andalucía impulsado por la Junta de Andalucía, ya que dicho modelo se orienta a consolidar una estrategia global sobre las Ciudades Medias, adaptada a la distinta naturaleza y potencialidades de las mismas y a su capacidad de completar y enriquecer el esquema básico de articulación regional sustentado, fundamentalmente, en los Centros Regionales (las diez grandes ciudades de Andalucía). Deben ser entendidas, por tanto, no como elementos aislados, sino en cuanto a su capacidad de completar estructuras intermedias susceptibles de funcionar como redes o sistemas (Junta de Andalucía, 1999).

Todo esto tiene una traducción directa en la política de ordenación territorial, concretamente en el Plan de Ordenación del Territorio (POTA) que es el instrumento jurídico que establece la acción política territorial para la Comunidad Autónoma de Andalucía. Y a este respecto hay que destacar que uno de los componentes que estructuran el citado Plan es el Sistema de Ciudades como estrategia de desarrollo territorial. En el marco del mismo las CMI de Andalucía se convierten en uno de los elementos estructuradores para las que se establecen los mecanismos de inversión en materia de infraestructuras de comunicación, de equipamientos y servicios públicos reforzando de una manera importante la funcionalidad y centralidad de estas ciudades, ya que constituyen el segundo nivel del Sistema de Ciudades. Se convierten así en uno de los elementos principales del esquema básico de articulación territorial de Andalucía, destacando sus funciones en los ejes de articulación regional (Junta de Andalucía, 2006a: 45):

- Dentro de los principales ejes de articulación regional, las CMI desempeñarán una función esencial, especialmente en lo que se refiere al refuerzo de su posición en el Sistema Intermodal de Transportes y Comunicaciones, en el Sistema Energético y en el Sistema de Telecomunicaciones.
- Las acciones para reforzar esta posición deben de materializarse a través de principalmente, del Plan Director de Infraestructuras de Andalucía y de otros planes sectoriales en los que se desarrollen (carreteras, ferrocarril, transporte intermodal, energía, etc.). En todos ellos deberán contemplarse las Ciudades Medias con la finalidad de:
 - a. Integración de estas ciudades en los ejes de alta capacidad de la red viaria
 - b. Organización de Centros de Transporte de Mercancías y servicios logísticos
 - c. Oferta coordinada de infraestructuras y servicios de transporte de viajeros
 - d. Integración de las ciudades mediante de servicios ferroviarios de cercanías
 - e. Difusión de los efectos territoriales y económicos de las infraestructuras de transporte
 - f. Extensión de la red de gas natural a estas ciudades
 - g. Extensión de las infraestructuras y servicios de telecomunicaciones
- Además, para potenciar y consolidar la articulación regional y la funcionalidad de las estructuras de las ciudades medias del Centro de Andalucía se desarrollarán diversas iniciativas para el ámbito denominado Eje Diagonal Intermedio.

- Teniendo en cuenta todo esto, parece claro que el papel que las CMI de Andalucía van a jugar en el futuro de la ordenación territorial será fundamental para la vertebración y articulación de la región andaluza. Se presenta a continuación un listado de aquellos municipios que dentro de los márgenes flexibles de los 15.000 y 50.000 habitantes encajan dentro de este tipo de ciudades de las que se viene hablando:

Tabla 1. Ciudades Medias de Interior de Andalucía

PROVINCIA	MUNICIPIO	HABITANTES	PROVINCIA	MUNICIPIO	HABITANTES
Almería	Huercal-Olvera	16.360	Jaén	Alcalá la Real	22.129
	Vélez Rubio	7.062		Alcaudete	11.164
Cádiz	Arcos de la Frontera	29.079		Andújar	38.662
	Ubrique	16.935		Baeza	16.056
	Vejer de la Frontera	12.828		Bailén	17.966
	Villamartín	12.038		La Carolina	15.573
Córdoba	Aguilar de la Frontera	13.522		Jódar	15.177
	Baena	20.071		Linares	61.262
	Cabra	20.071		Martos	13.927
	La Carlota	11.203		Torre del Campo	13.798
	Fuente Palmera	10.146		Torredonjimeno	12.135
	Lucena	39.259		Úbeda	34.139
	Montilla	23.223		Villacarrillo	11.081
	Palma del Río	20.030		Málaga	Álora
	Peñarroya-Pueblo Nuevo	12.351			Antequera
	Pozoblanco	16.759			Ronda
	Priego de Córdoba	22.906	Sevilla	Arahal	18.588
	Puente Genil	28.396		Carmona	26.558
Granada	Baza	21.600		Coria del Río	25.029
	Guadix	20.035		Écija	38.472
	Íllora	10.072		Estepa	12.101
	Loja	20.707		Lebrija	24.677
Huelva	Bollullos Par del Condado	13.143		Lora del Río	18.739
	Cartaya	14.767		Marchena	18.550
	Gibraleón	11.123		Morón de la Frontera	27.942
	Moguer	16.349		Osuna	17.345
	Valverde del Camino	12.497		Los Palacios y Villafranca	34.105

FUENTE: Elaboración propia a partir de información procedente del IEA.

2. El protagonismo turístico de las Ciudades Medianas del interior de Andalucía

En este apartado se van a exponer aquellos aspectos del contexto turístico que pueden favorecer que las CIUDADES MEDIAS DEL INTERIOR (en adelante CMI) de Andalucía se puedan convertir en destinos emergentes (Tineo, 2007; Merinero, 2009): aquellos factores que se encuentran detrás del impulso turístico de estas ciudades; las principales limitaciones que tienen estas ciudades desde una perspectiva turística; y en último lugar, se destacarán algunas consideraciones generales que representan los principales retos para que acaben convirtiéndose en verdaderos productos o destinos turísticos de interior.

2.1. Factores que inciden en la opción turística de estas ciudades

De todos los aspectos expuestos en el apartado anterior sobre cambios y tendencias turísticas, se pueden destacar una serie de factores que ayudan a comprender el nuevo papel de protagonismo que estas CMI de Andalucía están empezando a jugar en el sistema turístico andaluz.

- En primer lugar, los cambios que se están produciendo en las características de la demanda turística, en lo referido a los sistemas de organización del viaje turístico, donde los datos están demostrando un marcado carácter de desintermediación turística. De esta manera, los estudios realizados en el marco del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2007-2010 ponen claramente de manifiesto esta situación, en la que se observa la consolidación del fenómeno de *hágalo usted mismo*, es decir, una tendencia marcada a organizar el viaje de forma individual sustentado en el fenómeno del abaratamiento de los gastos de transporte y en el acceso a un mayor nivel de información a través de un uso mayor y más continuado de Internet en los ámbitos de la información y la reserva de viajes, provocando de esta manera la posibilidad del surgimiento de nuevos productos turísticos atendiendo a los requerimientos de la demanda de huir de los productos estandarizados (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006c: 11-24). Esta nueva situación posibilita de una manera clara el que puedan tomar impulso nuevos destinos y productos turísticos de carácter “emergente”, que no dependan tanto de la existencia de estructuras de intermediación para la conformación y la venta del mismo, y no tengan que atender a la disponibilidad de un operador turístico de carácter tradicional que jugará directamente con las posibilidades de beneficio que ofrecen los productos estandarizados de masas, y que se convertían en un verdadero obstáculo para la promoción y

comercialización turística, en la que tradicionalmente productos y destinos emergentes como son las CMI de Andalucía con anterioridad no tenían cabida.

- Otra cuestión también directamente relacionada con los cambios en la demanda es el marcado carácter de oferta complementaria que el producto de CMI pueden ofrecer en el sistema turístico andaluz. De esta forma, se detecta una clara tendencia a la complementariedad que la oferta del turismo cultural de interior puede ofrecer para los turistas que vienen a consumir el sol y playa de Andalucía (Junta de Andalucía, 2006c: 53). En esta dirección, se demuestra claramente que el porcentaje de turistas que han venido a la Costa del Sol y que han visitado municipios de interior se ha incrementado espectacularmente en los últimos años, llegando hasta el 22% (TORRES, 2003). Esto, sin duda, representa una posibilidad importante para los destinos emergentes si se tiene en cuenta que la tendencia es de crecimiento, y la Costa del Sol sigue siendo la fuente de atracción turística más importante con la que cuenta Andalucía. En esta misma dirección se puede observar también una clara complementariedad de las CMI con respecto a la oferta de los tres grandes centros regionales de turismo cultural en Andalucía (Granada, Sevilla y Córdoba). De esta manera, el Plan Director de Marketing de Andalucía también detecta una clara evidencia de que la oferta de estas ciudades complementa las visitas culturales de esos tres grandes centros culturales andaluces, y evidentemente la tendencia es a incrementarse en la medida en que la oferta de producto de aquellas vaya promoviéndose (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006b).

- Otro aspecto importante que también se sitúa en el marco de los cambios que se están produciendo en la demanda tienen que ver con las transformaciones que se están produciendo en las zonas urbanas, en el sentido de los incrementos continuados que se llevan a cabo en el tiempo y actividades de ocio por parte de la población de las grandes ciudades. De esta forma, un porcentaje cada vez más amplio de población de este tipo de ciudades está demandando el desarrollo de actividades de ocio vinculadas al consumo de productos turísticos culturales, y hay que tener en cuenta que Andalucía cuenta con importantes ciudades, las capitales de provincia que junto con sus áreas metropolitanas que siguen las mismas tendencias, suponen un potencial de visitantes muy importantes para este tipo de CMI (TORRES, 2003).

- Todavía relacionado con los cambios en las características de la demanda se puede destacar otro aspecto relevante, que tiene que ver con el hecho de que cada vez más se está produciendo un proceso de fragmentación de las vacaciones, es decir, se reparten los tiempos de las vacaciones en tres o cuatro salidas distintas; mientras la tendencia tradicional era concentrar las vacaciones en un mes al año y elegir un solo destino, el mercado está

cambiando y se está produciendo un incremento considerable del reparto del tiempo de las vacaciones entre tres o cuatro periodos al año; esto sin duda, está provocando que se elijan diferentes destinos en cada una de esas salidas. Además del peso que las salidas de fin de semana y de puente está teniendo para el turismo (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006c: 53). Esta nueva situación abre posibilidades a los destinos emergentes, ya que predispone a nuevos turistas a viajar a nuevos lugares que antes no tenían posibilidades al tener que competir con otros destinos más consolidados y especializados en estancias únicas y largas. Las CMI encuentran en esta nueva situación un marco apropiado de incremento en las visitas, ya que esta fragmentación de las vacaciones favorecen a los destinos emergentes, entre los que ellas se encuentran, puesto que en una o dos de las salidas al año se encuentran los viajes de corta duración a destinos urbanos y culturales en los que encajan de manera perfecta este tipo de ciudades.

- Todos los estudios apuntan a que el turismo cultural es una tipología que va a crecer en el futuro, y queda claro que el turismo urbano en su mayor contenido está directamente relacionado con esa tipología. De esta forma, se puede vincular el turismo urbano y cultural, ya que la base de la oferta del primero está compuesta por consumo y visitas culturales, aunque también es cierto que lo urbano se puede tomar de base de otras tipologías de turismo como por ejemplo el de reuniones y congresos, pero también hay que tener en cuenta que en ese tipo de turismo la oferta cultural juega un papel importante; y es evidente que la oferta turística de las CMI de Andalucía encajan perfectamente en la tipología urbana de base cultural patrimonial. Según los estudios, el segmento cultural es el segundo más importante en volumen de Andalucía y muestra una tendencia de crecimiento a corto y medio plazo (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006b). En este orden de cosas los principales expertos en turismo cultural mantienen que este tipo de turismo es aún un nicho de mercado no completamente explotado, con grandes posibilidades y en continuo crecimiento (TRESSERRAS, 2003).

- Todo hace indicar que el turismo cultural aparece como uno de los segmentos más dinámicos del futuro asociados en muchas ocasiones a la búsqueda de lo diferencial. El mercado demanda cada vez más destinos y productos con fuerte identidad, donde la singularidad patrimonial y la experiencia cultural enriquecedora se convierten en el envolvente general del viaje (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006c: 103). En este marco las CMI de Andalucía encajan perfectamente, ya que se convierten en destinos emergentes basados en su potencialidad cultural que le aporta su rico patrimonio cultural, teniendo en cuenta además

que presentan una marcada singularidad respecto a otros modelos urbanos lo que le aportan por si un extraordinario valor diferencial.

- En el contexto de las características de la demanda de turismo cultural se produce otro aspecto significativo en sus pautas de consumo, que tiene que ver con el denominado “city-break” (viajes de corta duración), ya que la mayoría de los viajes de naturaleza cultural son de este tipo (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006b:122). La potencialidad oferta de producto turístico de las CMI de Andalucía encajaría perfectamente en esta tipología, puesto que el contenido de la oferta turística de estas ciudades se adaptaría de manera precisa a la corta duración, puesto que a pesar de que el patrimonio es importante la oferta de cada una de las ciudades medias es limitada.

- Teniendo en cuenta todos estos aspectos, hay que resaltar que las CMI de Andalucía tienen unas importantes posibilidades para constituirse en destinos emergentes de turismo cultural, puesto que como se expuso en el apartado segundo de este Capítulo constituyen en sí mismas un valor territorial por su singularidad e idiosincrasia que le proporcionan una singularidad en cuanto a modelo urbano, es decir, constituyen en sí mismas un rico patrimonio territorial. Además, hay que resaltar que la mayor parte de ellas tienen un marcado carácter histórico gracias a la funcionalidad social y económica que han jugado a lo largo de la historia en el territorio andaluz, lo que le proporciona una marcada identidad cultural, patrimonial e histórica, encajando, por tanto, en el ahora buscado auténtico. Además, hay que poner de manifiesto que desde finales de los años setenta estas ciudades han desarrollado una importante labor en cuanto a la protección y conservación del patrimonio histórico, en colaboración con el gobierno regional. En este sentido, se puede destacar las acciones de protección y conservación que se enmarcan en las declaraciones de “Conjunto Histórico-Artístico” con el objetivo de preservar los valores propios de los centros históricos de estas ciudades. Y del mismo modo, la labor de potenciar la conservación y preservación de los bienes arquitectónicos a través de las declaraciones de “Bien de Interés Cultural”, ya que son numéricamente importantes los edificios civiles y religiosos que tienen esta categoría de protección en las diferentes CMI de Andalucía. El siguiente cuadro puede ser significativo, ya que en el mismo aparecen aquellas ciudades que tienen los centros históricos declarados como Conjunto Histórico-Artístico y una relación de los Bienes de Interés Cultural con los que cuentan. El dato de estos últimos es especialmente significativo, ya que los Bienes de Interés Cultural de las CMI de Andalucía representan aproximadamente el 40% del total de los

declarados en Andalucía, lo que demuestra el extraordinario potencial patrimonial con el que cuentan.

El potencial de turismo cultural de base patrimonial que representan las CMI de Andalucía tiene su marco perfecto en los aspectos anteriormente resaltados, donde se refleja un crecimiento del turismo de motivación cultural para los próximos años; junto con las funciones de complementariedad que están empezando a cumplir en referencia al turismo de sol y playa y de las grandes ciudades culturales de Andalucía; además de encajar de manera perfecta en los nuevos procesos de city-break que caracterizan al turismo cultural, en el marco de los procesos de fragmentación de las vacaciones y de las nuevas demandas de ocio de la población de las grandes ciudades de Andalucía y de España, y en parte también gracias a la mejora de las comunicaciones por carretera hacia estas ciudades que las acerca por autovía a las grandes capitales de provincia y a los aeropuertos, y en no mucho tiempo un número importante de estas ciudades se encontrarán dentro del programa de “alta velocidad” de Andalucía (algunas de ellas ya han entrado como Antequera y Puente Genil), y esto les permitirá estar conectadas en la red de trenes de alta velocidad.

2. 2. Factores de impulso de la actividad turística en estas ciudades

La potencialidad turística de las CMI de Andalucía está teniendo su reflejo preciso en la realidad de la actividad del turismo en estas ciudades, ya que se encuentran una serie de indicadores que pueden demostrar de manera clara que la actividad turística está creciendo en los últimos años. Se pueden destacar tres tipos de factores principales del dinamismo turístico en estas ciudades: 1) el papel de impulso y liderazgo de la acción turística de las diferentes administraciones públicas con competencias en turismo; habría que destacar, 2) el incremento de la oferta de actividades turísticas que sirven como reclamo para la atracción de visitantes; y 3) el incremento de servicios turísticos básicos como son especialmente el número de restaurantes y de plazas de alojamiento. Sin duda, estos tres factores son los que marcan de una manera precisa la tendencia de incremento de dinamismo turístico en las CMI.

Respecto al primero de los factores, el papel de la administración pública, hay que destacar que las acciones turísticas emprendidas por sus niveles han servido como instrumento de impulso de la acción turística, de manera que han jugado un papel de liderazgo claro y destacado en la gestión turística realizada. Aparece como algo muy claro y destacado el hecho de que son los organismos oficiales los principales promotores de la actividad turística en territorios que basan su estrategia turística en la configuración de productos culturales de base

patrimonial y urbana (TRESSERRAS, 2003). Se exponen a continuación una serie de aspectos que ponen de manifiesto de esta situación:

- En primer lugar, es necesario destacar la labor del gobierno regional andaluz quien a través de su política turística ha jugado un papel decisivo en el impulso del turismo en espacios territoriales emergentes, que sería el caso de las CMI. A este respecto, cabe destacar el impulso de la Ley de Turismo que recoge de manera clara el impulso de la actividad turística en aquellos territorios que dispongan de potencialidades turísticas, especialmente en el interior de la región. Desde la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía se han impulsado una serie de acciones que han incidido de manera fundamental en promover el dinamismo turístico en estas ciudades; entre ellas se puede destacar la política en materia de fomento de la actividad turística a través del impulso de las subvenciones en materia de turismo para las Corporaciones Locales y para la iniciativa privada con el objetivo de fomentar las inversiones en materia de turismo en las zonas de interior. Pero mención espacial requieren los Planes Turísticos que se han desarrollado en diferentes territorios ya que se han convertido en una herramienta de inversión importantísima para generar actividad turística en el interior de Andalucía. Estos Planes han ido adoptando diferentes denominaciones y formulaciones como han sido la de “Planes de Actuación Territorial Preferente”, “Planes de Dinamización Turístico”, “Planes de Turismo” o “Planes de Dinamización de Producto Turístico” o el nuevo formato aprobado recientemente de “Estrategias de Turismo Sostenible” que pretende convertirse en un instrumento privilegiado no sólo de inversión en el territorio sino de articulación de los actores públicos y privado que intervienen en el mismo. Además, en este orden de cosas es necesario destacar tres iniciativas recientes que desde la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte se han puesto en marcha y que destacan el especial interés que las CMI van a tener en el futuro turístico de Andalucía: la primera de ellas tiene que ver con el hecho de que en el marco de la “Estrategia de Turismo Sostenible” se incluye una línea específica para Ciudades Turísticas en las que se fomentarán las inversiones en estas ciudades; un segundo aspecto a destacar es el recientemente aprobado “Plan Turístico de las Ciudades Medias del Centro de Andalucía” en el que se impulsa la creación de un producto turístico a través del trabajo en red de las ciudades de Antequera (Málaga), Alcalá la Real (Jaén), Estepa, Écija (Sevilla), Loja (Granada) y Lucena (Córdoba); y el tercer aspecto tienen a destacar se trata de un trabajo de investigación que esta Dirección General ha encargado a las Universidades de Córdoba, Jaén, Sevilla y Pablo de Olavide de

Sevilla denominado “Bases para el Desarrollo Turístico de las CMI de Andalucía” y que pretende diagnosticar la realidad turística de las sesenta ciudades del interior de Andalucía, establecer sus potencialidades turísticas y marcar las líneas generales para el desarrollo turístico de las mismas. Como muestra clara de lo expuesto anteriormente se puede observar el siguiente cuadro en el que aparecen las CMI de Andalucía que han sido objeto de intervención de algún Plan Turístico impulsado por el gobierno regional.

- Es necesario destacar, en segundo lugar, la función de las Administraciones Locales en el impulso de la actividad turística en las zonas de interior. Desde principios de los años noventa del siglo XX muchos de los ayuntamientos de estas CMI de Andalucía, al igual que los de las zonas rurales, emprendieron actuaciones para promover la actividad turística en sus municipios como consecuencia de una línea de acción impulsada desde las administraciones públicas europeas y regionales en el marco de una demanda diversificación productiva en las localidades. Esto ha tenido como consecuencia que en la mayoría de los ayuntamientos de esas ciudades empezaran a crearse las concejalías de turismo y que los presupuestos del área de turismo se incrementaran y que se comenzaran a abrir oficinas de información turística como primeras manifestaciones evidentes de es nuevo interés de los gobiernos locales por la actividad turística. Otro aspecto que refleja el impulso de la actividad turística por parte de los ayuntamientos tiene que ver con la inversión importante que desde finales de los noventa han venido realizando estos en el marco de la línea de subvenciones de la Consejería de Turismo de Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía a través de los diversos instrumentos financieros (principalmente las subvenciones en materia de turismo y los Planes Turísticos, ya que en ambos los gobiernos locales tienen que aportar un porcentaje de las inversiones que van desde el 25% hasta el 40% de las mismas); esta inversión se ha traducido en la mejora de los recursos turísticos para ponerlos en valor, la creación de nuevos productos y atractivos turísticos, la mejora de los entornos urbanos y la promoción turística. También hay que destacar en este ámbito que los ayuntamientos han destinado fondos de otros departamentos del gobierno regional, de otras administraciones y de fondos europeos para acometer infraestructuras que inciden en la actividad turística, especial interés a este respecto tienen las actuaciones llevadas a cabo por muchos consistorios de las ciudades referidas que han tenido como objetivo la mejora de los centros históricos y la rehabilitación y puesta en valor de muchos de los Bienes de Interés Cultural que existen en ellas.

El segundo de los factores mencionados es el incremento de la oferta de actividades turísticas que sirven de reclamo y atracción de visitantes. Como se ha destacado más arriba, y así lo

exponen los expertos en turismo cultural, la base de la oferta del turismo cultural tiene que ver con la existencia de museos, colecciones museográficas, centros de interpretación, rutas turísticas, fiestas locales, organización de eventos culturales, bienes declarados Patrimonio de la Humanidad, Bienes de Interés Cultural, tradiciones artesanas y gastronómicas, eventos religiosos, etc. El incremento de estos componentes de la oferta de turismo cultural en las CMI de Andalucía ha sido considerable en los últimos años, fundamentado sobre todo en el impulso que han realizado los Ayuntamientos que han sido los principales actores a la hora de impulsar estas actividades de oferta turística, bien a través de la solicitud de declaraciones de Bienes de Interés Cultural, la creación de museos y centros de interpretación a través de los fondos anteriormente comentados y la rehabilitación de mucho del patrimonio histórico existente en las localidades incluyendo principios de valorización turística que permiten el acceso de visitantes a tales recursos patrimoniales. El incremento de la oferta de atractivos turísticos culturales en estas ciudades ha sido más que evidente, lo que denota por una parte un marcado intento de estas ciudades por atraer a visitantes culturales, y por otro lado un campo de trabajo como respuesta al incremento de esta demanda turística de carácter cultural que se ve atraída por el patrimonio y las actividades culturales de estas ciudades.

Y el tercero de los factores que destacan en el impulso del turismo en las CMI de Andalucía es el incremento de los servicios de alojamiento y restauración, que sin duda suponen un elemento de considerable importancia para el incremento de la actividad turística, y donde destaca el papel activo de la iniciativa privada de estas ciudades, ya que el potencial turístico de un territorio no se encuentra sólo en el interés de sus atractivos, sino que requiere que existan servicios que los visitantes puedan disfrutar en el destino y que están íntimamente relacionados con la existencia de un destino integral. De esta forma, un destino no sólo crece por el aumento de los recursos usados turísticamente, sino también el crecimiento tienen que ver con la disponibilidad de alojamiento y restauración principalmente, para superar el fenómeno de la visita sin restauración, y sobre todo sin pernoctación.

Se van a utilizar tres indicadores que demuestran el incremento de la actividad turística a través del aumento de los servicios impulsados por la iniciativa privada como son 1) el número de plazas de alojamiento, 2) el número de pernoctaciones y 3) la estancia media en los destinos culturales de Andalucía.

Tabla 2. Evolución de las plazas hoteleras en destinos culturales andaluces

CIUDAD	INCREMENTO 2001-2006 (%)
Sevilla	25,45 %
Granada	16,52 %
Córdoba	8,98 %
Jaén	26,57%
Jerez de la Frontera	38,61 %
Ronda	20,94%
Antequera	71,86%
Loja	7%
Úbeda	14,37%
Baeza	21,29 %
Carmona	7,17%
Écija	13,28 %
Arcos de la Frontera	54,05 %
Guadix	64,09 %
Baza	19,81 %
Priego de Córdoba	21,63 %

FUENTE: JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006c

La tabla anterior refleja de manera clara que prácticamente todas las ciudades incrementan de forma considerable las plazas de alojamiento en relación con las grandes ciudades de Andalucía, y especialmente significativas son los incrementos en aquellos establecimientos de tres y cuatro estrellas, lo que denota también una cierta apuesta por la calidad en el tipo de alojamientos.

Tabla 3. Grado de ocupación hotelera en destinos culturales de Andalucía

CIUDAD	2003	2004
Arcos de la Frontera	41,09 %	41,81 %
Jerez de la Frontera	33,45 %	38,01 %
Córdoba	47,81 %	49,39 %
Granada	55,53 %	55,8 %
Ubeda	39,5 %	42,4%
Antequera	40,2 %	45,9 %
Ronda	44,24 %	40,92 %
Sevilla	50,77	51,28 %

FUENTE: JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006c

Los datos de las pernoctaciones también reflejan el incremento de la actividad turística en las CMI, puesto que prácticamente todas las ciudades incrementan el número de pernoctaciones y el grado de ocupación, lo que demuestra que las acciones de captación de clientes de estas ciudades están dando resultados, puesto que no sólo se incrementa la oferta, sino que también se incrementa su uso.

Tabla 4. Estancia media en destinos culturales de Andalucía

CIUDAD	2003	2004
Arcos de la Frontera	1,76	1,89
Jerez de la Frontera	2,02	2,03
Córdoba	1,48	1,49
Granada	1,69	1,73
Úbeda	1,43	1,46
Antequera	1,44	1,78
Ronda	1,5	1,62
Sevilla	1,92	1,94

FUENTE: JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006c

La estancia media es otro indicador significativo del incremento de la actividad turística en estas ciudades, puesto que si los visitantes pasan más días en el destino es indicativo de que existen más posibilidades de realizar actividades en el destino, es decir, que hay más producto. De esta forma, este indicador corrobora el hecho de que se incrementen las posibilidades de realizar actividades y recursos que visitar. Los datos del cuadro muestran de un manera clara que la mayor parte de las ciudades incrementan considerablemente la estancia media, lo cual indica que la actividad turística de las mismas se hace más importante.

2.3. Limitaciones generales para el desarrollo turístico de las Ciudades Medianas del Interior

No hay ningún estudio específico sobre el turismo en las CMI de Andalucía, esto hace que no se pueda encontrar un diagnóstico en profundidad sobre la realidad turística de estas ciudades. Sí existen algunas referencias poco precisas a algunas limitaciones que presentan estas ciudades desde el punto de vista turístico, que están basadas en apreciaciones generales relacionadas directamente con los principales problemas que afectan a los destinos turísticos emergentes de base cultural y de interior, pero que no responden a análisis de casos o a estudios puntuales basados en la realidad turística, sino más bien a apreciaciones generales que se obtienen de algunos documentos de referencia de la política turística de la Junta de Andalucía, o algunas reflexiones de algunos expertos que carecen de base empírica articulada. De esta manera sólo se pueden exponer algunas limitaciones de forma general, pero no por ello desacertadas, y que servirán de marco de referencia a este estudio cuando se planteen en el último capítulo las acciones necesarias para articular actuaciones turísticas en las tres ciudades que constituyen los casos de estudio, puesto que como se expuso en la introducción, este trabajo tiene un marcado carácter de aplicabilidad, en el sentido de que se presentarán

propuestas de actuación para mejorar los procesos de desarrollo turístico de las ciudades incluidas en el mismo.

A continuación se exponen las principales limitaciones generales del desarrollo turístico en las CMI de Andalucía:

- A pesar de que la actividad turística está siendo un área de acción que está cobrando importancia en estas ciudades, ninguno de los actores que las están impulsando han puesto en marcha un proceso de planificación que establezca de manera clara y ordenada una estrategia turística para la ciudad. Existe una carencia de planes estratégicos bien diseñados y gestionados para el desarrollo del potencial turístico de estas ciudades, que cumpla los principios de participación, sostenibilidad, difusión intersectorial, rentabilidad económica y social, diferenciación e integración de destinos y marcas y equilibrio territorial (TORRES, 2003). La mayor parte de estas ciudades, por no decir su totalidad, carecen de un plan estructurado y ordenado que establezca de forma precisa los objetivos turísticos de la ciudad y que establezca las líneas apropiadas para conseguirlos, produciéndose por tanto un desarrollo turístico desordenado con actuaciones puntuales (se están produciendo un fuerte volumen de inversiones públicas y privadas) que no responden a una línea de intervención clara ni consensuada.

- Como se ha comentado con anterioridad, la base del producto turístico de las CMI de Andalucía la constituye su rico y variado patrimonio, que se convierte en los elementos claves de atracción de turistas. Pero que todavía hoy tienen una escasa puesta en valor turística, ya que si bien es cierto que muchos de estos recursos patrimoniales se están restaurando, todavía quedan muchos por restaurar y mejorar; y además muchos de los que se están rehabilitando no introducen elementos que permitan la accesibilidad y uso turístico (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006b: 123). Por tanto, los recursos patrimoniales con potencialidad turística de estas ciudades están insuficientemente aprovechados, no ostentan una dimensión turística ya que carecen de una apropiada adecuación para uso y aprovechamiento turístico (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006c: 58).

- Otras de las grandes limitaciones que presenta el turismo en estas ciudades es su excesivo fraccionamiento, es decir, un número elevado de actores turísticos que no colaboran y no cooperan. La mayor parte de las ciudades no tienen un tamaño crítico suficiente para convertirse en un destino turístico y los gobiernos locales no desarrollan relaciones con otras ciudades para adquirir ese tamaño necesario. Además, la mayoría de las empresas son muy pequeñas careciendo de dimensiones viables para la gestión integral del producto territorial,

ya que se requieren en muchas ocasiones economías de escala, y la situación está caracterizada por todo lo contrario, por un exceso de individualismo y un escaso espíritu asociativo (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006c). Como se ha comentado con anterioridad, en los destinos de interior que se rigen por principios de gestión distintos al turismo de masas, la capacidad de colaboración entre los actores en las diferentes fases del proceso productivo se convierte en un elemento clave del éxito de estos destinos, y esto es algo que todavía hoy no se produce en el sector turístico de estas ciudades.

- Directamente relacionada con la situación descrita más arriba, se puede destacar el hecho de que estas ciudades carecen de productos turísticos estructurados y articulados que el turista pueda adquirir de forma clara. En este sentido, la oferta turística se limita a la posibilidad de acceder a ciertos recursos patrimoniales, consumir en restaurantes y alojarse en algunos hoteles, pero todo de forma individualizada, sin la existencia de un producto estructurado entre los elementos que configuran la oferta turística de la ciudad. Además, se está produciendo un mimetismo en la producción turística, que contribuye a crear una oferta estandarizada (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006c: 107), producto del efecto imitación de alguna ciudad, alejándose por tanto de cualquier capacidad de introducir innovación en los productos turísticos.
- Está claro que el turismo cultural en las CMI se aleja del modelo del turismo de masas, lo que obliga a poner en marcha estrategias de marketing, promoción y comercialización novedosas y distintas (JUNTA DE ANDALUCÍA, 2006: 107). Y en esta fase del proceso de producción turística ninguno de los actores de esas ciudades han entrado todavía, las acciones se limitan exclusivamente a acciones de promoción tradicionales como la edición de material promocional y la asistencia a ferias.
- La gestión de recursos y destinos culturales en el interior es una línea de actuación turística relativamente reciente, esto está produciendo que exista una seria dificultad de profesionalización, de formación de personal especializado en la gestión de los recursos y las actuaciones culturales en el interior, ya que no cuentan la mayoría de las ofertas con personal especializado en la gestión turística (TRESSERRAS, 2003).

3. Metodología: una propuesta de indicadores para la caracterización turística

En buena medida, cabe sostener que el desarrollo de la actividad turísticas en los municipios puede venir explicada por los recursos específicos que posee en relación con este asunto, así como las oportunidades con que cuenta para ello a tenor de su capacidad para facilitar la llegada de potenciales clientes. O de otra forma, la capacidad de atracción turística puede venir dada, al menos, por los recursos internos del territorio y su accesibilidad.

Respecto al primer asunto cabría indicar, cuando menos, tres aspectos: la existencia de servicios específicamente orientados al turismo, la posibilidad de puesta en valor de recursos de atracción turística, y por último, la existencia de otros servicios urbanos que aunque no directamente ligados a la actividad turística pueden actúan como coadyuvantes a ella. Es por ello que a este respecto se han considerado tres cuestiones, a saber:

- **centralidad urbana:** la existencia de diferentes servicios que hacen de la ciudad punto de rotación de un área circundante y que constituyen una infraestructura de servicios complementarios a la actividad turística (por ejemplo, servicios sanitarios)
- **recursos patrimoniales:** la existencia de patrimonio cultural o natural que puede ser puesto en valor como factor de atracción turística.
- **servicios hoteleros:** fundamentalmente, la capacidad y calidad de alojamiento del municipio, así como servicios de restauración o de comercialización turística.

En cuanto a la accesibilidad cabría destacar, al menos, dos aspectos. Por un lado, la accesibilidad entendida como cercanía a medios de comunicación que facilitarían el acceso al territorio. Y por otro lado, la cercanía a otros núcleos urbanos, y en especial, la cercanía a otros destinos turístico más consolidados. En concreto, se ha considerado:

- **distancia a medios de transporte y comunicación**
- **distancia a otros destinos turísticos**

Además de estos aspectos referidos a los recursos y oportunidades, se ha considerado la medida en que tiene lugar el desarrollo de la actividad turística en los municipios, de manera que, por un lado, pueda conocerse cuáles de ellos destacan a este respecto, y por otro, ponerlo en relación con lo anterior para tratar de avanzar en una tipología de diagnóstico acerca de factores que inciden en el desarrollo de tal actividad entre los municipios.

Cada uno de estos aspectos han sido operacionalizados mediante la elaboración de distintos indicadores a partir de fuentes de datos secundarios. No obstante, a este respecto cabe señalar que, en general, no existen fuentes de datos secundarios sistemáticos que a escala municipal permitan la elaboración de un sistema de indicadores exhaustivo. Por ello, los indicadores que aquí se presentan, así como sus resultados, deben tomarse como una primera aproximación al asunto.

Tabla 5. Aspectos, indicadores considerados e índices elaborados

ASPECTO	INDICADOR	VALORES	ÍNDICES	
			(1)	(2)
CENTRALIDAD	Servicios Salud	Existe No existe	Nº de categorías existentes sobre el total de las consideradas (0,5)	(0,100)
	Delegación de Hacienda	Existe No existe		
	Delegación Instituto Nacional de la Seguridad Social	Existe No existe		
	Juzgados	Existe No Existe		
	Centros comerciales	Existe No Existe		
RECURSOS	Museos	Nº museos	Nº categorías existentes de las consideradas (0,4)	(0,100)
	Espacios Naturales Protegidos	Nº ENP		
	Existencia Casco Histórico	Existe No existe		
	Fiestas de Interés Turístico	Nº FIT		
	Bienes de Interés Cultural	Nº BIC	4 = 0 a 5 BICs 3 = 6 a 10 BICs 2 = 11 a 20 BICs 1 = 21 o más BICs	(0,100)
SERVICIOS	Alojamientos por tipos	Nº alojamientos por tipos	Clasificación en 4 categorías en función de la media de cada indicador: Si > media =1 Si < media =0 (0,4)	(0,100)
	Establecimientos de restauración	Nº establecimientos por tipos		
	Punto de información Turística	Existe No existe		
	Empresas de visitas guiadas	Nº empresas		
ACCESIBILIDAD	Estación tren	Km	1 = Cerca (menos de una hora) de los tres 2 = Cerca de dos 3 = Cerca de uno 4 = Lejos de todos	(0,100)
	Estación AVE	Km		
	Aeropuerto	Km		
	Autovías	Km		
	Otra ciudad media	Minutos en llegar	1= Menos de 30 mins 2 = Más de 30 minutos	(0,100)
	Otros destinos turísticos: Costa, Parque Natural y Urbano grandes ciudades (capital provincia)	Km	1 = Cerca de los tres 2 = Cerca de dos 3 = Cerca de uno 4 = Alejados de todos	(0,100)
INTENSIDAD ACTIVIDAD TURÍSTICA	(Couta tributaria del IAE en sector turístico/Total nacional)* 100.000	—	(0, 1.000.000)	(0,100)

Fuente: elaboración propia

4. Caracterización Turística de las Ciudades Medias del interior de Andalucía

A continuación se presenta una tabla en la que aparecen todos los indicadores utilizados y la clasificación de cada una de las Ciudades Medias en dichos indicadores para, a continuación, aportar una serie de características significativas de lo que constituiría una primera aproximación a la Morfología Turística de estas ciudades

Tabla 6. Tipología descriptiva: ranking según el índice Turístico y los indicadores asociados

IAT	Servicios	BIC
Ronda	121	Ronda
Arcos de la Frontera	66	Antequera
Linares	51	Arcos de la Frontera
Carmona	48	Loja
Úbeda	47	Baeza
Loja	45	Úbeda
Vejer de la Frontera	45	Carmona
Antequera	38	Moguer
Moguer	26	Vejer de la Frontera
Baza	23	Priego de Córdoba
Andújar	22	Linares
Priego de Córdoba	20	Sanlúcar la Mayor
Guadix	18	Andújar
Bailén	17	Cartaya
Cartaya	16	Cabra
La Carlota	14	Utrera
Lucena	14	Baza
La Carlota	14	Guadix
Baeza	14	Baena
Huércal Overa	14	La Carolina
Estepa	14	Écija
Morón de la Frontera	12	Vélez Rubio
La Carolina	11	Osuna
Montilla	11	Pozoblanco
Écija	10	Huércal-Overa
Pozoblanco	10	Los Palacios y Villafranca
Osuna	10	Pilas
Coria del Rio	9	Bailén
Los Palacios	9	Estepa
Utrera	8	Palma del Río
Vélez Rubio	8	Montilla
Baena	7	Ubrique
Ubrique	7	Peñarroya-Pueblonuevo
Lebrija	7	Alcalá la Real
Martos	6	Lebrija
Álora	6	Torredonjimeno
Cabra	6	Puente Genil
Palma del Rio	5	Álora
Alcalá la Real	5	Villacarrillo
Puebla de Cazalla	5	Torre del Campo
Villacarrillo	4	Illora
Sanlúcar la Mayor	4	Coria del Río
Peñarroya-Pueblo Nuevo	3	Morón de la Frontera
Puente Genil	3	Puebla de Cazalla
Illora	3	Alcaudete
Alcaudete	2	Jódar
Torre del Campo	2	Villamartín
Torredonjimeno	2	Aguilar de la Frontera
Lora del Rio	2	Bollullos Par del Condado
Arahal	2	Alcaudete
Villamartín	2	Jódar
Gibraleón	2	Villamartín
Pilas	2	Valverde del Camino
Jódar	2	Lucena
Fuente Palmera	1	Valverde del Camino
Valverde del Camino	1	Martos
Marchena	1	Fuente Palmera
Bollullos Par del Condado	0	Lora del Río
		15
		Pilas
		0

Tabla 6 (Cont.) Tipología descriptiva: ranking según el índice Turístico y los indicadores asociados

Centralidad	Accesibilidad	Cercanía a otra Ciudad Media	Cercanía a otro destino turístico
Lucena	5	Aguilar de la Frontera	1
Linares	5	Baena	1
Úbeda	5	La Carlota	1
Antequera	5	Fuente Palmera	1
Ronda	5	Montilla	1
Écija	5	Palma del Rio	1
Osuna	5	Loja	1
Utrera	5	Bollullos Par del Condado	1
Huércal Overa	4	Gibraleón	1
Cabra	4	Moguer	1
Montilla	4	Álora	1
Peñarroya-Pueblonuevo	4	Antequera	1
Puente Genil	4	Arahal	1
Baza	4	Carmona	1
Guadix	4	Coria del Rio	1
Loja	4	Lebrija	1
Andújar	4	Lora del Rio	1
Villacarrillo	4	Marchena	1
Lora del Rio	4	Morón de la Frontera	1
Morón de la Frontera	4	Los Palacios	1
Vélez Rubio	4	Pilas	1
Ubrique	3	Puebla de Cazalla	1
Baena	3	Sanlúcar la Mayor	1
Pozoblanco	3	Utrera	1
Priego de Córdoba	3	Arcos de la Frontera	2
Alcalá la Real	3	Vejer de la Frontera	2
Martos	3	Guadix	2
Álora	3	Illora	2
Carmona	3	Andújar	2
Lebrija	3	Osuna	2
Marchena	3	Villamartín	3
Sanlúcar la Mayor	3	Cabra	3
Arcos de la Frontera	2	Lucena	3
Vejer de la Frontera	1	Priego de Córdoba	3
Villamartín	1	Puente Genil	3
Aguilar de la Frontera	2	Cartaya	3
Carlota	1	Valverde del Camino	3
Palma del Rio	2	Alcalá la Real	3
Moguer	2	Alcaudete	3
Valverde del Camino	2	Baeza	3
Alcaudete	1	Bailén	3
Baeza	2	La Carolina	3
Bailén	1	Jódar	3
La Carolina	2	Martos	3
Jódar	1	Torre del Campo	3
Torredonjimeno	1	Torredonjimeno	3
Arahal	1	Úbeda	3
Coria del Rio	2	Lebrija	3
Estepa	2	Marchena	3
Los Palacios y Villafranca	2	Lucena	3
Pilas	1	Valverde del Camino	3
Puebla de Cazalla	1	Alcalá la Real	3
Fuente Palmera	0	Vélez Rubio	4
Illora	0	Pozoblanco	4
Bollullos Par del Condado	0	Baza	4
Cartaya	0	Villacarrillo	4
Gibraleón	0	Álora	4
Torredelcampo	0	Pozo Blanco	4
		Ronda	4

La leyenda de colores presentada anteriormente responde a los niveles recogidos en la tabla 9.

Tabla 7. Tipología descriptiva: indicadores por niveles

INDICADOR	NIVELES de los indicadores			
	ALTO	MEDIO - ALTO	MEDIO - BAJO	BAJO
IAT	> 30	De 30 a 20	De 19 a 10	< 10
Servicios	> 500	De 500 a 300	De 299 a 100	< 100
BIC	> 40	De 40 a 20	De 19 a 10	< 10
Centralidad	5, 4	3	2, 1	0
Accesibilidad	1	2	3	4
Cercanía a otra Ciudad Media de interior	1	1	2	2
Cercanía a otro destino turístico	1	2	3	4
LEYENDA DE COLORES	ROJO	AZUL	MORADO	VERDE

Fuente: elaboración propia

Los datos presentados en la tabla anterior permiten destacar características de esta Morfología Turística previa:

a) **La intensidad de la actividad turística:** a partir del Índice Turístico pueden diferenciarse cuatro tipos – o niveles – de Ciudades Medias de interior:

a.1.) **En primer lugar**, aparecen aquellas ciudades denominadas turísticas que tiene un Índice Turístico superior a 30, en el que aparece de forma destacada la ciudad de Ronda con un dato de 121. A cierta distancia se sitúa Arcos de la Frontera; y a continuación un grupo de cinco ciudades, con un IAT en torno a 50, que son Linares, Carmona, Úbeda, Loja y Vejer de la Frontera. Y a continuación, pero a cierta distancia, se encuentra la ciudad de Antequera, que tiene un 38.

a.2.) **Un segundo grupo** de ciudades con un grado de desarrollo turístico medio-alto, ya que presentan un Índice Turístico de entre 20 y 30. Aquí se sitúan cuatro ciudades: Moguer, Baza, Andújar y Priego de Córdoba.

a.3.) **El tercer grupo** de ciudades está conformado por aquellas que presentan un grado de desarrollo turístico medio-bajo, y que tienen un Índice Turístico de entre 10 y 20. En este grupo aparecen ciudades como Écija, Osuna, Morón de la Frontera, Estepa, La Carolina, Guadix o Vélez Rubio.

a.4.) **Y el cuarto tipo** de ciudades medias está formado por aquellas que tienen un grado de desarrollo turístico bajo, con un Índice Turístico por debajo de 10. Es el grupo más numeroso de los cuatro, ya que contiene casi el 50% de las Ciudades Medias incluidas en el estudio. En él aparecen ciudades como Baena, Ubrique, Álora, Cabra, Alcaudete, Fuente Palmera o Marchena.

- b)** El Indicador que parece más asociado al grado de desarrollo turístico de las Ciudades Medias es el **número de habitaciones** existentes en cada ciudad. En buena medida, ello se explica porque el servicio de alojamiento es la base principal de elaboración del Índice Turístico. Pero de forma más concreta, puede señalarse que las ciudades que tienen hoteles de cuatro estrellas se encuentran en el primer y segundo grupo del Índice Turístico, siendo Écija la única en aparecer como una ciudad de tipo medio – bajo, aún contando con un establecimiento de cuatro estrellas. Cabe destacar también la relevancia de las **Oficinas de Información Turística**, por su labor de dinamización del sector en el territorio, pues las ciudades que no disponen de este servicio son las que aparecen en el último grupo en cuanto a Índice Turístico.
- c)** El **número de Bienes de Interés Cultural** no es una variable suficientemente explicativa del grado de desarrollo turístico que presentan las Ciudades Medias del interior. Puede constatarse que las ciudades que presentan un alto grado de desarrollo turístico no son aquellas que tienen un mayor número de BIC, sino más bien aquéllas con un nivel medio - alto o medio - bajo de BIC. Tan sólo dos de las más desarrolladas turísticamente (Linares y Loja) aparecen también en el tipo 1 de BIC. De esta forma, se puede destacar que la presencia de BIC en el municipio no es una variable que incida de manera clara en el grado de desarrollo turístico ya que, en la posición contraria, se pueden encontrar ciudades con un elevado número de BIC y que ocupan puestos bajos en el nivel de desarrollo turístico, como pueden ser La Carolina, Arahal, Utrera o Alcalá la Real. Esto viene a confirmar que los BIC son un recurso que se pone – o no – en valor, sin que su existencia garantice el desarrollo de la actividad turística.
- d)** Tampoco la **centralidad** explica de una forma absoluta el grado de desarrollo turístico. Aunque es cierto que cinco de las ciudades más desarrolladas turísticamente son de las más centrales (Ronda, Linares, Loja, Úbeda, Antequera), aparecen otras que no lo son tanto, como es el caso de Carmona o que tienen poca centralidad, como es el caso de Arcos y Vejer de la Frontera. También se puede apreciar que, en el caso contrario, existen ciudades muy centrales y que, sin embargo, tienen un nivel de desarrollo turístico medio - bajo o bajo, como son Lucena, Osuna, Écija, Vélez Rubio, Cabra, Montilla o Puente Genil. Sin embargo, si existe una asociación entre las ciudades nada centrales y las que tienen poco desarrollo turístico, ya que todas las poco centrales (Tipo 4) son ciudades con un grado bajo de desarrollo turístico; aquí aparecen Fuente Palmera, Illora, Bollullos, Cartaya, Gibraleón o Torredelcampo. De

esta forma, se puede mantener que la centralidad presenta cierto grado de asociación con el nivel de desarrollo turístico, pero que no es completamente determinante en su poder explicativo.

e) En lo referente a la **accesibilidad** se puede mantener que no existe una vinculación con el grado de desarrollo turístico, ya que aquellas ciudades que mejor situadas están en el ranking de accesibilidad son las peor situadas en cuanto al nivel de desarrollo turístico, como lo demuestran los casos de Aguilar, Baena, Fuente Palmera. Aunque también aparecen ciudades muy accesibles con alto grado de desarrollo turístico, como Antequera y Carmona. Sin embargo, las ciudades que presentan un mayor Índice Turístico se encuentran entre las menos accesibles, como lo demuestra el caso de Ronda, Linares o Úbeda. De esta forma, no se puede apreciar una vinculación clara entre el grado de desarrollo turístico y la accesibilidad de las Ciudades Medias.

f) En cuanto a la **cercanía a otras Ciudades Medias de interior**, se vuelve a comprobar que no existe una relación clara entre este indicador y el nivel de desarrollo turístico. En este caso, la gran mayoría de los municipios (cerca del 85%) están a menos de 30 minutos de otra Ciudad Media, no estando incluidas en este grupo dos de las ciudades que presentan mayores niveles en el Índice Turístico, como son Ronda y Vejer de la Frontera.

g) Y, por último, en lo que se refiere a la **cercanía a otros destinos**, ocurre igual que con el resto. Así, se puede comprobar que, de las ciudades con un alto grado de desarrollo turístico, sólo Loja está cerca de otros destinos turísticos; y Ronda y Vejer están relativamente cerca de esos destinos turísticos consolidados de Andalucía. El resto no lo están, y se produce el caso contrario, es decir, que ciudades que están muy cerca de otros destinos turísticos no tiene un alto grado de desarrollo turístico.

Se trata de indicadores que permiten aproximarnos – explicar – la intensidad de la actividad turística en los municipios, pero remiten, sobre todo, a la situación de diversidad o heterogeneidad que existe entre las propias Ciudades Medias de interior, por un lado, y a que sea la conjunción de varios de estos factores los que puedan dar cuenta de la extensión del fenómeno entre ellas, por otro lado.

A partir de esta caracterización es posible poder empezar a determinar medias de impulso del desarrollo turístico desde las políticas públicas de turismo de los diferentes niveles de gobierno, atendiendo a la particularidad de las diferentes Ciudades Medias del interior de Andalucía, a partir de las cuales impulsar de manera desigual líneas de desarrollo para el turismo adaptandolas, además, a las características de la iniciativa privada y a los retos que

para el desarrollo económico actual plantea la crisis económica, cuyos parámetros influyen a las posibilidades futuras que el impulso del sector turístico tendrá para estas ciudades.

7. Bibliografía

- BAIGORRI, A. (1999): “La red urbana ibérica”, en De la Macorra, L. y Brandão , *La economía ibérica: una fértil apuesta de futuro*. Editora Regional de Extremadura. Mérida.
- CARAVACA, I. (1999): “Efectos de la globalización en el sistema urbano andaluz”, *Revista de Estudios Regionales*, 54: pp 291-307.
- CARAVACA, I., GONZÁLEZ, G., MÉNDEZ, R. Y SILVA, R. (2002): *Innovación y Territorio. Análisis comparado de Sistemas Productivos Locales en Andalucía*. Consejería de Economía y Hacienda. Junta de Andalucía. Sevilla.
- COQ, D. (2005): “Evolución de los patrones de localización de las inversiones industriales en Andalucía, *Economía*”. *Sociedad y Territorio*, 18 vol V: pp-275-299.
- DÍAZ, J. L. (2002): “Las ciudades medias históricas”. *Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, nº 10, nº 38: pp 204-209.
- DURÁN, D.; JIMÉNEZ, E. Y RUBIO, M. (2002): *Las ciudades dinámicas del Eje Diagonal Intermedio de Andalucía*. Instituto de Desarrollo Regional. Sevilla.
- JUNTA DE ANDALUCÍA. CONSEJERÍA DE OBRAS PÚBLICAS Y TRANSPORTE (1999): *Plan de Ordenación del Territorio. Bases y Estrategias*. Junta de Andalucía. Sevilla.
- JUNTA DE ANDALUCÍA. CONSEJERÍA DE OBRAS PÚBLICAS Y TRANSPORTE (2006): *Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía. Memoria de Ordenación*. Junta de Andalucía. Sevilla.
- JUNTA DE ANDALUCÍA. CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE (2006): *Plan Director de Marketing de Andalucía*. Junta de Andalucía. Sevilla.
- JUNTA DE ANDALUCÍA. CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE (2006): *Plan General de Turismo Sostenible*. Junta de Andalucía. Sevilla.
- LÓPEZ, A. (2002): “Las agrociudades andaluzas”, en Moyano, E. y Pérez, M., *La sociedad andaluza*. IEZA-CSIC. Córdoba.
- MERINERO, R (2009).: *Las redes de actores en la gestión participativa del turismo en el ámbito local: el caso de las Ciudades Medias del interior de Andalucía. Modelos, estrategias y resultados*, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, Sevilla.
- TORRES, E. (2003): “Planteamientos estratégicos para la gestión turística de las ciudades intermedias de interior”. *Ciudad Arqueológica*. www.naya.org.ar/turismo.

- TINEO, A.B. (2007): *Posibilidades estratégicas de turismo en las ciudades medias del interior de Andalucía*. Universidad de Málaga. Málaga
- VV.AA. (2006): *Andalucía. Segundo Informe de Desarrollo Territorial*. Universidad de Sevilla.
- ZOIDO, F. (1995): “Sistemas de asentamientos, ciudades medias y aglomeraciones urbanas en Andalucía. Evolución reciente”. *Revista Situación*. 5: pp 149-163.