



## **FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

### **GRADO EN TURISMO**

#### **La marca de calidad turística “Los Pueblos más Bonitos de España”. Análisis y propuesta para la provincia de Sevilla.**

Trabajo Fin de Grado presentado por Paula Jiménez Martínez, siendo la tutora del mismo la profesora Francisca Ruiz Rodríguez.

Vº. Bº. del Tutora:

Alumno/a:

Dña. Francisca Ruiz Rodríguez

Dña. Paula Jiménez Martínez

Sevilla. Julio de 2021





**GRADO EN TURISMO  
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO  
CURSO ACADÉMICO [2020-2021]**

TÍTULO:

**LA MARCA DE CALIDAD TURÍSTICA “LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA”. ANÁLISIS Y PROPUESTA PARA LA PROVINCIA DE SEVILLA.**

AUTOR:

**PAULA JIMÉNEZ MARTÍNEZ**

TUTOR:

**FRANCISCA RUIZ RODRÍGUEZ**

DEPARTAMENTO:

**GEOGRAFÍA FÍSICA Y ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL**

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

**ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL**

RESUMEN:

La asociación Los Pueblos más Bonitos de España es una marca de calidad de destinos rurales en crecimiento desde su creación en 2011. Su presencia en Andalucía se expande por todas las provincias exceptuando el caso de Sevilla. Es por ello que, en este proyecto, y a partir del análisis de la asociación, se pretende poner en valor aquellas localidades de la provincia de Sevilla que cumplan con las características básicas de la marca. Para ello, y en base a los principales requisitos para formar parte como miembro de la organización, se han analizado todos los municipios de la provincia, descartando aquellos que superen los 15.000 habitantes y recalando los municipios restantes que posean un mayor número de elementos patrimoniales. A partir de este análisis se expone la propuesta de los municipios rurales de Guadalcanal, Constantina y Cazalla de la Sierra como posibles pueblos a formar parte de la asociación. Además, y tras una entrevista a estos tres municipios, se pudo identificar la causa principal de la nula participación de la provincia con la asociación, siendo esta el desconocimiento de la marca.

**PALABRAS CLAVE:**

Marca de calidad; Turismo rural; Desarrollo turístico; Destino turístico.

## ÍNDICE

---

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 2: OBJETIVOS Y METODOLOGÍA .....	3
CAPÍTULO 3: LA ASOCIACIÓN LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA .....	5
3.1    SU HISTORIA NACIONAL E INTERNACIONAL .....	5
3.2    DEFINICIÓN, OBJETIVOS Y CRITERIOS DE LA ASOCIACIÓN LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA.....	6
3.3    PROCESO DE ADHESIÓN A LA ASOCIACIÓN LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA .....	8
3.4    IMPACTO DE LA MARCA DE CALIDAD EN LOS MUNICIPIOS .....	11
CAPÍTULO 4: LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA.....	13
4.1    PRIMEROS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA.....	13
4.2    LOS PUEBLOS ANDALUCES MÁS BONITOS DE ESPAÑA.....	16
CAPÍTULO 5: PROPUESTA DE PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA EN LA PROVINCIA DE SEVILLA .....	23
5.1    APLICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE LA ASOCIACIÓN EN LA PROVINCIA DE SEVILLA.....	23
5.1.1    Criterio demográfico.....	23
5.1.2    Criterios de patrimonio natural e histórico para las comarcas Sierra Norte, Aljarafe y Sierra Sur. ....	24
5.2    PROPUESTA DE GUADALCANAL, CONSTANTINA Y CAZALLA DE LA SIERRA.....	31
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES .....	37
BIBLIOGRAFÍA .....	39
ANEXOS .....	42
Anexo I. Carta de Calidad .....	42
Anexo II. Entrevista .....	48



## CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, los pueblos de la provincia de Sevilla han ido adaptando sus valores y cultura a variaciones económicas, sociales y políticas, internas y externas presentes en su evolución histórica. La causa principal son los movimientos de diversas sociedades a lo largo de los siglos, entre ellos los Tartessos, La Bética, la España cristiano-visigoda, Al-Andalus y la Nueva Andalucía, protagonizada por la reconquista cristiana (Sánchez, 1982). El legado que a día de hoy forma parte de los pueblos sevillanos se refleja en formas muy variadas como pueden ser sus rituales festivos, los oficios y saberes, sus modos de expresión y su alimentación y sistemas culinarios, además de los objetos muebles e inmuebles históricos del lugar. Sin embargo, la identidad cultural de estos pueblos podría verse en peligro debido a diversos acontecimientos que se están dando tanto en la sociedad como en el territorio: la globalización, generando una cultura homogénea debido a la adaptación a una nueva cultura dominante; y el abandono rural, pudiendo provocar la desaparición total del pueblo y con ello su patrimonio físico e inmaterial (Sánchez, 1982 y González, 1989).

A partir de esta realidad han sido muchas las propuestas de desarrollo basadas en el turismo rural con el objetivo de dar a conocer la cultura de aquellos municipios de mediano y pequeño tamaño, no evitando el despoblamiento continuado que ya predecía González (1989) o lo que actualmente llamamos “España vacía”. Al igual que ha habido pueblos que terminaron casi desapareciendo, otros muchos continúan a día de hoy manteniendo el nivel de población y economía del lugar gracias al turismo. Pololikashvili, Secretario General de la Organización Mundial Del Turismo (OMT) (2020) así lo confirma: “En todas partes del mundo, el turismo ha demostrado ser un salvavidas para las comunidades rurales, fomentando el empleo, apoyando a las empresas rurales y protegiendo el patrimonio natural y cultural”.

Sin embargo y debido al Covid-19 el turismo tuvo que paralizarse siendo uno de los sectores más afectados, provocando cuantiosas pérdidas monetarias en todos aquellos lugares dependientes de este. No sólo afectó a la economía, sino también a los gustos y necesidades de los turistas quienes, una vez producido el levantamiento del estado de alarma y evitando las masificaciones, escogieron destinos naturales de media y corta distancia, decisión motivada por las restricciones a la movilidad. Zonas en las que destacaba el turismo internacional se han visto dependientes de un nuevo cliente nacional; sectores poco destacados se han puesto de moda (como el alquiler de caravanas); y, como ya se mencionó, del turismo de masas, evitado mediante regulaciones legales, se ha dado paso a una nueva demanda por el turismo en espacios abiertos con bajo volumen de visitantes. “Dicha tendencia puede convertir esta situación en una oportunidad para superar algunos de los déficits históricos del turismo rural. Pero para ello son necesarias dos cuestiones: una decidida apuesta del sector y que las administraciones tengan en cuenta algunas de sus singularidades” (Grande, 2020, cap. 10 p. 3).

El turismo, desde antes de la pandemia, se encontraba en un entorno cada vez más dinámico y globalizado, aumentando la competencia entre los distintos territorios por la captación de un mayor volumen de ingresos. Por otra parte, según Galán et al (citado en Kastenholz y Galán-Ladero, 2009 p.177) “el perfil del nuevo consumidor es el de una persona más formada, informada, sofisticada, exigente y escéptica, menos fiel a las marcas y con una estructura de valores distinta”.

Los destinos han empleado diferentes estrategias según ha ido aumentando esta exigencia de los turistas. La diferenciación pasó de ser una ventaja competitiva a una necesidad, haciendo que cada vez más territorios recurran a la mejora de la calidad de los servicios, debiendo hacerse de manera integral para todos los actores que participan en la satisfacción del cliente (Doncel, 2012). Esta nueva perspectiva de gestión

estratégica hace que el destino se asemeje a una gran organización compuesta por un conjunto de factores interrelacionados (empresas de transporte, alojamiento, restauración, ocio, la propia población local, elementos patrimoniales...).

Como toda empresa, requerirá de una buena gestión de calidad y sistemas de control, siendo importante la puesta en valor y conservación en nuestro caso del patrimonio cultural, natural o rural y destacando las particularidades culturales, históricas o naturales propias del territorio. Una de las estrategias de diferenciación seguidas por las empresas y en la que se basará este proyecto consta de la obtención de un sello de calidad con el que el destino, los pequeños y medianos pueblos, desarrollen un plan de calidad poniendo en valor su cultura y patrimonio, así como distinguirse del resto de municipios, mejorando su imagen gracias a la garantía de calidad que brinda dicha marca. Además, la inversión necesaria para alcanzar los niveles mínimos de calidad refleja una decidida apuesta por el sector promovida por las administraciones, cuestiones según Grande (2020) necesarias para convertir en oportunidad las nuevas tendencias del turismo. Por otra parte, una marca de calidad turística, al igual que un sello de calidad corporativo, persigue la satisfacción del cliente mediante, en este caso, una práctica del turismo sostenible (Doncel, 2012).

La marca escogida para el trabajo es la correspondiente a la asociación Los Pueblos más Bonitos de España, entidad sin ánimo de lucro cuyo objetivo va dirigido a “promover, difundir y preservar el patrimonio cultural, natural y rural, sensibilizando y educando hacia el respeto de los valores del patrimonio rural. Fomentar el turismo cultural, promover las zonas menos industrializadas y reducir los desequilibrios territoriales y demográficos respetando la diversidad cultural de sus correspondientes lenguas. Todo ello implicando al mismo tiempo a las diferentes administraciones para que apoyen, cuiden y respeten su patrimonio” (Asociación Los Pueblos Más Bonitos de España, 2021). Para esta organización, creada en 2011, se sabe que Castilla y León es la comunidad autónoma con mayor número de participaciones, 24 pueblos miembros, seguido de Andalucía con 17 municipios pertenecientes a todas las provincias que la conforman menos Sevilla.

Es por ello que el proyecto tiene como objetivo la elaboración de una propuesta de municipios de la provincia de Sevilla como miembros potenciales a formar parte de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España. Para ello, se estudiará dicha organización como marca de calidad turística, así como un análisis de los cambios reales producidos en municipios ya miembros, corroborando los efectos positivos del distintivo. Con ello se busca poner en valor aquellas localidades con menos de 15.000 habitantes de la provincia que posean un patrimonio arquitectónico o natural de calidad, y contribuir con esta propuesta a su crecimiento socioeconómico a partir de la política de desarrollo ofrecida por la marca.

En cuanto a la estructura del trabajo, se ha dividido en 6 capítulos. A este capítulo 1 de Introducción le sigue el capítulo 2, en el que se definen los objetivos y metodologías aplicados a lo largo del trabajo. Se continúa con el capítulo 3, en el que se analizan los aspectos y características relevantes de la organización Los Pueblos más Bonitos de España a lo largo de una serie de sub-apartados basándonos tanto en la Carta de Calidad como en sus estatutos, y finalizando con una breve descripción del presupuesto solicitado para poder formar parte como miembro. En el capítulo 4 se realiza una investigación sobre distintos municipios sellados bajo esta marca de calidad, con el propósito de verificar y reflejar en datos el impacto positivo real tanto en la evolución turística y económica como en la demográfica en aquellos miembros de la marca. El capítulo 5 desarrolla y justifica la viabilidad de la marca en las localidades Sevillanas propuestas. El trabajo termina con unas conclusiones derivadas de la realización del trabajo recogido en el capítulo 6.

## CAPÍTULO 2: OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo del trabajo es la elaboración de una propuesta de municipios de la provincia de Sevilla a formar parte de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España mediante el estudio de la viabilidad de la marca en los municipios de la provincia de Sevilla que cumplan con los aspectos básicos de la asociación. Para ello, se plantean una serie de objetivos específicos:

- Estudiar la asociación Los Pueblos más Bonitos de España, abordando su evolución a lo largo de los años en cuanto a número de participantes, e indagando en el caso de Andalucía y sus provincias.
- Analizar los requisitos a cumplir y procedimiento a seguir para llegar a ser miembro de la asociación.
- Identificar, describir y analizar los beneficios que aporta la marca como sello de calidad a los pueblos.
- Aplicar los criterios básicos y necesarios para formar parte de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España en los municipios de la provincia de Sevilla.
- Realizar una propuesta de municipios donde la marca fuera viable.

Para ello, el trabajo se ha llevado a cabo siguiendo una metodología cualitativa en la que se analiza a la Asociación Los pueblos más bonitos de España por completo a partir de la información obtenida tanto en su página web oficial (Los Pueblos más Bonitos de España, 2021) como en guías anuales de Los Pueblos más Bonitos de España para cada año y documentos oficiales de la organización, como son la Carta de Calidad (Anexo 1) y sus estatutos. Del mismo modo, se ha realizado un análisis de las consecuencias que podría suponer la marca de calidad turística como sello de calidad para el desarrollo del destino, tomando como referencia otros trabajos académicos (trabajos de fin de master y publicaciones de revistas científicas), así como manuales específicos de la materia e información obtenida de la asignatura Gestión Integrada de la Calidad en el Turismo (2021), impartida por Rafael Perriñez Cristóbal, profesor titular de la Universidad de Sevilla.

Respecto al análisis de los pueblos más bonitos de España, debido al alto número de territorios miembros, concretamente 104 municipios, se ha optado por la selección de una muestra que represente la evolución de los primeros municipios miembros de la asociación. De modo que se analizarán tanto los primeros pueblos más bonitos de España como la implicación de Andalucía en esta asociación, siendo la segunda Comunidad Autónoma con mayor número de pueblos en ella. Para ello, se ha realizado un análisis de los cambios producidos en aquellos lugares a partir de datos cuantitativos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), como la evolución demográfica, la evolución del número de turistas junto a su procedencia y estacionalidad del movimiento turístico, evolución de empleos en alojamientos turísticos... Dicho estudio se ha visto limitado debido a la falta de datos históricos turísticos en parte de los municipios, reduciendo el análisis en aquellos para los que existan datos suficientes que posibiliten conocer el efecto de la asociación en la localidad. Se finaliza con una conclusión en cuanto al impacto de la marca de calidad en los destinos. Esto nos servirá como introducción para dar paso al tema principal del trabajo: la propuesta de una serie de pueblos de la provincia de Sevilla como miembros potenciales de Los Pueblos más Bonitos de España, con el fin de poner en valor aquellas localidades que cumplan con las características básicas de la marca, fomentando la mejora en sus prestaciones turísticas a partir de las políticas de desarrollo ofrecidas por la asociación.

Para lograr ese cometido, se debe corroborar que su tamaño demográfico sea menor de 15.000 habitantes, así como la posesión de algún tipo de patrimonio arquitectónico o natural certificado (Los Pueblos Más Bonitos de España, 2021). Así se analizan ambas características para la provincia de Sevilla utilizando como base para el primero, es

decir, la demografía, los datos provenientes del Instituto Nacional de Estadística (INE), y para el segundo, el patrimonio de los municipios, la página web oficial de la diputación de Sevilla (2021) junto al Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA) y el Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico (IAPH). A partir de este filtrado se destacará aquella comarca que pueda poseer un mayor número de pueblos potenciales a ser miembros de la asociación, seleccionando tres de los municipios más relevantes en estos aspectos.

A continuación, de los pueblos seleccionados como miembros potenciales a la marca, se estudia la incorporación de la política de desarrollo de la asociación para cada municipio. Para ello se ha hecho uso de la información recogida de distintos medios como las webs oficiales de los municipios, así como la implicación de las instituciones (ayuntamientos) que, a través de las entrevistas realizadas a cada Oficina de Turismo de cada pueblo, nos han podido facilitar su punto de vista tanto del pueblo como de la marca analizada. En total han sido tres el número de entrevistas ejecutadas (Anexo II), distinguiendo las preguntas en dos bloques: el primero y más amplio relacionado con información general del pueblo y su turismo, así como cuestiones centradas en conocer el nivel de cumplimiento de las políticas de la asociación; y el segundo bloque relacionado con la asociación tanto en la provincia de Sevilla como en el municipio entrevistado.

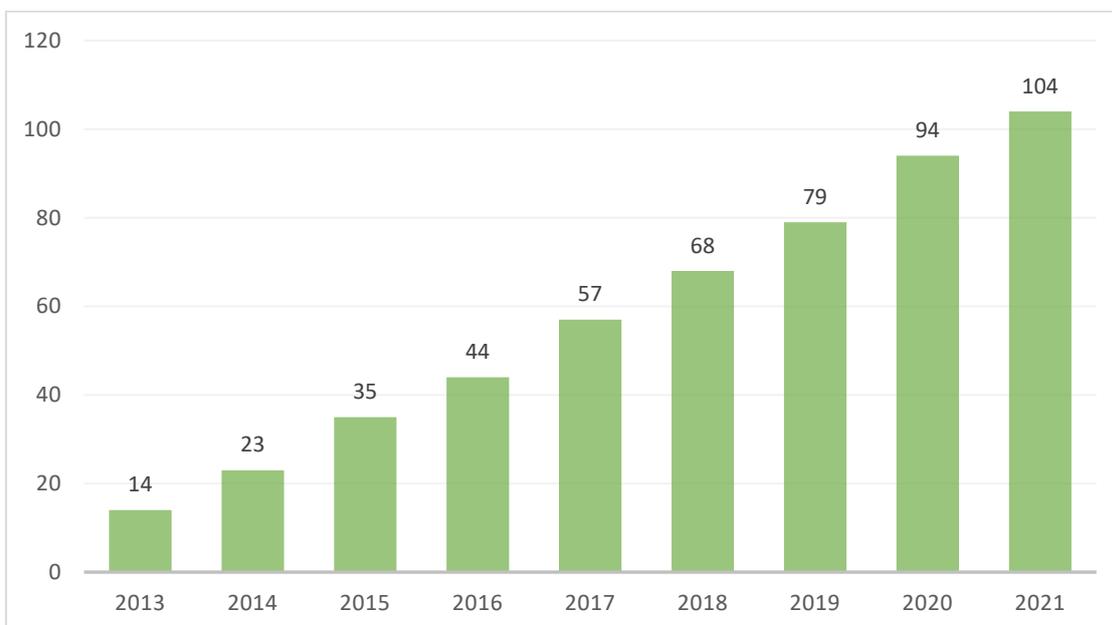
## CAPÍTULO 3: LA ASOCIACIÓN LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA

### 3.1 SU HISTORIA NACIONAL E INTERNACIONAL

En 1982 nació en Francia la idea de crear una asociación en la que premiar y mostrar los mejores pueblos de la nación bajo el nombre de “Les Plus Beaux Villages de la France”. Esta iniciativa tuvo una gran acogida, pero no fue hasta 1994 en adelante que se empezó a desarrollar en países como Bélgica, Italia, Japón, Rumania o Alemania entre otros muchos. Todo ello hizo que en 2012 se creara una Federación Internacional formada por la asociación de dichos países, así como las futuras integraciones de nuevas asociaciones nacionales previstas, haciéndose llamar “Los Pueblos más Bonitos de la Tierra” (Asociación Los Pueblos Más Bonitos de España, 2021).

En el caso de España, la asociación Los Pueblos más Bonitos de España surgió en 2011 partiendo de la idea francesa, al igual que en el resto de países antes mencionados. La aceptación y compromiso que hubo por parte de las personalidades públicas competentes fue tal, que en 2018 se decidió por parte de la Federación Internacional que España presidiera durante dos años “Los Pueblos más Bonitos del Mundo” (Asociación Los Pueblos Más Bonitos de España, 2021).

Dicha aceptación y compromiso se ven reflejados en el evento realizado en 2013, donde se presentó en la Feria Internacional del Turismo (FITUR), celebrado en Madrid, a los 14 primeros pueblos españoles con la marca “Los Pueblos más Bonitos de España” como forma de dar a conocer esta nueva marca española de manera nacional e internacional. A partir de ese año, cómo se puede observar en la gráfica 3.1, el aumento anual de nuevas incorporaciones ha sido constante, llegando este 2021 a superar la centena.

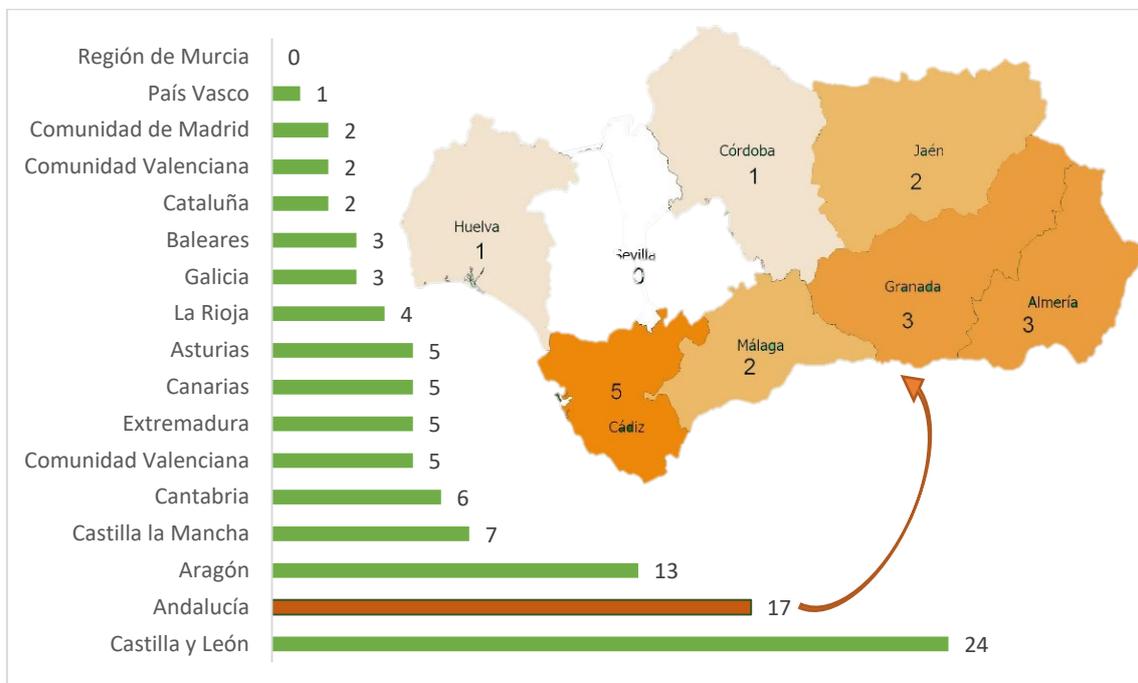


**Gráfica 3.1. La evolución anual del número total de pueblos pertenecientes a la asociación Los Pueblos más Bonitos de España**

*Fuente: Elaboración propia a partir de la Guías anuales y oficiales Los Pueblos más Bonitos de España (2013-2021)*

Sin embargo, si se analiza la distribución del número de sellos por las regiones de España facilitado en la gráfica 3.2, se observa que se ha ido desarrollando de manera irregular. Se encuentran comunidades autónomas como Andalucía o Castilla y León con más de 15 y 20 pueblos sellados respectivamente, y otras comunidades autónomas como Murcia con una nula participación en la asociación, mientras la gran mayoría de comunidades autónomas acumulan entre 2 y 7 pueblos sellados.

En el caso de la comunidad autónoma de Andalucía, su ventajosa posición como segunda región española en el ranking se debe a los 17 pueblos que actualmente pertenecen a la asociación. Su distribución, plasmada igualmente en la gráfica 3.2, presenta, al igual que la distribución por España, un desarrollo irregular de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España en el territorio andaluz, germinando por las provincias del sureste andaluz y zona del litoral atlántico-mediterráneo, donde destaca la provincia de Cádiz con 5 municipios miembros de la organización; y descuidando la zona noroeste de la comunidad autónoma, siendo las ciudades de Córdoba, Huelva y sobre todo Sevilla las menos integradas en la organización, con un solo municipio para los dos primeros territorios mencionados y ninguno en el caso de la provincia de Sevilla.



**Gráfica 3.2. Número de pueblos inscritos en la asociación Los Pueblos más Bonitos de España por Comunidad Autónoma y por provincias de Andalucía**

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por Los Pueblos más Bonitos de España (2021).*

### 3.2 DEFINICIÓN, OBJETIVOS Y CRITERIOS DE LA ASOCIACIÓN LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA

En la página web oficial de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España (2021) se definen como “una asociación española creada para promocionar, difundir, fomentar y preservar el patrimonio cultural, natural y rural en áreas geográficas con menor nivel de industrialización y población (...) que destacan por su calidad, excelencia y cómo no, por su belleza. (...) creando una red de pueblos con encanto que agrupa los pueblos más hermosos de España bajo una misma marca de calidad”. Con ello pretenden poner en conocimiento aquellos pueblos que, además de su belleza, posean algún tipo de interés cultural, como pueden ser los restos de su pasado histórico o alguna arraigada

tradición duradera hasta el presente, además de algún interés natural, como su proximidad a parques naturales.

Esta asociación pretende por lo tanto preservar y mejorar la calidad del patrimonio del territorio español para aumentar su reputación y promover así su desarrollo económico y cultural a través del turismo. Los objetivos mínimos a alcanzar y las directrices a seguir para formar parte como miembro de la asociación están recogidos en la Carta de Calidad (anexo I). Una vez adherido a la organización, el municipio o comuna podrá beneficiarse de una serie de facilidades concedidas por parte de la asociación, como el uso de la marca como elemento diferenciador de calidad, pudiendo entrar en un proceso de mejora continua, con cambios graduales por parte del esfuerzo de todos los integrantes, implicando a las diferentes administraciones para que apoyen, cuiden y respeten el patrimonio, así como la promoción de eventos culturales asociados a los pueblos (Doncel, 2012).

En la página web de la asociación se encuentra toda la información pertinente en cuanto a los criterios que se deben cumplir para formar parte como nuevo integrante de la asociación. Uno de los documentos descargables que nos facilita es la Carta de Calidad, en la que se especifican los criterios que debe cumplir el municipio o comuna para poder obtener y usar la marca “Los Pueblos más Bonitos de España”.

- Primer criterio, principal y directamente eliminatorio: la población del municipio o comuna no debe superar los 15.000 habitantes. Con ello pretenden asegurarse de que los solicitantes sean los pueblos de menor población, concepto reflejado en la definición expuesta en el apartado 3.2, donde se habla de los beneficiarios de la asociación siendo estos “...áreas geográficas con menor nivel de industrialización y población...”.

- Poseer un patrimonio arquitectónico o natural certificado mediante algún documento que se encuentre en poder del propio ayuntamiento o comuna, pudiendo servir como apoyo histórico y cultural o como forma de destacar la belleza del lugar. Al igual que en el criterio anterior, en este punto se referencia una de las bases de la asociación mencionadas en el apartado 3.2 respecto a la conservación, donde pretende como uno de sus principales objetivos “...preservar el patrimonio cultural, natural y rural...”.

- No pertenecer a entidades o marcas que puedan llevar a confusión con Los Pueblos más Bonitos de España. En este caso hacen referencia al sello “Pueblos Mágicos de España”. El criterio se asegura como cumplido en la fase de peritación por parte de la asociación.

- El municipio o comuna debe poder ofrecer un patrimonio que destaque por su calidad urbanística y/o calidad arquitectónica. En el primer caso hace referencia al estado y planificación del territorio construido, destacando la calidad de sus accesos, homogeneidad, dimensión y la diversidad de rutas. Por otro lado, en el segundo caso, trata el estado y estilo de los edificios del pueblo, buscando la armonía y homogeneidad íntegra de los edificios, donde se incluye sus materiales y colores de las fachadas y tejados, así como las aberturas como ventanas y puertas. Dentro de la calidad arquitectónica también se incluye la presencia de elementos decorativos simbólicos.

- El municipio o comuna acepta el seguimiento y consecución de una serie de políticas que muestran su predisposición al desarrollo del territorio en distintos aspectos que se expondrán a continuación:

- Política de valoración, a través de un nivel mínimo de arreglo y mantenimiento de las zonas comunes desde el punto de vista estético, refiriéndose al casco histórico, las fachadas, iluminación y zonas verdes entre otros.
- Política de desarrollo, ofreciendo información básica de la situación turística del municipio o comuna, siendo esta tanto el número de visitantes como elementos que poseen el territorio para la satisfacción de las necesidades de estos, además de la participación en las estructuras e iniciativas intercomunales.

- Política de promoción, considerando las acciones que se hayan realizado en el territorio con el objetivo de dar a conocer al mercado o a los visitantes sobre sus productos o servicios, como puede ser la existencia de un punto de información o señalizaciones informativas y direccionales, las visitas guiadas, la existencia de guías o documentos promocionales.
- Política de animación, es decir, el conjunto de actividades de ocio que se realizan en el territorio. Para ello se necesita de la existencia de espacios y estructura para actos festivos, sean cubiertos o al aire libre donde poder organizar eventos originales y de calidad. Los pueblos que deseen optar al sello de la asociación deben probar mediante hechos que han organizado manifestaciones permanentes o temporales.

Los pueblos miembros deben reflejar que forman parte de la asociación mostrando su marca tanto en los accesos al pueblo como en sus comunicados oficiales y asociaciones sin ánimo de lucro de las cuales él sea miembro (Oficina de Turismo, comité de fiestas, etc..). Con ello la organización se asegura de que los visitantes reconozcan a través de la marca el esfuerzo del municipio por ofrecer lo mejor de ellos siempre bajo unos estándares de calidad mínimos (Los Pueblos Más Bonitos de España, 2021). Es por lo que la marca “Los Pueblos más Bonitos de España” se asemeja a un sello de calidad en el destino, definido por Doncel (2012) como “una marca de garantía para dar una imagen, ofrecer una mayor calidad y diferenciación a través del servicio y una mejor promoción de, en este caso, el destino. El propósito del sello es que sea orientado al mercado intentando vender a través del nombre de la misma y ser conocido por ello, pero teniendo claro que, a diferencia de la competencia, habrá un interés por la calidad y la satisfacción del cliente.” (p.18)

En el caso de Los Pueblos más Bonitos de España, se trata de un “sello de calidad” turística de ámbito nacional reconocido igualmente por el resto de países miembros de “Los Pueblos más Bonitos del Mundo”, pues la asociación, como ya se mencionó en el apartado 3.1, forma parte de dicha red, que mediante la celebración de asambleas anuales trabajan para dar promoción internacional a los municipios, analizar estrategias de actuación para evitar el despoblamiento e intercambiar experiencias que fomenten la supervivencia de estos pueblos (Europapress, 2017).

Por todo ello concluimos con que, al emplear el término sello o certificado de calidad, hablamos de la gestión de esta desde el punto de vista de un municipio o comuna como destino, primando el objetivo calidad por encima del beneficio, mientras se sigue un proceso de mejora continua en el que se busca la satisfacción tanto de la población como de los posibles visitantes. Esta forma de gestión acarrea como resultado una serie de beneficios implícitos tanto para el receptor del sello, es decir, los pueblos, como para los agentes externos, como son los clientes e inversores.

### **3.3 PROCESO DE ADHESIÓN A LA ASOCIACIÓN LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA**

Para formar parte de la asociación como uno de los pueblos más bonitos de España se debe seguir un proceso que comienza antes incluso al transcurso de adhesión oficial, el cual consta de la entrega de la documentación correspondiente, el peritaje y el estudio y notificación final del resultado de la candidatura. Este preámbulo al proceso oficial se basa en la petición, por parte del pueblo, de ser candidato a formar parte de la organización. Dicha decisión se acuerda mediante un pleno municipal o junta de gobierno.

Una vez aceptado el ser candidato a formar parte de la asociación se debe crear el expediente de adhesión, en el que se debe encontrar un conjunto de documentos facilitados por el pueblo candidato que, a su vez, deben ser enviados a la organización. Entre esos documentos se encuentra la petición formal de adhesión, es decir, la copia

del acta del pleno municipal o junta de gobierno celebrado en el que se acuerda iniciar dicho proceso. Al anterior documento mencionado le acompañan otros como la Carta de Calidad firmada por el alcalde o alcaldesa del municipio, en el que se aceptan los criterios de calidad mencionados en esta, además de las normas internas de la asociación que del mismo modo se deben cumplir por parte del pueblo candidato.

Debe a su vez entregar varios certificados, uno de ellos, el certificado censal, para dar a conocer el número de habitantes del pueblo candidato y así saber si cumple el criterio principal mencionado en el apartado 3.2: no superar los 15.000 habitantes. El segundo certificado a adjuntar es el certificado de un bien de interés del pueblo, ya sea un patrimonio natural o arquitectónico. Estos dos certificados forman parte de los criterios para la obtención del sello que en caso de no cumplirse podrían suponer la eliminación de la candidatura.

Por último, deben hacer entrega de un dossier de candidatura en el que se facilite información del pueblo candidato en cuanto a su historia, tradición y cultura, así como fotografías del mismo, con el objetivo de poder conocerlo mejor.

Recibida toda esta información, la asociación realiza una visita al pueblo candidato a modo de peritaje por parte de los representantes de la marca, no sin antes haber recibido el pago correspondiente a este en nombre del pueblo candidato, recogido más adelante en la tabla 1, siendo de 600€ más impuestos añadidos. En este peritaje se valoran si los aspectos recogidos en la Carta de Calidad se cumplen satisfactoriamente. Del mismo modo realizan una entrevista con el alcalde o alcaldesa del pueblo y su concejalía de turismo y cultura en el que explican, por parte de la asociación, sus criterios de calidad. Por otra parte, en dicha entrevista también se pretende conocer las futuras políticas que el pueblo llevará a cabo en cuanto a mantenimiento y promoción de su patrimonio. Toda la información recogida en dicho peritaje se apoyará en fotografías y videos realizados durante la visita, elaborando con ello un informe para su posterior valoración en la Comisión de Calidad.

Dicha Comisión de Calidad se reúne mediante un pleno celebrado una vez al año, donde se realiza un veredicto final para aquellos pueblos candidatos mediante el estudio de los informes recibidos. Las resoluciones emitidas por la Comisión de Calidad, siendo estas por medio de una notificación mediante carta al pueblo candidato, son muy diversas, no se basan en un mero sí o no, aceptado o denegado. Sus veredictos van acompañados, en caso de que sea necesario, de una breve explicación en cuanto a porqué ha sido o no seleccionado, además de en qué criterios de calidad debe mejorar.

Con todo ello existe la resolución positiva sin condiciones, en las que el pueblo candidato pasa a formar parte en la asociación sin necesidad de tener que mejorar nada, pues ya cumple con todos los criterios mínimos. En caso de que no sea así, y haya algún apartado que deba modificar, se le notificará una resolución positiva condicionada, en la que del mismo modo el pueblo candidato entra a formar parte de la asociación, pero se compromete a mejorar en algún aspecto deficiente a lo largo del tiempo.

Por otra parte, en caso de que el municipio candidato acumule una serie de deficiencias se le notificará una resolución negativa pero condicionada, es decir, actualmente el pueblo no cumple los requisitos necesarios para formar parte de la asociación, pero en cuanto subsane esas deficiencias podrá pasar a formar parte de la Asociación. Pero en caso de que dichas deficiencias encontradas no puedan ser subsanadas o sean incompatibles con los criterios de calidad de la asociación, se le enviará una resolución negativa definitiva.

En cuanto un pueblo recibe una notificación positiva de algún tipo comienza el proceso de integración de la marca, en el que se debe realizar una serie de gastos a desembolsar por parte del municipio o comuna tanto en el proceso de adhesión como una vez dentro de la asociación. Dichos gastos se encuentran recogidos y explicados en la tabla 3.1,

de los que tanto la peritación como la cuota anual forman parte de los ingresos obtenidos por la organización, siendo el primero antes de formar parte como miembro y el segundo una vez adherido a este. Por otra parte, el coste de los carteles y el acto de inauguración no conforman una fuente de ingresos para la Asociación, pero sí un gasto obligatorio a realizar una vez confirmada su participación como nuevo miembro de la marca.

<b>Peritación</b>	Este pago se efectuará antes de la peritación (pago único) 600€ + IVA
<b>Cuota anual</b>	Formar parte de la asociación tiene un coste anual de 1.000€ por pueblo + 1 € / hab. con un máximo de 5.000 €. Este pago se efectuará en los dos primeros meses del año, una vez el pueblo haya sido admitido en la red.
<b>Carteles</b>	Una vez el municipio se adhiere a la asociación, se han de colocar unos carteles en las entradas identificándose como uno de Los Pueblos más Bonitos de España. El coste de estos carteles serán por cuenta del ayuntamiento, Desde la Asociación recibirán el diseño de los carteles y el ayuntamiento se encargará de realizarlos en la empresa que considere.
<b>Actos de Inauguración</b>	Cuando un pueblo pasa a ser miembro, se hace un acto de inauguración donde se desplaza al pueblo la directiva de la asociación y se convoca a la prensa. (pago único) 400€ + IVA

**Tabla 3.1. Presupuesto necesario para formar parte de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España.**

*Fuente: Tabla extraída del documento Proceso de adhesión a la asociación Los Pueblos más Bonitos de España apartado "Presupuesto" (2021).*

En su mayoría son gastos fijos y únicos. Fijos al tratarse de una cuantía invariable ante las características del pueblo; y únicos en cuanto a la periodicidad con la que se debe abonar la cuantía, debiendo hacerse sólo una vez y por lo tanto no volviendo a repetirse para el resto del proceso. La cuota anual, sin embargo, no forma parte de este grupo de gastos, ya que su coste, como bien indica su nombre, se realiza cada año y se considerará, dependiendo del número de habitantes que posea el municipio, semivariable o semifijo. Observando la tabla 3.2 se puede ver cómo varía dicho método de cobro según el volumen de la población del municipio perteneciente a la asociación. Si el número de habitantes es menor a 3.000, se aplicará un método de pago semivariable, en el que deben pagar un coste fijo de 1.000€ más un gasto variable de 1€ por cada habitante. En caso de que habiten más de 3.000 personas en el territorio, se aplican una serie de baremos que convierten este coste en semifijo, teniendo que pagar una cantidad de dinero permanente siempre y cuando la suma de la población no supere el límite establecido para esa escala.

Número total de habitantes	Desembolso anual
0 - 2.999	1.000€ + 1€/habitante
3.000 - 4.999	4.000€
5.000 - 9.999	4.500€
10.000 - 14.999	5.000€

**Tabla 3.2. Cuota anual de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España.**

*Fuente: Elaboración propia a partir de la página web oficial de la asociación Los Pueblos más bonitos de España (2021).*

### 3.4 IMPACTO DE LA MARCA DE CALIDAD EN LOS MUNICIPIOS

Los efectos a los que se hará mención pretenden cumplir con los fines de la Asociación: “fomentar, difundir y preservar el patrimonio cultural, natural y rural, sensibilización y educación hacia el respeto de los valores del patrimonio rural, fomento del turismo cultural, promoción de zonas geográficas con menor nivel de industrialización, reducción de desequilibrios territoriales y poblacionales, con respeto de la diversidad cultural de las distintas nacionalidades y sus correspondientes lenguas.” (Estatuto de La Asociación Los Pueblos Más Bonitos de España, 2021, Artículo 3).

Por un lado, está el impacto ocasionado por el pueblo miembro debido a los cambios realizados, necesarios para cumplir con una serie de compromisos de responsabilidad social adquiridos y asumidos tanto por la población del municipio o comuna como por los altos cargos, es decir, su ayuntamiento. Estos compromisos acordados con la asociación están marcados por el fomento a la conservación del patrimonio, el cuidado de las zonas públicas y la accesibilidad turística, además de otros criterios mínimos de calidad ya mencionados en el apartado 3.2. Es por ello que, como afirman Kastenholtz y Galán-Ladero (2009), la responsabilidad social permite conseguir el denominado “círculo virtuoso” donde las acciones de responsabilidad social mejoran el clima laboral y los empleados atienden mejor a los clientes. Estos últimos, se sienten más satisfechos y vinculados emocionalmente a la empresa (para nuestro caso el destino), incrementando sus compras, lo que repercute en unos mayores beneficios, que atraen el interés de los inversores, proveedores, distribuidores, etc. Además, es un concepto estrechamente relacionado con el turismo sostenible (Bramwell B. y Lane B, 1993; Middleton V. T. C. y Hawkins R., 1998), definido como aquel que “tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2021).

Por otro lado, la organización desempeña multitud de actuaciones para que los más de 100 pueblos pertenecientes a esta disfruten de las ventajas que otorga la marca de calidad para su territorio. Del mismo modo, parte de los impactos son propios del resultado de la obtención un sello de calidad, en los que, para cada uno, la asociación ha incorporado una serie de actuaciones. Una de las ventajas es el uso de la marca registrada “Los Pueblos más Bonitos de España” en los accesos al pueblo, mediante la colocación de un panel normalizado, en las actividades del municipio o comuna y en los comunicados por parte de las organizaciones sin ánimo de lucro de carácter ocioso del

lugar. Su uso por parte del pueblo da como resultado inmediato una mejora en cuanto a la imagen de este exhibida al exterior a nivel nacional e internacional<sup>1</sup>, algo que la asociación trabaja constantemente mediante una estrategia de promoción diversificada, basado en el uso de sus infraestructuras como son la página web oficial, su aplicación de Smartphone, las redes sociales y las diferentes acciones que decida emprender. De esta forma apoyan a los pueblos pertenecientes a la asociación en cuanto a la organización y promoción de fiestas, eventos y actividades culturales que pongan en valor su historia, patrimonio nacional y rural (Doncel, 2012).

Dichas infraestructuras proporcionadas son otra de las ventajas otorgadas por la organización, introduciéndolos en un sistema abierto en el que se encuentran en permanente interacción con el entorno. Para esta acción se destaca el apartado de comentarios de la página web oficial de la asociación, en el que los viajeros pueden opinar sobre los pueblos y conocer, a modo de feedback, en qué medida se está satisfaciendo a los visitantes, detectando además parte de sus expectativas y necesidades. Esta retroalimentación habida entre el municipio y el entorno no es más que un intercambio de información entre las decisiones tomadas por el municipio y los efectos que estas producen en el entorno, afectando sobre las decisiones futuras (Arnold y Osorio, citados en Vázquez et al., 2013). Es decir, la influencia del entorno afecta a la toma de decisiones por parte de los pueblos, pero esas mismas decisiones influyen en el comportamiento del entorno, de tal manera que ambos se influyen constantemente, volviéndose una cadena de intercambio de información (Vázquez et al., 2013).

Otra de las ventajas obtenidas de la asociación se basa en proporcionar un canal de comunicación y asesoramiento gratuito a los pueblos con el fin de mejorar y conservar su tradición y patrimonio (Los Pueblos más Bonitos de España, 2021). De este modo la organización prepara al municipio o comuna en pos de la mejora continua, orientada hacia materias como la sensibilización, gestión y preservación del patrimonio, así como el fomento del uso de sistemas de control por parte del pueblo. Del mismo modo la asociación realiza sobre los miembros un control regular sobre los criterios de admisión y el modo de utilización que se esté dando sobre la marca, pudiendo ser desclasificados y expulsados aquellos que no mantengan o descuiden su propio patrimonio cultural. Además, la asociación ayuda a los pueblos en cuanto a la gestión de ayudas públicas, apoyo y reconocimiento de la Unión Europea, Estado y de las Comunidades Autónomas (Los Pueblos más Bonitos de España, 2021).

Por último, este conjunto de cambios tienen como beneficio a medio y largo plazo el desarrollo socio-económico del pueblo, hecho confirmado por los propios alcaldes de algunas de las localidades adheridas a la Asociación, que “reconocieron el valor de la agrupación y constataron el crecimiento en la afluencia turística en sus pueblos desde su unión a la red, en una media de entre un 30% y un 50%” (Europapress, 2017). Dicho desarrollo, al igual que en el turismo sostenible, se basa en “asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y contribuyendo a la reducción de la pobreza” (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2021).

---

<sup>1</sup> Refiriéndonos a los países pertenecientes a la Federación Internacional de Los Pueblos más Bonitos del Mundo.

## CAPÍTULO 4: LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA

### 4.1 PRIMEROS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA

La marca Los Pueblos más Bonitos de España, como ya se mencionó, se mostró por primera vez al mercado de manera oficial en FITUR (Feria Internacional del Turismo) por el año 2013, presentando por aquel entonces los primeros 14 pueblos adheridos, siendo tres de ellos andaluces (2 almerienses y 1 granadino). Diez años después de la fundación de la asociación (2011), estos pueblos continúan portando la marca (tabla 4.1.), sirviéndonos de muestra para el estudio de su evolución demográfica y turística, obteniendo a partir de este una conclusión global respecto a algunos de los beneficios de portar su marca.

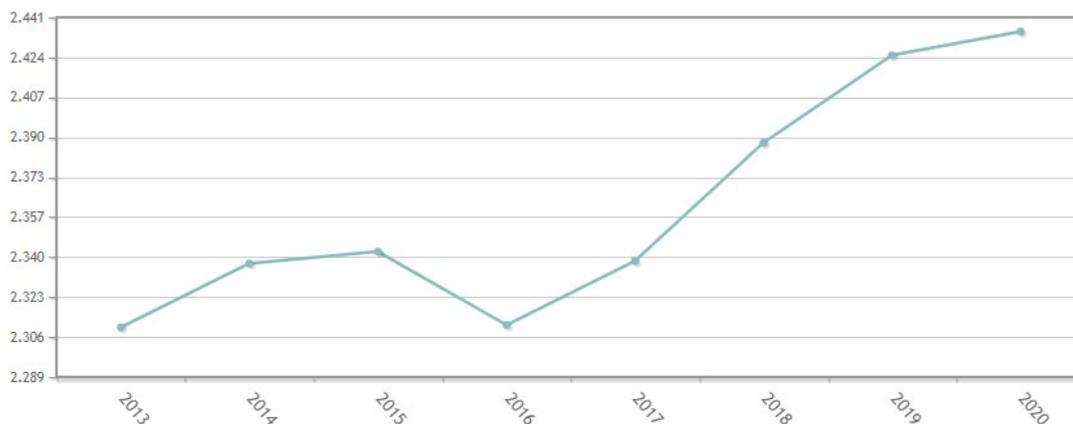
Comunidad autónoma	Provincia	Municipios
Aragón	Teruel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calaceite</li> <li>• Rubielos de Mora</li> <li>• Puertomingalvo</li> <li>• Valderrobres</li> <li>• Albarracín</li> </ul>
Castilla y León	Segovia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayllón</li> <li>• Maderuelo</li> </ul>
	Soria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medinaceli</li> </ul>
Andalucía	Almería	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lucainena de las Torres</li> <li>• Mojácar</li> </ul>
	Granada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pampaneira</li> </ul>
Comunidad Valenciana	Castellón	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Morella</li> </ul>
Comunidad Autónoma de Cantabria	Cantabria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Santillana del Mar</li> </ul>
Castilla La Mancha	Guadalajara	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valverde de los Arroyos</li> </ul>

**Tabla 4.1. Listado de los primeros pueblos pertenecientes a la asociación Los Pueblos más Bonitos de España.**

Fuente: Elaboración propia a partir de *Los Pueblos Más Bonitos de España*, 2013.

Respecto al tamaño de los municipios en términos demográficos, la mayoría se caracterizan por ser pueblos de unos mil habitantes o menos, descartando los casos de Mojácar, Morella, Santillana del mar y Valderrobres, cuya población asciende en 2020 a 6.778, 2.416, 4.229 y 2.435 habitantes respectivamente. En cuanto a su evolución, desde la obtención de la membresía, se ha observado que, para cada pueblo, su demografía ha disminuido con respecto a 2013, exceptuando el caso de Valderrobres

como uno de los pocos municipios cuya tasa demográfica ha aumentado casi para cada año de manera continua y destacable, como se puede ver en la gráfica 4.1, pasando de 2.310 a 2.435 habitantes («Instituto Nacional de Estadística (INE)», 2021). Por lo tanto, la adhesión a asociación en general no ha supuesto en el pueblo una recuperación en su demografía.



**Gráfica 4.1. Evolución anual de la población en Valderrobres.**

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021*

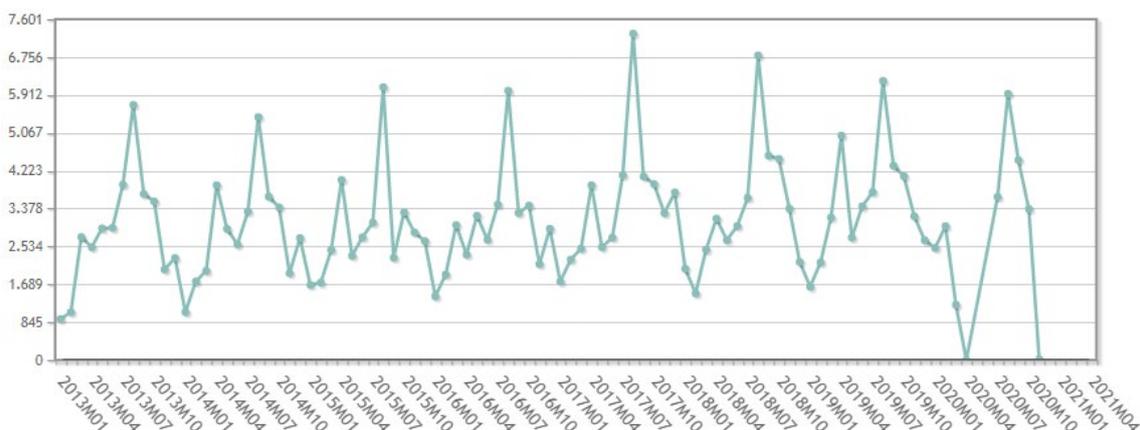
En cuanto al turismo y su evolución en estos pueblos, destaca un mantenimiento en los índices de visitas y pernoctaciones a lo largo de los años para aquellos de los que el Instituto Nacional de Estadística posee información. Igualmente, para este apartado se debe destacar el caso de Albarracín como uno de los municipios cuyo número de turistas nacionales, a diferencia del resto y como se muestra en la gráfica 4.2, ha aumentado en términos generales, pasando de 5.690 a unos 6.386<sup>2</sup> turistas de media para el mes de agosto, siendo este el pico de la temporada alta; y de 1.000 a 1.600<sup>3</sup> para el mes de enero en representación de la temporada baja. En el caso de los turistas internacionales, gráfica 4.3, sus visitas han pasado de 45 a más de 95<sup>4</sup> de media para noviembre, peor mes de la temporada baja; y de 646 a 873<sup>5</sup> para los meses de septiembre, pico de la temporada alta. En conclusión, se trata de unos datos divergentes en cuanto a estacionalidad para cada tipo de turista, en donde el nacional viaja en los meses de verano (julio, agosto y septiembre); mientras el extranjero visita el pueblo durante los meses de abril a octubre, reduciendo la estacionalidad («Instituto Nacional de Estadística (INE)», 2021).

<sup>2</sup> Cifra calculada a partir de los últimos 6 años.

<sup>3</sup> Cifra calculada a partir de los últimos 5 años, descartando el año 2020 debido al Covid19 que obligó a mantener el turismo paralizado.

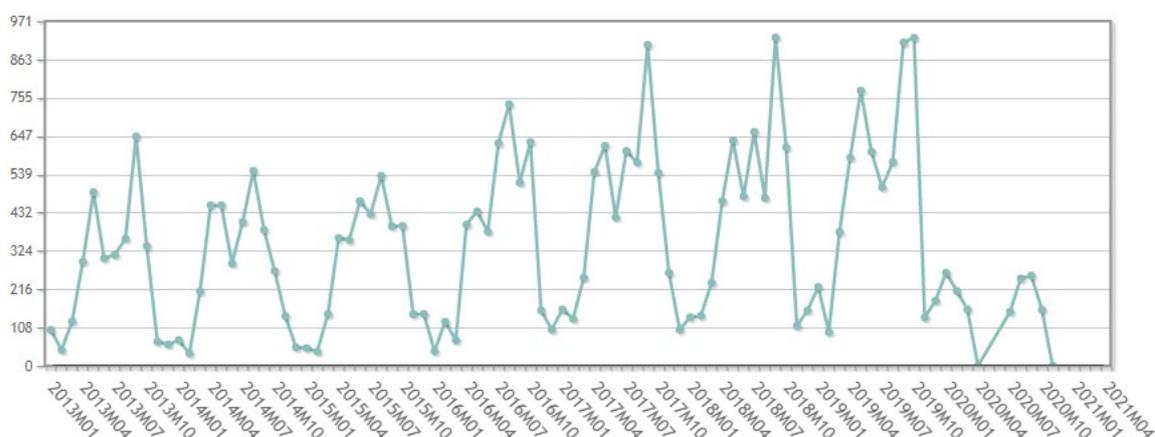
<sup>4</sup> Cálculo realizado a partir de los últimos 5 años.

<sup>5</sup> Cálculo realizado a partir de los últimos 4 años, descartando el año 2020 debido al Covid19 que obligó a mantener el turismo paralizado.



**Gráfica 4.2. Evolución mensual del número de turistas nacionales alojados en hoteles de Albarracín.**

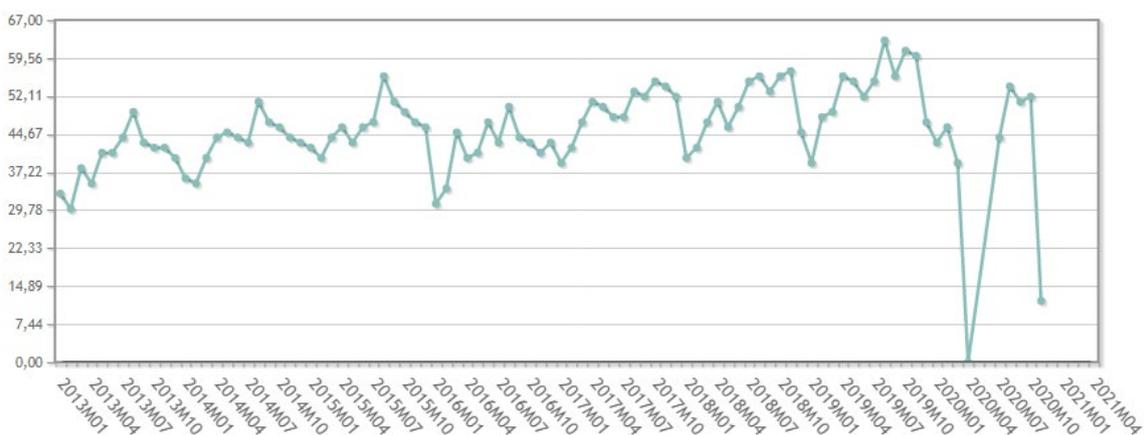
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021



**Gráfica 4.3. Evolución mensual del número de turistas internacionales alojados en hoteles de Albarracín.**

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021

Por último, en términos de empleo hasta la fecha, el número de establecimientos de alojamiento ha aumentado de 22 a 26, creciendo por lo tanto el número de trabajadores para este tipo de negocio, representados en la gráfica 4.4, donde se atisba una leve estacionalidad en comparación con los gráficos anteriores («Instituto Nacional de Estadística (INE)», 2021). Este dato se encuentra directamente relacionado con el incremento del número de turistas nacionales e internacionales, tanto en temporada alta como baja, considerando efectiva la promoción realizada por parte de la asociación para el pueblo.



**Gráfica 4.4. Evolución mensual del número de personal empleado en alojamientos hoteleros, Albarracín.**

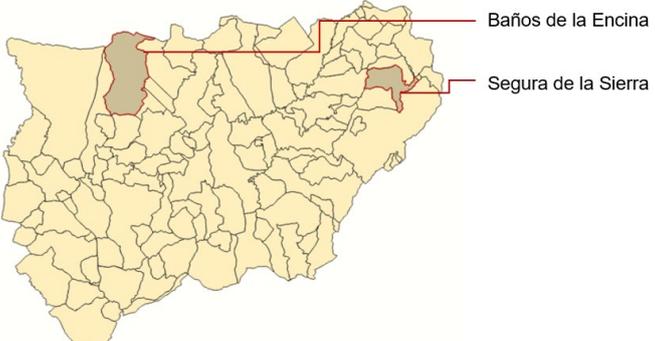
*Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021*

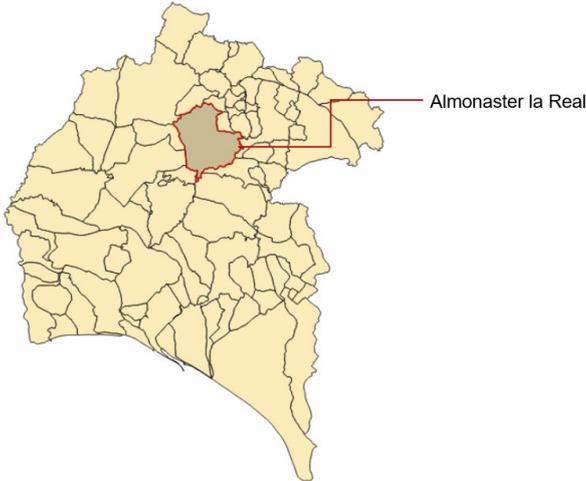
En conclusión, la mejora de los municipios no ha ido acompañada, por lo general, con una evolución positiva del turismo o de su demografía. Pero existen ciertos casos, representados en el ejemplo de Albarracín, en el que dicha mejora sí ha supuesto un aumento en el turismo tanto nacional como internacional, una cierta reducción de la estacionalidad, así como un aumento del empleo. En cuanto a la evolución demográfica se puede afirmar que la adhesión a la marca de calidad no tiene por qué suponer en el municipio una variación de esta, aunque existen una minoría de municipios, como Valderrobres, en el que su población ha aumentado en comparación a su año de adhesión (de 2.310 a 2.435 habitantes). Para la mayoría restante no evitaría que se produzca el efecto “España vacía”, aunque sí evitará ser una localidad desconocida gracias al trabajo de promoción que realiza la asociación Los Pueblos más Bonitos de España, pudiendo aumentar el número de turistas tanto nacional como internacional.

## 4.2 LOS PUEBLOS ANDALUCES MÁS BONITOS DE ESPAÑA.

Andalucía cuenta con 17 pueblos que desde 2013 han ido obteniendo la marca “Los Pueblos más Bonitos de España”. Estos se encuentran señalados en una serie de mapas provinciales recogidos en la tabla 4.2., los cuales están ordenados de este a oeste.

En este análisis, y a diferencia del anterior, cada municipio cuenta con distintos años de adhesión. Destacan por ejemplo los casos de Lucainena de las Torres, Mojácar y Pampaneira como los primeros pueblos andaluces en formar parte de la asociación (2013), formando parte del análisis sobre los primeros pueblos “más bonitos de España”. Por otra parte, están los pueblos de Baños de la Encina y Genalguacil como últimos integrantes (2021) para los que aún no se tienen datos históricos sobre su evolución tras la membresía.

Provincia	Municipios	Localización
Almería	- Mojácar - Lucainena de las Torres - Níjar	
Granada	- Capileira - Pampaneira - Bubión	
Jaén	- Baños de la Encina - Segura de la Sierra	
Córdoba	- Zuheros	

<p>Málaga</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Frigiliana</li> <li>- Genalguacil</li> </ul>	
<p>Cádiz</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Setenil de las Bodegas</li> <li>- Zahara de la Sierra</li> <li>- Grazalema</li> <li>- Castellar de la Frontera</li> <li>- Vejer de la Frontera</li> </ul>	
<p>Huelva</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Almonaster la Real</li> </ul>	

**Tabla 4.2. Listado de los pueblos pertenecientes a la asociación Los Pueblos más Bonitos de España para cada provincia de Andalucía.**

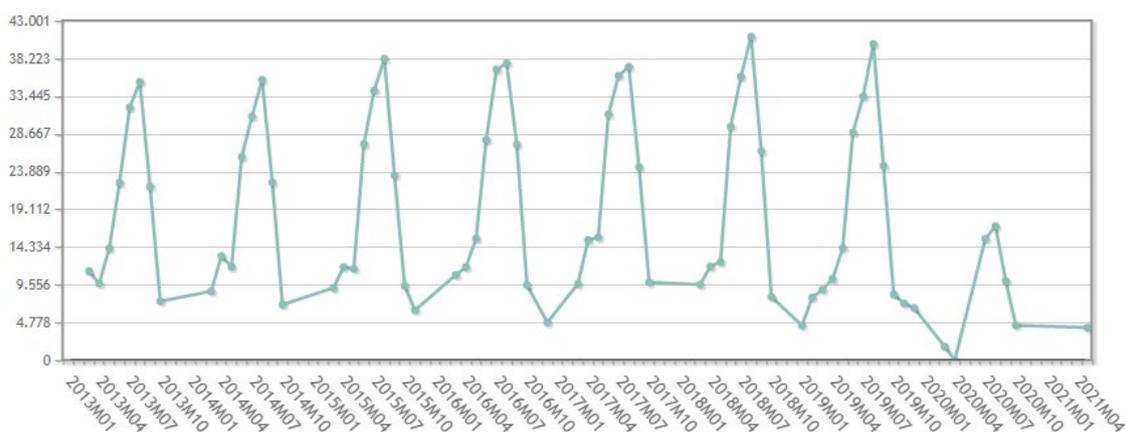
*Fuente: Elaboración propia a partir de Los Pueblos más Bonitos de España, 2021.*

En cuanto al tamaño demográfico para los municipios andaluces, podemos destacar tres grupos: el primero de ellos, protagonizado por 6 pueblos, son los que tienen menos de mil habitantes; el segundo grupo lo componen 8 municipios, los cuales cuentan con entre 1.500 y 3.000 habitantes; por último, el tercer grupo compuesto por los 3 pueblos restantes, están formados por aquellos que superan los 3.000 habitantes, de los que se hará mención de manera individual, pues entre ellos la diferencia de población es notable. Por lo tanto, este tercer grupo lo componen Mojácar, con 6.778 habitantes en 2020, Vejer de la Frontera, con actualmente 12.622 habitantes, y Níjar, destacado por ser el único pueblo que aun superando los 15.000 habitantes (31.666 para datos de 2020) ha podido formar parte de la asociación, siendo esta la única excepción habida desde la creación de Los Pueblos más Bonitos de España hasta la fecha. Estos datos, a diferencia de los correspondientes a los primeros municipios de España en formar

parte de la organización, se encuentran repartidos de manera más equitativa entre los dos primeros grupos enumerados, sin llegar a destacar de forma notable alguno de ellos.

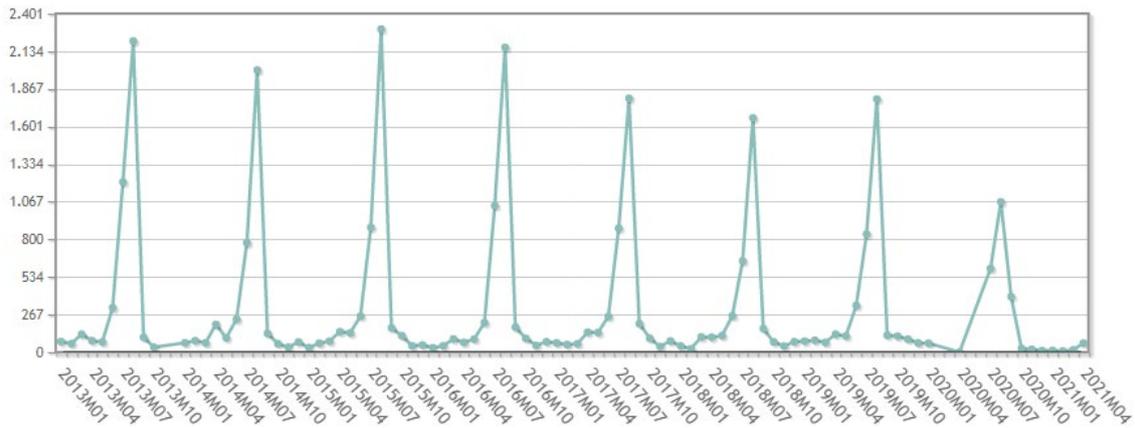
Debido al reducido tamaño de estos municipios, será más complicado encontrar datos históricos sobre su evolución turística, pues en el INE no poseen dichos datos. Es por ello que únicamente se puede conocer para los municipios información actual facilitada por las fichas del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA) (2021), perteneciente al Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. De las fichas de los pueblos estudiados se sabe que, para la mayoría, su actividad principal, entendiéndose como aquella para la que hay un mayor número de establecimientos, es la reparación de motores seguido de la hostelería, sucediendo en pocos casos de forma viceversa. Por otra parte, para los municipios de los que se disponen datos históricos respecto a su turismo, provenientes del Instituto Nacional de Estadística (INE) (2021), y de los que se realizará un análisis más profundo, están únicamente los casos de Mojácar y Níjar. En el caso de Níjar se debe tener en cuenta que debido a su incorporación relativamente reciente (2019) no es posible realizar un estudio tan intenso, destacando de ella los datos más relevantes.

El municipio de Mojácar, perteneciente a la provincia de Almería, forma parte como miembro de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España desde 2013, siendo uno de los primeros de España en participar. Cuenta en total, para los últimos 7 años y sin tener en cuenta los efectos de la pandemia, con una media de 39.799 visitantes nacionales para el mes de agosto en representación del pico de la temporada alta, y de 5.719 en los picos de temporada baja repartidos entre los meses de octubre y marzo. Por lo tanto, su turista nacional se caracteriza por realizar visitas en fechas claves como son los meses de julio y en mayor medida agosto, donde se acumula la demanda vertiginosamente para ambos tipos de alojamiento, destacando la preferencia hotelera por encima de los campings. La fuerte estacionalidad creada se puede ver en las gráficas 4.6 y 4.7, donde se aprecia que, en el caso de los hoteles, ha existido un crecimiento sutil en cuanto al número de turistas que visitan el municipio en la temporada alta de verano (Julio, agosto y septiembre), teniendo un efecto contrario en los campings, donde su demanda se ve reducida casi para cada año.



**Gráfica 4.6. Evolución mensual del número de turistas nacionales alojados en hoteles de Mojácar 2013-2021.**

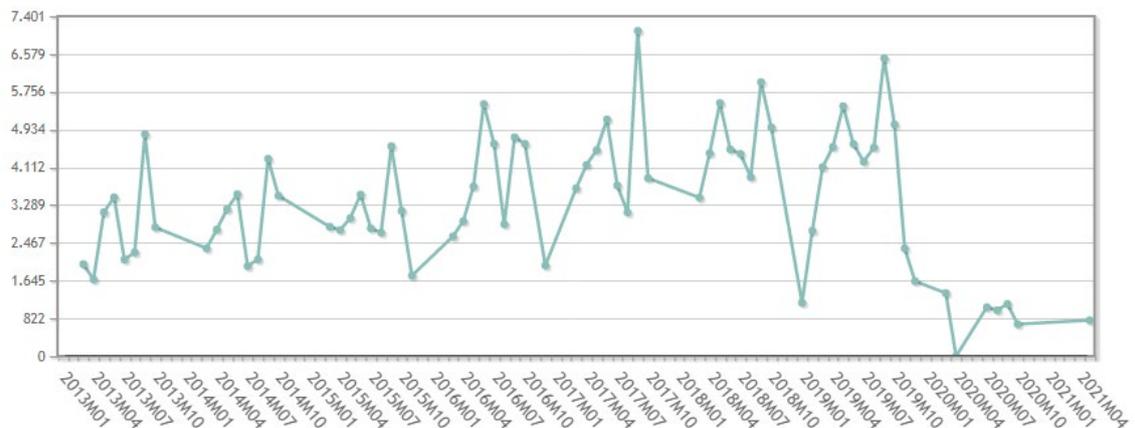
*Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021*



**Gráfica 4.7. Evolución mensual del número de turistas nacionales alojados en campings de Mojácar.**

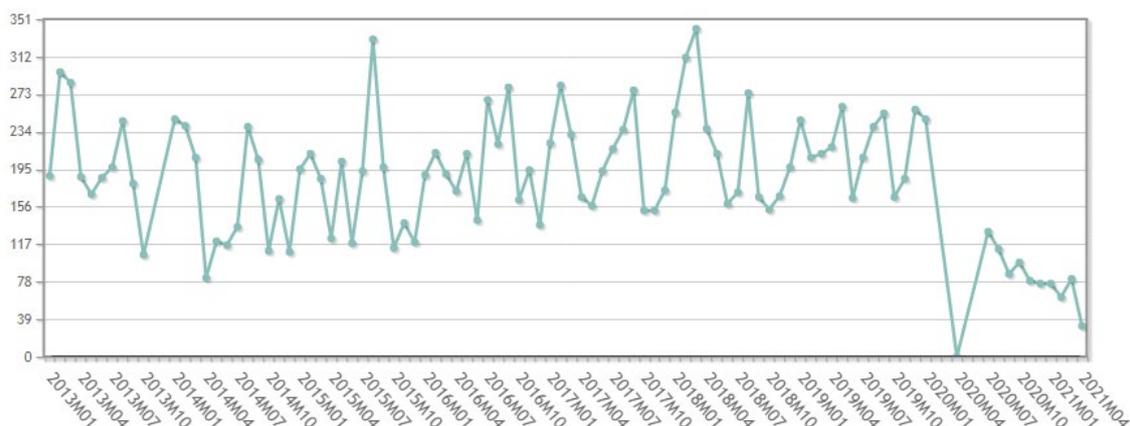
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021

En el caso de los turistas extranjeros su temporada alta asciende a una media de 5.532, siendo la temporada baja de 2.157 visitantes de media correspondientes a distintos meses para cada año, presentando una estacionalidad repartida a lo largo del año, donde los picos de demanda se encuentran en los meses de junio y septiembre para los hoteleros y abril, junio, octubre y diciembre para los campings. De estos datos se aprecia una gran diferencia entre los turistas que prefieren cada tipo de alojamiento, siendo el hotel la opción más escogida para su visita. Igualmente, de la información obtenida se atisba un aumento anual generalizado para ambos tipos de alojamiento, siendo este crecimiento más regular en los campings desde 2016. Esta afirmación puede estar relacionada con la implicación que ha tenido la organización en la promoción del municipio, impulsando su turismo, gráfico 4.8 y 4.9.



**Gráfica 4.8. Evolución mensual del número de turistas internacionales alojados en hoteles de Mojácar.**

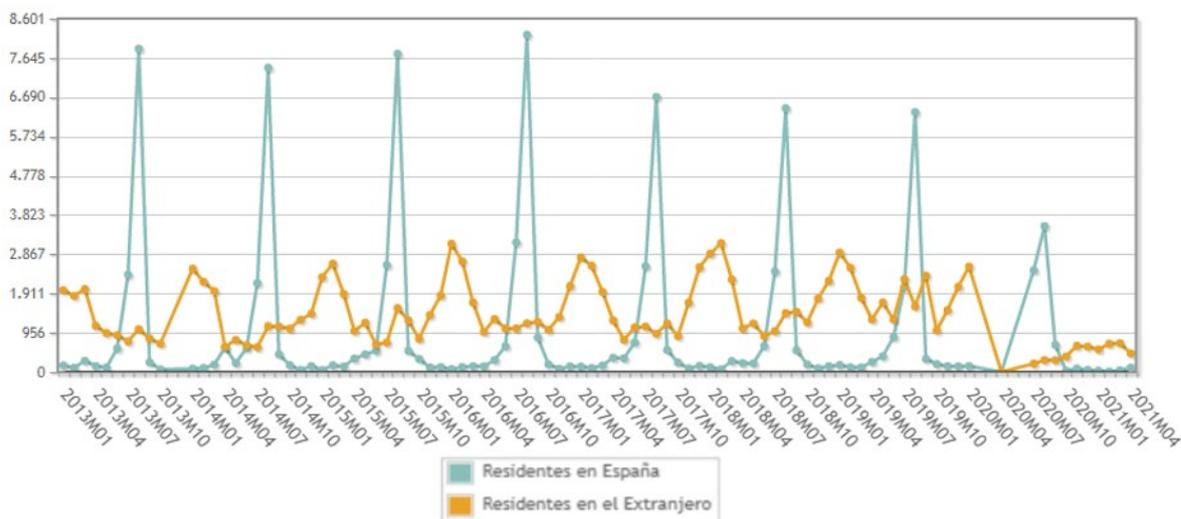
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021



**Gráfica 4.9. Evolución mensual del número de turistas internacionales alojados en campings de Mojácar.**

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021

Finalmente cabe destacar para este pueblo que la suma de las pernoctaciones para las diferentes fechas de temporada alta y baja de cada turista, cuantías cuya evolución ha sido idéntica a la del número de visitantes, da como resultado un aplanamiento sutil de la estacionalidad general, siendo los campings los casos donde más se aprecia este efecto, como se puede ver en la gráfica 4.10, haciendo del turismo una actividad más atractiva y rentable para la localidad. Prueba de ello es la variación del personal empleado para los establecimientos hoteleros, donde los 735 empleados en temporada alta pasan a ser 854 de media para los últimos 6 años sin contar con 2020. Por último, se debe matizar que para este tipo de destinos la ocupación de plazas alojativas se concentra durante los fines de semanas, rebasando la ocupación media mensual para prácticamente todo el año.

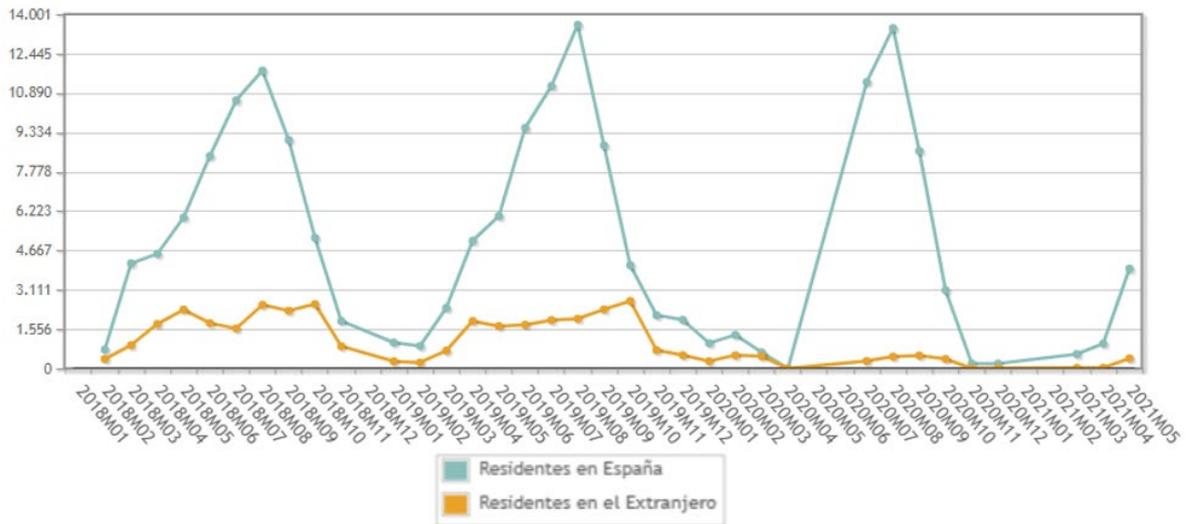


**Gráfica 4.10. Evolución mensual de pernoctaciones de turistas nacionales e internacionales alojados en campings de Mojácar.**

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021

El municipio de Níjar, Almería, forma parte de las últimas incorporaciones andaluzas de la asociación, uniéndose en 2019. De ella se conocen datos únicamente de los alojamientos hoteleros (gráfica 4.11), en los que el número de viajeros nacionales ha aumentado de 11.774 a 13.515 de media para el mes de agosto de los años 2019 y 2020, por lo que la pandemia para ese año no ha supuesto una variación en el turismo

nacional, algo insólito respecto al resto de municipios. Para la temporada baja se manejan datos de 748 turistas en 2018, fecha anterior a la membresía, y de 891 a 1.001 para los meses de enero-febrero de 2019 y 2020 respectivamente, donde para las fechas correspondientes al año 2020 apenas se percibía la pandemia en nuestro país. En el caso de los turistas extranjeros sus visitas se acumulan de manera relativamente equitativa durante toda la temporada alta del turista nacional, destacando el comienzo y final de esta como los meses álgidos de visitantes extranjeros, correspondiendo a los meses abril o mayo y octubre, a veces también en agosto. Todo ello no evita la estacionalidad existente provocada por el turista nacional.



**Gráfica 4.11. Evolución mensual del número de turistas internacionales alojados en hoteles de Níjar.**

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021*

En conclusión, se puede afirmar que la asociación Los Pueblos más Bonitos de España ha supuesto una ayuda en cuanto a la evolución del turismo a nivel internacional más que a nivel nacional para parte de los municipios de Andalucía, siendo de ejemplo los pueblos de Mojácar y Níjar, y creando empleo en alguno de ellos. Para el resto de municipios andaluces pertenecientes a la asociación, se ha confirmado que no en todos se llega a atisbar una evolución demográfica, pudiendo justificarse por su reciente incorporación como miembros de la asociación.

## CAPÍTULO 5: PROPUESTA DE PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA EN LA PROVINCIA DE SEVILLA

### 5.1 APLICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE LA ASOCIACIÓN EN LA PROVINCIA DE SEVILLA

Como ya se dijo, la Carta de Calidad (anexo I) establece una serie de artículos en los que se especifican los criterios que deben cumplir los municipios para poder obtener y usar la marca “Los Pueblos más Bonitos de España”. Dos de ellos son: no superar los 15.000 habitantes, y poseer un patrimonio arquitectónico o natural certificado. Así, cumplir ambos es necesario para poder participar en el proceso de adhesión, haciendo imprescindible su estudio previo a la propuesta de los municipios.

#### 5.1.1 Criterio demográfico.

La provincia de Sevilla se divide en 106 municipios, sumando en conjunto una población total de 1.946.452 habitantes a 1 de enero de 2021 (datos provisionales obtenidos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2021), concentrándose gran parte de esta en su capital y alrededores. Para una población próxima o superior a 14.000 habitantes por municipio, cantidad cercana al límite impuesto por la asociación, se observa un alto volumen demográfico en aquellos municipios pertenecientes al valle del Guadalquivir y el comienzo de la cordillera bética (imagen 5.1).

Por otra parte, las zonas más despobladas se encuentran en aquellos municipios limítrofes de la provincia, coincidiendo en aspectos generales con los territorios más montañosos de Sevilla. Destacamos la zona norte y oeste, por un lado, y sureste por otro, territorios pertenecientes a las comarcas de Sierra Norte, Aljarafe y Sierra Sur.

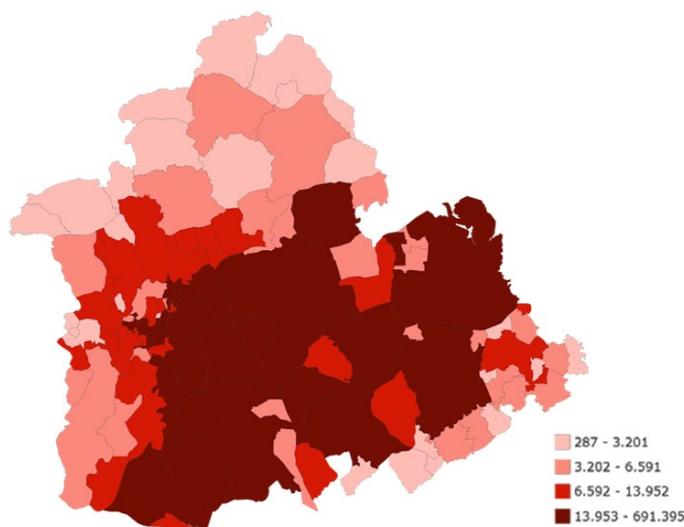
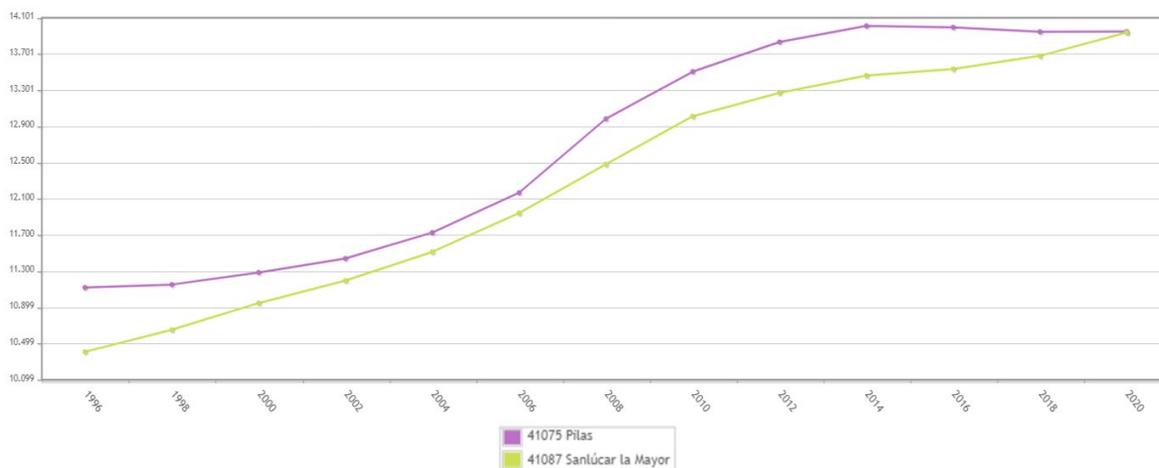


Imagen 5.1. Población total por municipios en la provincia de Sevilla.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021.

El criterio para formar parte de la organización consta de no superar los 15.000 habitantes, pero para este análisis se ha reducido la cuantía demográfica máxima a 13.953. Con ello se pretende eliminar del estudio aquellos pueblos que se encuentren cerca del máximo exigido. Estos pueblos son Pilas y Sanlúcar la Mayor, representados en la gráfica 5.1, donde se puede observar el crecimiento anual para cada uno. Debido a su evolución creciente, aunque en ocasiones pausada, no van a formar parte del

estudio ya que, en caso de continuar a este ritmo, se espera para dentro de pocos años que superen los 15.000 habitantes.



**Gráfica 5.1. Evolución de la población de Pilas y Sanlúcar la Mayor.**

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2021*

Respecto a este primer filtro para los pueblos de la provincia de Sevilla concluimos afirmando que en total son 24 los municipios que superan oficialmente los 15.000 habitantes. Si a ello se le suman los dos pueblos anteriormente descartados, dan un total de 26 municipios que no podrían formar parte de la asociación, reduciendo la posibilidad a 80 localidades pertenecientes en su mayoría y como mencionamos en un principio a las comarcas de Sierra Norte, Aljarafe y Sierra Sur.

### 5.1.2 Criterios de patrimonio natural e histórico para las comarcas Sierra Norte, Aljarafe y Sierra Sur.

Conocer el patrimonio natural e histórico local es esencial para la marca de destino estudiada, siendo la posesión de alguno de ellos la segunda norma presente en su Carta de Calidad. Con ello la asociación se asegura de que existe una oferta cultural atractiva para el turista que al mismo tiempo sirve como apoyo histórico y cultural y como forma de destacar la belleza del lugar.

#### - Sierra Norte:

Los 18 municipios que la forman están ubicados en Sierra Morena, territorio certificado por la UNESCO como la Reserva y Destino Turístico *Starlight* más grande del mundo. Del total de municipios, 10 de ellos pertenecen al Parque Natural Sierra Norte, Reserva de la Biosfera "Las Dehesas de la Sierra Morena" de la UNESCO y Geoparque Mundial («La Sierra Norte de Sevilla», 2021). Además, forma parte del Inventario de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía desde 1989; Reserva de la Biosfera Dehesas de Sierra Morena, junto con otros espacios naturales; Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA); Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS); Lista de Lugares de Importancia Comunitaria (LIC) y Zona Especial de Conservación (ZEC) (Junta de Andalucía - Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, 2021a). Todo ello se justifica con su extensión, siendo el parque natural de mayor tamaño en la provincia, en el que encontramos múltiples Monumentos Naturales ubicados en su interior, como son la Cascada del Huesna; el Monumento Natural Cerro del Hierro y las Huellas Fósiles de Medusas de Constantina. Del mismo modo, el territorio cuenta con multitud de atractivos como la Vía Verde de la Sierra Norte, el jardín botánico El Robledo o la denominada "playa artificial" de San Nicolás del Puerto entre

otros, donde poder realizar actividades ociosas de todo tipo, además de reunir una flora y fauna única (Junta de Andalucía - Espacios Naturales de Andalucía, 2021a). En conclusión, la comarca Sierra Norte posee un gran atractivo natural actualmente protegido y dirigido al turismo.

En cuanto a su pasado, existen atisbos de ocupación que se remontan a la Prehistoria, donde se encuentran múltiples hallazgos de la época del Paleolítico y Neolítico, pasando por la dominación romana y árabe, y terminando con una reconquista cristiana ya en tiempos de la Edad Media (Junta de Andalucía, s. f.). Todo ello se encuentra reflejado en sus 98 yacimientos de patrimonio arqueológico, según el Sistema de Información del Patrimonio Histórico de Andalucía (citado en Plan de Desarrollo Sostenible Del Parque Natural Sierra Norte (Sevilla), 2003), que constan de: numerosos dólmenes, restos encontrados en cuevas, cerámicas, utensilios metalúrgicos, villas romanas y los métodos de uso de la fuerza del agua para mover los molinos hidráulicos.

La prolongada ocupación histórica de este territorio se debe a su ubicación estratégica, sirviendo de enlace de comunicación entre el valle del Guadalquivir, la Baja Extremadura y su cercanía a la frontera portuguesa. Los flujos culturales del norte, transmitidos por las vías de comunicación entre el occidente de Andalucía y Castilla, provocaron el asentamiento y desarrollo de sus núcleos de población, formando una región con un importante patrimonio cultural, así como histórico y artístico (Consejería de Medio Ambiente - Junta de Andalucía, 2003). Es por ello que el territorio posee una riqueza histórica y cultural reflejada en la tabla 5.1, donde 33 elementos, uno de ellos en trámite, conforman la lista de Bienes de Interés Cultural esparcidos por 13 de sus municipios (Junta de Andalucía - Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz, 2021).

Como se observa, en su mayoría son monumentos, con la excepción de dos elementos no clasificados, es decir, que aparecen en la suma total de elementos del Catálogo General Del Patrimonio Histórico Andaluz, pero no en alguna de las categorías específicas; y tres conjuntos históricos pertenecientes a los núcleos de Constantina, Guadalcanal y Cazalla de la Sierra, que igualmente destacan en dicho orden por poseer un mayor número de monumentos protegidos.

<b>Pueblo</b>	<b>Monumento</b>	<b>Conjunto Histórico</b>	<b>No clasificado</b>	<b>Total</b>
Aznalcollar	3	-	-	3
Guillena	2	-	-	2
La Puebla de los Infantes	1	-	-	1
Navas de la Concepción	1	-	-	1
Castillo de las Guardas	1	-	-	1
Gerena	2	-	-	2
Guadalcanal	6*	1	1	8
Alanís	2	-	-	2
Cazalla de la Sierra	4	1	-	5

Constantina	6	1	-	7
El Pedroso	1	-	-	1
Almadén de la Plata	2	-	1	3
El Real de la Jara	2	-	-	2
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>33</b>

\*Estado administrativo para 1 de ellos: incoado

**Tabla 5.1. Lista de Bienes de Interés Cultural de la comarca Sierra Norte.**

*Fuente: Elaboración propia a partir del Catálogo General Del Patrimonio Histórico Andaluz - Junta de Andalucía, 2021.*

Del mismo modo, se puede encontrar en la comarca de Sierra Norte una serie de elementos inmateriales no protegidos que acompañan a los anteriormente mencionados, siendo estos de ámbitos muy diversos como son los oficios y saberes, los rituales festivos, modos de expresión y sistemas culinarios. En total son 67 los bienes inmateriales recogidos en la Guía Digital IAPH (2021) que se reparten (tabla 5.2) a lo largo de 10 de los 18 municipios que conforman el territorio.

De esta tabla destacan, en cuanto a la suma total de patrimonio inmaterial recogido, los pueblos de Constantina, La Puebla de los Infantes y Guadalcanal. Si hablamos de oficios y saberes o de modos de expresión, Constantina y La Puebla de los Infantes siguen siendo referentes, junto a Alanís para la primera de las categorías mencionadas, mientras que Guadalcanal destaca por sus numerosos rituales festivos sobre el resto de localidades. Finalmente, los municipios con un mayor número de técnicas culinarias recogidas en esta lista son Almadén de la Plata y Constantina.

<b>Pueblos</b>	<b>Oficios y saberes</b>	<b>Rituales festivos</b>	<b>Modos de expresión</b>	<b>Sistemas culinarios</b>	<b>Total</b>
Constantina	8	2	3	3	16
La Puebla de los Infantes	5	3	4	1	13
Guadalcanal	4	5	1	1	11
Almadén de la Plata	3	1	1	4	9
Alanís	7	-	1	-	8
San Nicolás del Puerto	1	2	2	1	6
Cazalla de la Sierra	4	1	-	-	5
El Real de la Jara	3	1	-	1	5
Las Navas de la Concepción	3	-	-	-	3

El Pedroso	1	-	-	-	1
------------	---	---	---	---	---

**Tabla 5.2. Lista de patrimonio inmaterial de la comarca Sierra Norte.**

*Fuente: Elaboración propia a partir de Guía Digital IAPH (2021)*

En conclusión, esta comarca presenta una base excelente sobre la que poder desarrollar la marca Los Pueblos más Bonitos de España, siendo actualmente el destino turístico rural por excelencia de la provincia de Sevilla al poseer el Parque Natural Sierra Norte como principal atractivo. Dentro de la comarca destacan los pueblos de Guadalcanal, Constantina, y Cazalla de la Sierra, siendo en ese orden los que mayor número de Bienes de Interés Cultural poseen. Estos dos primeros también destacan en número de patrimonio inmaterial recogidos en la Guía Digital del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico (2021), así como la diversidad de estos, mientras que Cazalla de la Sierra, aunque igualmente posea patrimonio inmaterial, no llega a destacar en este ámbito sobre el resto de pueblos.

#### **- Aljarafe:**

Al oeste de la provincia se encuentra la comarca de Aljarafe, formada por 24 municipios de los cuales 8 superan o se acercan al límite de 15.000 habitantes, como es para el segundo caso Sanlúcar la Mayor y Pilas, quedando descartados para la descripción del territorio que se realizará a continuación.

Respecto al patrimonio natural, la comarca posee parte del Corredor verde del Guadiamar, el cual se divide en tres partes, la primera al norte correspondiente al territorio de la Sierra Norte, la segunda al sur en la marisma y la tercera en el centro, correspondiendo a la comarca de Aljarafe, concretamente a los municipios de Benacazón, Huelva, Olivares y Sanlúcar la Mayor esta comarca. Este corredor ecológico ha sido declarado como Lugar de Importancia Comunitaria (LIC) y Zona Especial de Conservación (ZEC) en 2015; se encuentra incluido en el Inventario de Humedales de Andalucía (IHA) y en el Inventario Español de Zonas Húmedas (IEZH) («Junta de Andalucía - Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible», 2021b). Además, se caracteriza por ser un espacio con un elevado interés científico y didáctico, siendo esa una de sus principales señas de identidad dentro de la Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía (RENPA). Por último, señalar que la figura de protección Paisaje Protegido fue creada expresamente para este espacio andaluz debido a la importancia ecológica basada en hacer de enlace natural entre Sierra Morena y Doñana, permitiendo la comunicación y mejora genética entre las poblaciones de las especies que residen en estos dos territorios (Junta de Andalucía - Espacios Naturales de Andalucía, 2021b).

Si se habla de su pasado histórico, información obtenida de la Consejería de Turismo y Deporte (Junta de Andalucía, 2021), este se llega a remontar a tiempos prehistóricos en algunos de los pueblos, pero lo cierto es que, en general, esta comarca comenzó a surgir y desarrollarse durante la ocupación romana y musulmana, donde empezaron a adquirir importancia. Prueba de ello son los vestigios encontrados tanto en objetos como en construcciones, y herencias presentes en diversas formas, desde la gastronomía hasta su propio nombre. Ejemplo de ello son los municipios como Santiponce, donde se encuentra el Conjunto Arqueológico de Itálica, o pueblos como Benacazón o Huévar del Aljarafe, cuyos nombres surgieron a partir de la ocupación árabe. La reconquista cristiana también supuso para la comarca la creación de nuevos asentamientos y el desarrollo de otros ya existentes, siendo el mayor legado que a día de hoy perdura en sus calles mediante edificios históricos y otros bienes, algunos de ellos inscritos en el registro de Bienes de Interés Cultural, sumando un total de 21. Podemos ver como se reparten por 10 de sus municipios en la tabla 5.3.

En dicho reparto, en el que se diferencian 4 tipos de elementos patrimoniales, no llega a destacar excesivamente ninguno de los pueblos, pues para cada elemento cada pueblo aporta entre ninguno y un Bien de Interés Cultural. Como excepción se encuentra el pueblo de Olivares, que además de poseer una mayor cuantía de patrimonio inmueble (4), es la única que goza de 3 conjuntos históricos, siendo la mayor cantidad de Bienes de Interés Cultural acumulado en un pueblo de esta comarca para un mismo elemento. Por otra parte, si debemos mencionar otros dos pueblos destacables de esta comarca en cuanto a la suma de patrimonio inmueble que poseen, estos serían Castilleja de Guzmán y Palomares del Río, cuya suma para cada uno da un total de 3 elementos repartidos entre diferentes categorías.

<b>Pueblos</b>	<b>Monumento</b>	<b>Conjunto histórico</b>	<b>Zona arqueológica</b>	<b>Otros</b>
Bollullos de la Mitación	2	-	-	-
Albaida del Aljarafe	1	-	-	-
Benacazón	1	-	-	1
Castilleja de Guzmán	2	-	1	-
Olivares	1	3	-	-
Palomares del Río	1	-	1	1
Santiponce	1	-	1	-
Umbrete	1	-	-	-
Valencina de la Concepción	1	-	1	-
Villanueva del Ariscal	1	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>

**Tabla 5.3. Lista de Bienes de Interés Cultural de la comarca de Aljarafe.**

*Fuente: Elaboración propia a partir del Catálogo General Del Patrimonio Histórico Andaluz - Junta de Andalucía, 2021.*

En cuanto a los elementos patrimoniales no protegidos, Aljarafe posee un total de 19 de ellos recogidos en la Guía Digital IAPH (2021), siendo 5 de ellos pertenecientes a municipios que no cumplen con el primer criterio como son Sanlúcar la Mayor y Pilas, por lo que no formarán parte de la tabla 5.4, en el que se distribuyen los elementos entre los 7 municipios restantes. Cabe mencionar que en dicho patrimonio no protegido se recogen parte de sus oficios y saberes, sus rituales festivos y alimentación y sistemas culinarios.

Al igual que en la tabla anterior sobre los Bienes de Interés Cultural, el reparto patrimonial inmaterial está realizado de tal forma que apenas se logra destacar a algún municipio. Se podría hablar de los pueblos de Bollullos de la Mitación y Carrión de los

Céspedes como aquellos que poseen un mayor número de actividades culturales representadas en oficios, saberes y rituales festivos (4 en total), mencionando que igualmente ambos municipios destacan como aquellos que poseen un mayor número de oficios y saberes y rituales festivos respectivamente, con 3 patrimonios para cada uno.

Pueblos	Oficios y saberes	Rituales festivos	Sistemas culinarios	Total
Bollullos de la Mitación	3	1	-	4
Carrión de los Céspedes	1	3	-	4
Villanueva del Ariscal	1	1	1	3
Albaida del Aljarafe	-	2	-	2
Huevar del Aljarafe	1	-	1	2
Umbrete	1	1	-	2
Olivares	1	-	-	1

**Tabla 5.4. Lista de patrimonio inmaterial de la comarca de Aljarafe.**

*Fuente: Elaboración propia a partir de Guía Digital IAPH (2021)*

En conclusión, la comarca de Aljarafe cumple con las características básicas de la asociación. En sus pueblos se ve reflejada la evolución histórica gracias al patrimonio tanto inmueble como inmaterial repartido de manera equitativa sobre 15 de los 16 pueblos que cumplen con la característica demográfica. Esto complica la tarea de enfatizar tres de los municipios, pues los que destacan en número de Bienes de Interés Cultural no lo hacen en patrimonio inmaterial y viceversa, teniendo que prevalecer un orden de importancia, posicionando en primer lugar los Bienes de Interés Cultural debido a su registro oficial y nivel de protección. Por lo tanto, los pueblos más destacables serían Olivares, Palomares del Río y Castilleja de Guzmán.

#### - **Sierra Sur:**

Por último, ubicado en el sureste de la provincia de Sevilla se encuentra la comarca Sierra Sur, compuesta por un total de 18 municipios, de los cuales solamente Morón de la Frontera es la única que sobrepasa el máximo de población exigida por la asociación.

Su patrimonio natural está definido según la página web Prodetur perteneciente a la Diputación de Sevilla (2021) por “un paraje natural de gran valor medio ambiental en el que destacan numerosos espacios naturales. Se encuentran, entre ellos, la Reserva Natural del Peñón de Zaframagón y la Laguna del Gosque; la Vía Verde de la Sierra Sur; el Monumento Natural Chaparro de la Vega; el Peñón de Algámitas; y las sierras del Tablón, Esparteros y Montellano”. De esta página se sabe que la comarca cuenta con unos 20 espacios naturales para los 17 municipios estudiados, por lo que esta comarca más que poseer un patrimonio natural compartido entre la mayoría de los

municipios, como se ha dado en la Sierra Norte y Aljarafe, está dividido en elementos de menor tamaño ubicados dentro de un municipio o entre dos de ellos.

En cuanto a su evolución histórica, al igual que las otras comarcas, los municipios de la Sierra Sur se formaron en su mayoría desde la época prehistórica, pasando por los romanos, árabes y cristianos hasta nuestros días. Sin embargo, se diferencia de las demás estudiadas por la cuantía y variedad de restos arqueológicos de todas las épocas repartidos por el territorio, destacando los municipios de Guilena y Herrera. Por otra parte, existen otros municipios cuya formación o desarrollo fue más tardía (Junta de Andalucía, 2013).

Con respecto a los restos arqueológicos de los que hace alarde la comarca, se puede ver en la tabla 4.5 como en 4 municipios han sido valorados 4 “zonas arqueológicas” protegidas bajo el título Bien de Interés cultural, siendo como era de esperar Gilena y Herrera dos de dichos pueblos. En total son 9 los Bienes de Interés Cultural que posee la comarca para aquellos municipios que cumplen con el criterio demográfico, estando repartidos en 7 municipios.

En general destaca que el máximo número de Bienes de Interés Cultural se encuentre entre los monumentos y las zonas arqueológicas. En términos más específicos, es decir, haciendo referencia a los municipios de forma individual, se hace imposible destacar alguno, pues el reparto de 9 bienes entre 7 pueblos provoca que la mayoría solo posea uno de ellos, dejando los municipios de Montellano, con 2 monumentos; y Los Corrales, con un conjunto histórico y un monumento aún en proceso de inscripción como Bien de Interés Cultural.

Pueblos	Monumento	Conjunto histórico	Zona arqueológica
Badolatosa	-	-	1
Gilena	-	-	1
Herrera	-	-	1
Los Corrales	1*	1	-
Marinaleda	-	-	1
Montellano	2	-	-
Pruna	1	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

\*Estado administrativo: incoado

**Tabla 5.5. Lista de Bienes de Interés Cultural de la comarca de Sierra Sur.**

*Fuente: Elaboración propia a partir del Catálogo General Del Patrimonio Histórico Andaluz - Junta de Andalucía, 2021.*

Debido a esa dificultad mencionada a la hora de destacar pueblos según su número de Bienes de Interés Cultural, para la selección de los municipios de la comarca a formar parte de la asociación, se tomará como elemento diferenciador el patrimonio inmaterial. Tomando como fuente la guía digital de Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico (IAPH) (2021), se conoce que la comarca consta de un total de 38 elementos que se encuentran repartidos a lo largo de 14 municipios, destacando los rituales festivos presentes en todos estos los pueblos (tabla 5.6). Respecto a la categoría oficios y saberes y sistemas

culinarios destaca el municipio de Martín de la Jara con una mayor cuantía de patrimonio, 2 y 5 respectivamente, siendo además el pueblo con mayor patrimonio inmaterial acumulado, teniendo un total de 10. Seguido de este se encuentra Casariche con 5 elementos.

La comarca Sierra Sur por lo tanto cumple con las características básicas patrimoniales solicitadas por la asociación, destacando el patrimonio natural, histórico e inmaterial para este territorio. Por último, añadir que los municipios más destacables para la propuesta son aquellos que poseen de patrimonio inmaterial catalogado en la guía digital que, al mismo tiempo, posea algún Bien de Interés Cultural. Estos pueblos son: Los Corrales, Gilena, Badolatosa y Herrera, pudiendo ser potenciales miembros de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España.

<b>Pueblos</b>	<b>Oficios y saberes</b>	<b>Rituales festivos</b>	<b>Modos de expresión</b>	<b>Sistemas culinarios</b>	<b>Total</b>
Martín de la Jara	2	2	1	5	10
Casariche	-	1	2	2	5
Algámitas	-	2	-	1	3
Los Corrales	-	2	-	1	3
Gilena	-	2	1	-	3
Pedreira	1	2	-	-	3
El Saucejo	-	2	-	1	3
Badolatosa	-	2	-	-	2
Aguadulce	-	1	-	-	1
Herrera	-	1	-	-	1
Lora de Estepa	-	1	-	-	1
Marinaleda	1	-	-	-	1
La Roda de Andalucía	-	1	-	-	1
Villanueva de San Juan	-	1	-	-	1

**Tabla 5.6. Lista de patrimonio inmaterial de la comarca de Sierra Sur.**

*Fuente: Elaboración propia a partir de Guía Digital IAPH (2021)*

## **5.2 PROPUESTA DE GUADALCANAL, CONSTANTINA Y CAZALLA DE LA SIERRA**

Tras el análisis realizado y comparando la información para cada comarca (tabla 5.7), se concluye con la propuesta de Guadalcanal, Constantina y Cazalla de la Sierra, municipios destacados de la comarca Sierra Norte, como miembros potenciales de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España. Esta decisión surge de la riqueza

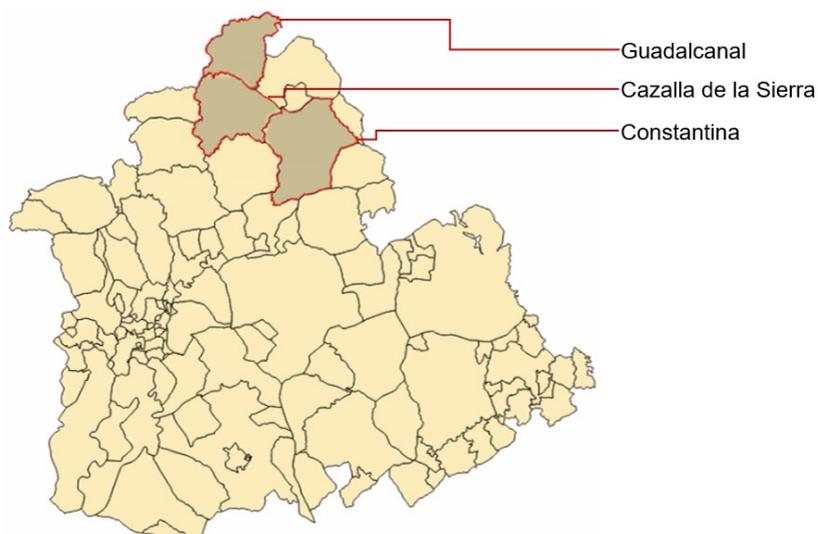
patrimonial histórica, natural y cultural, así como su avanzado nivel de desarrollo turístico que posee la comarca, siendo esta actualmente el destino turístico rural por excelencia de la provincia de Sevilla al poseer el Parque Natural Sierra Norte como principal atractivo.

Comarca	Número de Bienes de Interés Cultural	Número de patrimonio inmaterial
Sierra Norte	33	67
Aljarafe	21	19
Sierra Sur	9	38

**Tabla 5.7. Número de Bienes de Interés Cultural y patrimonio inmaterial para cada comarca.**

*Fuente: Elaboración propia.*

Dichos pueblos, ubicados en la imagen 5.1, en su conjunto coinciden en que al encontrarse en Sierra Morena forman parte del territorio certificado como Reserva y Destino Turístico *Starlight* por la UNESCO como "Municipios *Starlight*", pudiendo ofertar un turismo astronómico de calidad. Del mismo modo, todos ellos son parte de los pueblos que pertenecen al Parque Natural Sierra Norte, Reserva de la Biosfera "Las Dehesas de la Sierra Morena" de la UNESCO y Geopaque Mundial (La Sierra Norte de Sevilla, 2021), siendo un gran reclamo para la práctica del turismo de naturaleza del tipo deportivo, ornitológico o cinegético.



**Imagen 5.1. Municipios propuestos para la asociación Los Pueblos más Bonitos de España en la provincia de Sevilla.**

*Fuente: Elaboración propia.*

Además de estas características comunes, cada pueblo ofrece una serie de recursos locales que las diferencian del resto, así como una gestión propia llevada por cada ayuntamiento municipal, aplicando políticas divergentes de mantenimiento, explotación y desarrollo del lugar.

- **Guadalcanal:**

Destaca por ser uno de los municipios pertenecientes a la Red de Patrimonio Histórico Artístico Nacional de Andalucía, siendo el pueblo de la comarca Sierra Norte con mayor número de elementos patrimoniales clasificados como Bienes de Interés Cultural (7 más un nuevo monumento en proceso de adhesión). Dicho patrimonio junto al recogido en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz forma una variedad de oferta turística que va desde el turismo minero, con las Minas de Pozo Rico de Guadalcanal (primera Reserva Minera de España en el siglo XVI), hasta el religioso, con sus iglesias y ermitas, además de la Semana Santa y la Romería de Nuestra Señora de Guaditoca, ambas declaradas como Fiesta de Interés Turístico Nacional de Andalucía (FITNA) (Ayuntamiento de Guadalcanal, 2021).

Todo ello hace comprensible que su actividad principal, aun siendo la agricultura y ganadería, se apoye en el turismo, considerada por su Ayuntamiento como una actividad relevante para el pueblo ya que supone parte del sustento del municipio, según datos de la entrevista. Es por ello que desde el Ayuntamiento siguen una política de desarrollo activa, aunque mejorable, en el que, mediante un portal de información web, ofrecen datos respecto al número de visitantes, ofertas de alojamiento, así como otros elementos para la satisfacción de las necesidades del cliente.

Por otra parte, y siguiendo las políticas que debe tratar el pueblo para su adhesión a la asociación, está la de promoción, para la que igualmente realizan esfuerzos, considerados por la entrevista como mejorables, ofreciendo puntos y señalizaciones de información, visitas guiadas, guías, folletos y cartelería sobre su oferta turística, así como dar a conocer sus productos al mercado en redes sociales.

Sin embargo, para la política de animación muestran una respuesta positiva rotunda ante la existencia de espacios en los que realizar actos festivos de calidad, mientras que para la realización de dichos actos se muestra una respuesta más conservadora, en la que si bien realizan actos creen que podrían mejorar en este aspecto.

Por último, para la política de valoración, el Ayuntamiento no posee tanta confianza en cuanto a la opinión local sobre el turismo en el territorio y su potencial, pudiendo suponer, de no contar con el apoyo de la población, un problema para su desarrollo turístico. Esta opinión podría estar relacionada con la actitud de los organismos públicos en cuanto al mantenimiento del municipio y su preocupación por el estado de este, pues para ambos temas la respuesta ha sido intermedia, no estando de acuerdo ni en desacuerdo para dichas afirmaciones.

Para finalizar, en la entrevista se refleja para el caso de Guadalcanal la problemática en cuanto a la coordinación entre los actores implicados en el turismo, realizando actuaciones aisladas e independientes entre ellos. Por otra parte, la Oficina de Turismo municipal opina sobre la política económica del pueblo como austera. Formar parte de la asociación solucionaría parte de estos problemas además de fomentar el desarrollo turístico y socioeconómico del lugar según opina la Oficina de Turismo, pues entre otras medidas induce a la interacción y trabajo en equipo entre los actores implicados. Sin embargo, para poder formar parte de Los Pueblos más Bonitos de España se necesita, por parte del Ayuntamiento, que dicha política económica permita financiar el presupuesto necesario para la mejora del pueblo en aspectos estéticos, así como los gastos a realizar en el proceso de adhesión explicados en el apartado 3.3 que, aplicados para Guadalcanal, serían los recogidos en la tabla 5.8.

<b>Peritación</b>	600€ + IVA(21%) = 726€
<b>Cuota anual según el número de habitantes (menos de 3.000)</b>	2.608€ + 1.000€ = 3.608€
<b>Carteles</b>	Depende del número de entradas que tenga el pueblo y el coste por cartel
<b>Actos de Inauguración</b>	400€ + IVA(21%) = 484€
<b>TOTAL</b>	4.818€ + carteles

**Tabla 5.8. Presupuesto de Guadalcanal para formar parte de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España.**

*Fuente: Elaboración propia a partir de Los Pueblos más Bonitos de España (2021).*

**- Constantina:**

El municipio cuenta con un rico patrimonio material e inmaterial clasificados tanto en el Catálogo general de Patrimonio Histórico Andaluz como en la Guía Digital del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, destacando los 7 pertenecientes al Catálogo de Bienes de Interés Cultural. Su principal oferta turística, además de la natural, es la histórica, formada por sus edificios e iglesias que componen el pueblo, declarado Conjunto Histórico, así como sus monumentos. Al igual que Guadalcanal y según la entrevista realizada, Constantina diversifica sus ingresos entre los generados por su actividad principal, la ganadería e industria agroalimentaria, con el turismo.

En cuanto a las políticas necesarias para ser admitido en la asociación Los Pueblos más Bonitos de España, el municipio cumple íntegramente con la política de desarrollo al admitir por completo el uso de un portal donde facilitar información básica de su situación turística.

Si se habla de la política de valoración, el Ayuntamiento de Constantina se posiciona positivamente respecto al estado y mantenimiento estético del pueblo, aunque mejorable. Es comprensible la respuesta sabiendo que posee un casco urbano catalogado y protegido como Conjunto Histórico, pudiendo ser lo “mejorable” aquellas zonas no pertenecientes a dicho título, cuyo mantenimiento es menor. Además, y al igual que en Guadalcanal, el Ayuntamiento municipal estima una confianza intermedia por parte de la población local en el potencial del desarrollo turístico del pueblo.

Por otra parte, Constantina aplica una buena, aunque mejorable política de promoción según la entrevista, en el que realizan esfuerzos por dar a conocer tanto al mercado en general como a sus visitantes su oferta turística mediante señalizaciones informativas y direccionales, el uso de redes sociales y cartelería.

Por último, respecto a la política de animación, el municipio cuenta con buenos espacios e infraestructuras en los que realizar actos festivos de calidad. Del mismo modo, en la encuesta afirman realizar actividades de ocio, aunque no suficientes para lo que podría ofertar el municipio.

Todo ello hace que Constantina cumpla con estos requisitos, teniendo que mejorar aquellas correspondientes al mantenimiento estético del municipio y el dar a conocer sus ofertas turísticas (políticas de valoración y promoción). Por parte, la Oficina de Turismo están abiertos a estudiar su incorporación a la organización hasta ahora desconocida para ellos, pues confían en que pueda mejorar el desarrollo turístico y socioeconómico del pueblo. Para ello, deben tener en cuenta que el presupuesto necesario asciende a la cuantía reflejada en la tabla 5.9.

<b>Peritación</b>	600€ + IVA(21%) = 726€
<b>Cuota anual según el rango de habitantes (entre 5.000-9.999)</b>	4.500€
<b>Carteles</b>	Depende del número de entradas que tenga el pueblo y el coste por cartel
<b>Actos de Inauguración</b>	400€ + IVA(21%) = 484€
<b>TOTAL</b>	5.710€ + carteles

**Tabla 5.9. Presupuesto de Constantina para formar parte de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España.**

*Fuente: Elaboración propia a partir de Los Pueblos más Bonitos de España (2021).*

#### - **Cazalla de la Sierra:**

Este último municipio basa su actividad principal en la agricultura y ganadería, apoyándose al igual que los otros pueblos en el turismo. Posee una oferta turística basada en la explotación del entorno natural en el que se encuentra, dejando los elementos patrimoniales e históricos, 5 de ellos Bienes de Interés Cultural, como oferta accesoria al motivo principal de la visita, ofreciendo para ello un par de rutas culturales.

Dicha afirmación se aprecia en su Web Oficial de Turismo Del Ayuntamiento de Cazalla de La Sierra (2021), en el que varias de sus pestañas informan acerca del turismo de naturaleza, ofertando senderos y rutas, algunas llevadas por empresas locales como Turnature, así como el parque de aventuras Sierra Norte entre otras actividades. Del mismo modo informan y ofertan sobre los productos locales, aprovechando que otra de sus actividades productivas, aunque no principal, es la industria agroalimentaria, donde se puede practicar el enoturismo y el turismo industrial por alguna de sus fábricas como la quesería o destilerías de aguardiente, vendiendo sus productos al turista.

Con esta información se pueden concluir varios hechos confirmados en la entrevista realizada al Ayuntamiento acerca del municipio, como la importancia del turismo en el lugar y la existencia de propuestas turísticas para su explotación. Igualmente refleja una política de promoción turística en la que la Oficina de Turismo municipal trabaja en dar a conocer su oferta por distintos medios, desde panfletos y folletos hasta redes sociales y aplicación móvil. Desde el municipio confesaron ser conscientes de la importancia de esta política, insistiendo en su mejora para el progreso del turismo.

Por otra parte, se aprecia y confirma una política de desarrollo muy activa formada por los distintos portales web de información sobre la situación turística, sus elementos y colaboraciones con otros municipios (tanto el del ayuntamiento como el de turismo).

Como elemento diferenciador con respecto a las otras entrevistas está la opinión dada sobre política de valoración, es decir, la atención e inversión puesta en el mantenimiento y arreglo de las zonas comunes desde el punto de vista estético, siendo existente pero mejorable.

Por último, para la política de animación opinan que poseen espacios para actos festivos, aunque por sus características no aseguran que permita celebraciones de calidad, algo que compensan con una agenda de actividades de ocio permanentes o temporales inmejorables, según datos de la encuesta.

En definitiva, Cazalla de la Sierra presenta un buen perfil para formar parte de la asociación. Como parte de los problemas que sostiene su turismo está la estacionalidad debido a la escasa oferta de actividades a principios de verano y el aumento de visitantes al final de temporada por las fiestas populares, además de la gestión turística insuficientemente activa por parte de los empresarios turísticos. Desde la Oficina de Turismo opinan que adherirse a la organización, la cual no conocían anteriormente, ayudaría al desarrollo turístico, mejorando las conexiones con la ciudad, ya que todos los medios de los que se pueda disponer para dar a conocer el municipio son una oportunidad para mostrar a los visitantes todas las posibilidades que ofrece Cazalla favoreciendo esto al turismo y a su vez al pueblo. Del mismo modo, el municipio participa actualmente en la marca Sierra Norte de Sevilla como marca de destino comarcal. El coste que le supondría formar parte de Los Pueblos más Bonitos de España ascendería el primer año, y según la tabla 5.10, a 5.210€ sin incluir el coste de los carteles en los accesos al municipio.

<b>Peritación</b>	600€ + IVA(21%) = 726€
<b>Cuota anual según el rango de habitantes (entre 3.000-4.999)</b>	4.000€
<b>Carteles</b>	Depende del número de entradas que tenga el pueblo y el coste por cartel
<b>Actos de Inauguración</b>	400€ + IVA(21%) = 484€
<b>TOTAL</b>	5.210€ + carteles

**Tabla 5.10. Presupuesto de Cazalla de la Sierra para formar parte de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España.**

*Fuente: Elaboración propia a partir de Los Pueblos más Bonitos de España (2021).*

## CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

El aumento anual de pueblos adheridos a la asociación Los pueblos más Bonitos de España, así como la creación y éxito de marcas de destino similares en otros países confirma el aumento de la competitividad turística dada por el aumento de calidad en los servicios ofertados, algo de lo que los municipios de Sevilla, de no llegar a actuar a tiempo, podrían verse perjudicados. Es por ello que, en vista de su nula participación en la marca en comparación con el resto de provincias andaluzas, se haya visto necesario poner en valor algunos municipios de la provincia (Guadalcanal, Constantina y Cazalla de la Sierra). Su incorporación supondría una mejora en la calidad turística, regulada por la Carta de Calidad, así como una mayor promoción del municipio, pudiendo fomentar la atracción de turismo internacional, y en menor medida, el nacional. Del mismo modo y a partir del análisis de pueblos miembros de la asociación, se conoce que para municipios concretos se ha producido una cierta reducción de la estacionalidad turística, así como un aumento del empleo.

La aplicación de los criterios básicos correspondientes a la Carta de Calidad de la asociación, da como resultado que, en la provincia de Sevilla, la comarca Sierra Norte es la más adecuada para la selección de los pueblos debido a su riqueza patrimonial histórica, natural y cultural, así como su avanzado nivel de desarrollo turístico en comparación con Aljarafe y la Sierra Sur. De esta comarca, Guadalcanal, Constantina y Cazalla de la Sierra son los municipios donde la marca sería viable. Esta distinción, justificada con las políticas de promoción, desarrollo, valoración y animación llevadas en cada pueblo, así como con otras cuestiones abordadas en las entrevistas realizadas da a conocer una serie de problemas que justifican la nula participación de los municipios sevillanos en la asociación. Así, por una parte, Desde cada municipio aseguran no conocer la marca, siendo el verdadero problema la falta de promoción de la propia marca en la provincia lo que las hizo no formar parte de ella. Por otra, el ajustado presupuesto municipal junto al coste que supone realizar el proceso de adhesión, así como mantener la membresía anual podría suponer otro impedimento. Sin embargo, formar parte de esta marca de calidad podría considerarse una inversión más que un gasto debido a todas las ventajas y cambios positivos que supone. Además, desde la asociación gestionan ayudas públicas en favor de sus pueblos miembros pudiendo obtener una entrada extra de inversión.

Asimismo, y aunque no se indique expresamente en la web oficial de Los Pueblos más Bonitos de España, se recomienda poseer la colaboración de la población local para el éxito del objetivo de la asociación. En este aspecto tanto Constantina como Guadalcanal no se posicionan o desconocen la opinión local en cuanto al desarrollo de actividades turísticas y el potencial que puedan tener en el pueblo. Ello podría dificultar e incluso encarecer el proceso de adhesión al pueblo, por lo que se recomienda concienciar a la población local acerca de la importancia del turismo para el desarrollo de este, generando mejoras como en infraestructuras y servicios públicos de transporte entre otros.

Por último, el trabajo presenta algunas limitaciones. La formulación de esta propuesta puede ser mejorada con un aumento de encuestas hacia representantes de cada Ayuntamiento de las que obtener una información más completa para cada política estudiada, pues dichos poderes se encuentran repartidos entre varios concejales. Por otra parte, la falta de datos históricos a la hora de estudiar la evolución de los municipios miembros ha limitado el conocimiento de los efectos de este con el paso de los años en muchos de ellos.

En definitiva, la propuesta de estos municipios es solo un ejemplo de la participación sevillana para la marca estudiada como estrategia de promoción y adaptación a la creciente exigencia de los turistas, pero desde las limitaciones de un trabajo de fin de grado. Pudiendo considerarse como el inicio de otras investigaciones sobre los criterios

específicos en los pueblos propuestos e incluyendo la opinión y papel de la población local. Se aportaría así una propuesta de desarrollo basada en el turismo rural con el objetivo de dar a conocer y poner en valor la cultura de aquellos municipios de mediano y pequeño tamaño, fomentando su crecimiento socioeconómico y fortaleciendo la identidad de su población, resultado de nuestra antiquísima historia.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- Asociación Los Pueblos más bonitos de España. (2021). Recuperado el 15 de marzo de 2021, de <https://www.lospueblosmasbonitosdeespana.org/asociacion.html>
- Asociación Los Pueblos más Bonitos de España. (2021). *Estatutos de la Asociación los Pueblos más Bonitos de España*. Recuperado el 15 de marzo de 2021, de <https://www.lospueblosmasbonitosdeespana.org/media/archivos/e/d/4e/ed4e0166e7a16e9b353b3367697d598d621e0778.pdf>
- Ayuntamiento de Guadalcanal. (2021). Turismo. Recuperado el 7 de julio de 2021, de <http://www.guadalcanal.es/es/turismo/>
- Bramwell B.; Lane B. (1993). Sustainable Tourism: an evolving global approach. En *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo* (Vol. 1). Journal of Sustainable Tourism. Recuperado el 13 de mayo de 2021, de <https://doi.org/10.17979/rotur.2009.2.1.1240>
- Doncel K. (2012). Desarrollo de una marca de calidad turística: «Pueblos Colombianos» (Trabajo de Fin de Master). *Universidad de Oviedo*, Gijón. Recuperado el 20 de marzo de 2021, de [https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/4114/TFM\\_Karen\\_Doncel\\_Barrios.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/4114/TFM_Karen_Doncel_Barrios.pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- Europapress Turismo. (2017, mayo 31). *Los 57 pueblos más bonitos de España se promocionarán internacionalmente*. Recuperado el 8 de junio de 2021, de <https://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-red-pueblos-mas-bonitos-espana-promocionaran-internacionalmente-noche-romantica-20170531154603.html>
- Gozálvez Pérez, V. (1989). *La geografía de la población en la planificación del territorio*. Investigaciones Geográficas, (07), 19. Recuperado el 20 de mayo de 2021, de <https://doi.org/10.14198/ingeo1989.07.06>
- Grande, J. (2020). *Turismo rural. Nuevos retos ante la pandemia del coronavirus*. En Turismo post covid-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación (pp. 187-207). Recuperado el 20 de mayo de 2021, de <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>
- Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico (IAPH). (2021). Guía Digital IAPH. Recuperado el 11 de junio de 2021, de <https://guiadigital.iaph.es/inicio>
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. (2021). Población de Andalucía a 1 de enero de 2021. Recuperado el 1 de julio de 2021, de <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/padron/avance/index.htm>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2021). Recuperado el 11 de junio de 2021, de <https://www.ine.es/index.htm>
- Junta de Andalucía. (2021). Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz. Recuperado el 31 de marzo de 2021, de <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/culturaypatrimoniohistorico/areas/bienes-culturales/catalogo-pha.html>
- Junta de Andalucía - Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. (2021a). Parque Natural Sierra Norte de Sevilla. Recuperado el 1 de julio de 2021, de [https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/landing-page/-/asset\\_publisher/4V1kD5gLiJkq/content/parque-natural-sierra-norte-de-sevilla-2/20151?categoryVal=](https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/landing-page/-/asset_publisher/4V1kD5gLiJkq/content/parque-natural-sierra-norte-de-sevilla-2/20151?categoryVal=)

- Junta de Andalucía - Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. (2021b). Paisaje Protegido Corredor Verde del Guadamar. Recuperado el 1 de julio de 2021, de [https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/web/guest/landing-page-índice/-/asset\\_publisher/zX2ouZa4r1Rf/content/paisaje-prottegido-corredor-verde-del-guadamar/20151?categoryVal=](https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/web/guest/landing-page-índice/-/asset_publisher/zX2ouZa4r1Rf/content/paisaje-prottegido-corredor-verde-del-guadamar/20151?categoryVal=)
- Junta de Andalucía - Consejería de Medio Ambiente. (2003). *Plan de Desarrollo Sostenible del Parque Natural Sierra Norte (Sevilla)*. Sevilla, España. Recuperado el 22 de junio de 2021, de [https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/landing-page-planificacion/-/asset\\_publisher/Jw7AHImcvbx0/content/plan-de-desarrollo-sostenible-pds-del-parque-natural-sierra-norte-de-sevilla/20151?categoryVal=](https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/landing-page-planificacion/-/asset_publisher/Jw7AHImcvbx0/content/plan-de-desarrollo-sostenible-pds-del-parque-natural-sierra-norte-de-sevilla/20151?categoryVal=)
- Junta de Andalucía - Espacios Naturales de Andalucía. (2021a). Parque Natural Sierra Norte de Sevilla. Recuperado el 1 de julio de 2021, de [https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/web/ventanadelvisitante/detalles-buscador-mapa/-/asset\\_publisher/Jlboxh2qB3NwR/content/sierra-norte-de-sevilla-7/255035](https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/web/ventanadelvisitante/detalles-buscador-mapa/-/asset_publisher/Jlboxh2qB3NwR/content/sierra-norte-de-sevilla-7/255035)
- Junta de Andalucía - Espacios Naturales de Andalucía. (2021b). Corredor verde de Guadamar. Recuperado el 1 de julio de 2021, de [https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/web/ventanadelvisitante/detalles-buscador-mapa/-/asset\\_publisher/Jlboxh2qB3NwR/content/corredor-verde-del-guadamar-2/255035](https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal/web/ventanadelvisitante/detalles-buscador-mapa/-/asset_publisher/Jlboxh2qB3NwR/content/corredor-verde-del-guadamar-2/255035)
- Junta de Andalucía - Consejería de Turismo y Deporte. (2021). Destino Sevilla Rural. Recuperado el 1 de julio de 2021, de <http://www.destinosevillarural.com/es>
- Junta de Andalucía. (s. f.). Manual práctico del Parque Natural Sierra Norte de Sevilla. *El hombre en la Sierra Norte*. Sevilla. Recuperado el 24 de junio, de [http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/consolidado/publicacionesdigitales/10-423\\_MANUAL\\_PRACTICO\\_PARQUE\\_NATURAL\\_SIERRA\\_NORTE\\_DE\\_SEVILLA/10-423/9\\_EL\\_HOMBRE\\_EN\\_LA\\_SIERRA\\_NORTE.\\_HISTORIA.PDF](http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/consolidado/publicacionesdigitales/10-423_MANUAL_PRACTICO_PARQUE_NATURAL_SIERRA_NORTE_DE_SEVILLA/10-423/9_EL_HOMBRE_EN_LA_SIERRA_NORTE._HISTORIA.PDF)
- Kastenholz E.; Galán-Ladero M. (2009). Turismo accesible como ejemplo de responsabilidad social en las empresas y destinos turísticos. El caso de Lousã (Portugal). *Revista de Ocio y Turismo (ROTUR)*, 2. Recuperado el 20 de marzo de 2021, de <https://doi.org/10.17979/rotur.2009.2.1.1240>
- Middleton, V. T. C., & Hawkins, R. (2009). *Sustainable tourism: A marketing perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann. Recuperado el 8 de junio de 2021, de <https://doi.org/10.4324/9780080938387>
- Nogar, G., Baldoni, M., Capristo, V., Eizaguirre, D., Jacinto, G., & López, M. (2007). *Turismo Rural en Tandilia. Una alternativa para los territorios pampeanos en crisis*. (Fundació C, Vol. 9). Palma de Mallorca. Recuperado el 19 de junio de 2021, de [http://www.uib.es/catedra\\_iberamericana](http://www.uib.es/catedra_iberamericana)
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). Desarrollo sostenible. Recuperado el 15 de junio de 2021, de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020, septiembre 29). *Turismo y Desarrollo Rural*. Recuperado el 8 de junio de 2021, de <https://www.unwto.org/es/news/turismo-desarrollo-rural>
- Prodetur. Diputación de Sevilla. (2021). Sierra Sur: Turismo de la Provincia de Sevilla. Recuperado el 1 de julio de 2021, de <https://turismosevilla.org/es/la-provincia-de-sevilla/nuestra-provincia/sierra-sur>
- Sánchez Bernal, J. J. (1982). Aproximación al problema cultural en Andalucía (I): el

problema y sus raíces históricas . *Fundación Dialnet. Universidad de La Rioja* (pp. 223-234). Recuperado el 30 de junio de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7323658>

Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA) | Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. (2021). Recuperado el 28 de junio de 2021, de <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/>

Vázquez Ramírez, D., Osorio García, M., Arellano Hernández, A., & Torres Nafarrate, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Revista Investigaciones Turísticas*, 5. Recuperado el 8 de junio de 2021, de <https://doi.org/10.14198/inturi2013.5.01>

Web oficial de Turismo del Ayuntamiento de Cazalla de la Sierra. (2021). Recuperado 11 de julio de 2021, de <http://www.cazalla.org/>

### Anexo I. Carta de Calidad

# CARTA DE CALIDAD

## ARTÍCULO 1- OBJETIVO

La marca “Los Pueblos Más Bonitos de España”, se ha constituido con los objetivos de proteger, promover y desarrollar los pueblos reconocidos aquí como *Los Pueblos Más Bonitos de España*.

Tal marca está constituida por la denominación “Los pueblos más Bonitos de España” y su logotipo.



El siguiente reglamento tiene por objeto definir la modalidad de atribución, el uso y la retirada de la marca.

Esta marca está destinada al uso por parte de municipios o pueblos que reúnan los requisitos expuestos en este reglamento de uso y su ámbito será todo el reino de España.

Esta marca contempla la posibilidad de ser utilizada por parte de una asociación, sin ánimo de lucro así como por parte de personas físicas y/o jurídicas, y siempre y cuando quede regulada esta concesión contractualmente, y manifiesten un compromiso con los fines de la Asociación.

## ARTÍCULO 2 – CRITERIOS DE ADMISIÓN

### Criterios de elección

Para poder usar la marca “Los Pueblos más Bonitos de España”, todos los municipios y/o comunas deben satisfacer los siguientes criterios:

2.1.1- Tener una población no superior a 15000 habitantes (+ el 10% bajo validación de la comisión de calidad). Este criterio es directamente eliminatorio.

2.1.2- Poseer un patrimonio arquitectónico o natural certificado por algún documento en poder del ayuntamiento o comuna.

2.1.3- No pertenecer a entidades o marcas que puedan llevar a confusión con Los Pueblos más Bonitos de España. (Ver Anexo).

2.1.4- Ofrecer un patrimonio de calidad el cual pueda ser apreciado por los criterios siguientes:

#### a) Calidad Urbanística

- Calidad del acceso al pueblo
- Homogeneidad de la masa construida
- Dimensión de la masa construida
- Diversidad de Rutas

Firma del Sr/a. Alcalde

#### b) Calidad Arquitectónica

- Armonía y homogeneidad de los edificios construidos
- Armonía y homogeneidad de los materiales de las fachadas y los tejados.
- Armonía y homogeneidad de las aperturas (ventanas, puertas, etc..)
- Armonía y homogeneidad de los colores de las fachadas.
- Presencia de elementos decorativos simbólicos.

2.1.4- Manifiestar, mediante hechos concretos, una política de valoración, desarrollo, promoción y animación de su propio patrimonio que será valorada según los siguientes criterios:

#### a) Valorización

- Cerrado permanente o temporal a la circulación de automóviles dentro del casco antiguo.
- Organización para el aparcamiento de vehículos.
- Tratamiento estético de las líneas aéreas de teléfono y de luz.
- Renovación de las fachadas.
- Tratamiento de la iluminación pública.
- Tratamiento de las insignias publicitarias.
- Tratamiento de los espacios públicos.
- Cuidado de las zonas verdes y existencia y cuidado de flores.

#### b) Desarrollo

- Conocimiento del número de turistas que visitan el pueblo.
- Presencia de ofertas de alojamiento, restauración y actividades lúdicas.
- Existencia de artesanos o de servicios.
- Existencia de comercios.
- Participación en las estructuras e iniciativas intercomunales.

#### c) Promoción

- Existencia de un punto de información
- Organización de visitas guiadas
- Edición de guías o documentos promocionales
- Existencia de señalizaciones informativas y direccionales.

#### d) Animación

- Existencia de espacios y estructura para actos festivos, sean cubiertos o al aire libre.
- Organización de eventos originales y de calidad.
- Organización de manifestaciones permanentes o temporales.

### 2.2 Procedimiento de instrucción

El procedimiento de instrucción de la candidatura del pueblo, será del modo siguiente:

2.2.1 – El ayuntamiento debe hacer llegar a los representantes de la marca, una solicitud escrita de admisión acompañada de:

a) La petición de adhesión por parte de la junta de Gobierno municipal o del pleno, enviando dicho acuerdo a las direcciones de correo electrónico de la asociación o por correo ordinario a la dirección de la sede de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España.

b) Una certificación donde se cumplan los criterios de los puntos 2.1.1 y 2.1.2 de la presente carta. La instrucción no se inicia si el ayuntamiento candidato no satisface estas dos exigencias.

2.2.2 – Se realiza por parte de la Comisión de Calidad de la Asociación, una visita-peritación con el objeto de apreciar que criterios se cumplen de los puntos 2.1.3 y 2.1.4 de esta carta, así como un reportaje video-fotográfico y se concierta una entrevista con el concejal del pueblo candidato elegido para tal efecto, esta visita tiene un coste de 600€ más IVA.

2.2.3 – Una vez realizada la peritación del pueblo se envía el informe a la comisión de calidad para su deliberación y toma de decisión final.

2.2.4 – Notificación de la decisión tomada por la comisión de calidad mediante carta que se enviará al pueblo o comuna candidato. En todos los casos la comisión precisará al pueblo candidato las razones de la admisión o del rechazo de su candidatura.

### ARTÍCULO 3 – MODOS DE UTILIZACIÓN DE LA MARCA

3.1 -Todo pueblo o comuna que haya sido clasificado como uno de “Los Pueblos Más Bonitos de España” recibirá por adhesión contractual a la presente carta la autorización para:

3.1.1 – Colocar en los diferentes accesos al pueblo el panel normalizado correspondiente al emblema figurativo de la marca “Los Pueblos Más Bonitos de España” el coste de los cuales correrá a cargo del ayuntamiento.

3.1.2 -Utilizar para él mismo y las asociaciones sin ánimo de lucro de las cuales él sea miembro (Oficina de Turismo, comité de fiestas, etc..) esta denominación y este emblema figurativo en todos los documentos de comunicación : boletines municipales, manifiestos, cabeceras de cartas, etc... La denominación y el emblema figurativo serán reproducidos sin modificaciones de grafismo y prioritariamente en color.

3.1.3 -El punto 3.1.1 es de obligado cumplimiento.

3.2 -En contrapartida a la utilización de dicha marca el pueblo o comuna se compromete a:

3.2.1 -Esforzarse por la mejora de la protección, el valor, la conservación y la promoción del desarrollo del patrimonio existente en su territorio.

3.2.2 -Ingresar anualmente la aportación que le corresponda según su número de habitantes que será de mil (1000) € + un (1) euro por habitante en pueblos de 1 a 3000 habitantes. En pueblos a partir de los 3000 habitantes se fijan los siguientes baremos:

De 3000 a 5000 hab. pagarán 4000 €

De 5000 a 10000 hab. pagarán 4500 €

De 10000 a 15000 hab. pagarán 5000 €

3.2.3 -El período de pago, se efectuará dentro de los primeros 60 días naturales desde la recepción de la factura por parte del ayuntamiento, penalizándose el pago a más de 60 días con un incremento del 50% de la cuota y del 100% si se exceden los 180 días.



3.2.4 -Utilizar, dentro de los diferentes actos de promoción y publicidad, la denominación y el logotipo “Los Pueblos Más Bonitos de España” y colocar el panel de “Uno de Los Pueblos Más Bonitos de España” en las entradas principales del pueblo.

3.2.5 -Hacer llegar a los responsables de la marca cualquier utilización de la marca dentro de su territorio por terceras personas (hoteleros, restauradores, agentes turísticos, comerciantes, artesanos, etc..), para que los responsables de la marca decidan el derecho de uso de la marca a estas personas, sean físicas o jurídicas.

3.2.6 -Hacer llegar a los responsables de la marca cualquier uso fraudulento o no autorizado de la marca “Los Pueblos Más Bonitos de España”.

#### **ARTÍCULO 4 – PÉRDIDA DE LA MARCA**

4.1 - La autorización de utilizar la marca “Los Pueblos Más Bonitos de España” estará en vigor siempre y cuando el pueblo o comuna continúe satisfaciendo los criterios de los puntos 2.1.1 2.1.2 y 2.1.3 de la presente carta o cuando el ayuntamiento del pueblo no deje de cumplir el punto 3.2.2 de la presente carta.

4.2 - En el caso de que un pueblo adherido deje de estar de acuerdo con los criterios fijados en la carta o los contravenga o deje de respetarlos, la comisión de calidad procederá a desclasificarlo y por consiguientemente retirarle el uso de la marca.

4.3 -Una vez tomada la decisión de desclasificación y por tanto de expulsión de un pueblo, se enviará una carta firmada por la comisión de calidad y con acuse de recibo al ayuntamiento de dicho pueblo. Dicha expulsión acarreará automáticamente la pérdida del derecho a seguir usando la marca “Los pueblos Más Bonitos de España” y el tiempo de como máximo 6 meses para hacer desaparecer el nombre y el emblema de la marca de todos los soportes (paneles, cabeceras de cartas, boletines, etc..).

4.4 -Todo pueblo o comuna autorizado al uso de la marca, estará contractualmente adherido a las disposiciones de la presente carta y se compromete, en caso de expulsión, a dejar de utilizar la marca “Los Pueblos Más Bonitos de España” y además a no crear por cuenta propia una marca donde el nombre o el emblema figurativo pudiera llevar a confusión con el de esta marca. Éste mismo punto 4.4 también será de aplicación para aquellos pueblos que decidan por cuenta propia dejar de utilizar la marca.

#### **ARTÍCULO 5 – CONTROL DEL USO DE LA MARCA**

5.1 – La comisión de calidad se reserva el derecho de verificar o hacer verificar en cualquier momento, que cualquier pueblo adherido, firmante de la carta, continua satisfaciendo los criterios que propiciaron su admisión en Los Pueblos Más Bonitos de España y las obligaciones resultantes de la presente carta.

5.2 – Los representantes de la marca “Los pueblos más Bonitos de España” se comprometen, dentro del mismo interés para todos los pueblos de la misma, a impedir cualquier uso fraudulento de la marca y de perseguir cualquier tipo de imitación de la misma.

5.3 – La marca “Los Pueblos más Bonitos de España” delega en la comisión de calidad para instruir las demandas de adhesión de los pueblos, efectuar los controles necesarios para que se respeten los criterios de admisión y el modo de utilizar la marca e instruir los casos de



desclasificación y expulsión de los pueblos que no mantengan o descuiden su propio patrimonio cultural. España

**ARTÍCULO 6 – SOLICITUD DE ADHESIÓN A LA RED LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA.**

Sr/Sra ....., alcalde/sa del pueblo..... solicito la adhesión a la red “Los Pueblos Más Bonitos de España” , el día ..... y que se inicie el proceso para que la “Asociación Los Pueblos más bonitos de España” audite el pueblo que represento en base a los criterios descritos en esta carta de calidad.

6.1 – Declara conocer los estatutos de la asociación y el contenido de la presente carta y los acepta.

6.2 - Declara estar autorizado/a a su firma por acuerdo de la junta de gobierno y/o por deliberación del pleno municipal.

6.3 - Se compromete, bajo pena de expulsión, a aplicar todas las disposiciones en el caso de entrar a formar parte de la red de “Los Pueblos más bonitos de España”.

En....., el .....

Por la asociación  
Presidente  
Francisco Mestre Acosta

Por el Ayuntamiento  
Alcalde

## **ANEXO**

Entidades o "Marcas" con incompatibilidad para que un municipio o pueblo pueda formar parte de la asociación Los Pueblos más Bonitos de España:

- Pueblos Mágicos de España

Firma del Sr/a. Alcalde

## Anexo II. Entrevista

### Preguntas generales relativas al municipio y su turismo:

1. ¿Cuál es la principal actividad productiva del municipio?
2. ¿Qué sectores de la población se benefician con esta actividad?, ¿Cuáles no?
3. Mencione otras actividades características del lugar.
4. Describa los problemas de desempleo/subempleo/trabajo informal de la localidad. Intente explicar algunas causas/ factores a los que atribuye esos problemas.
5. Indique con una "X" el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones siendo "1" muy desacuerdo y "5" muy de acuerdo:

<b>Respecto al municipio:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
El turismo es una actividad importante en comparación con otras actividades.					
En la gestión municipal existe una planificación y gestión del turismo.					
Existen propuestas turísticas (relacionadas o no con otras instituciones y actores privados) que sustentan el municipio.					
La población local confía en el desarrollo de actividades turísticas y su potencial.					
Desde la gestión municipal existe una preocupación por el estado, arreglo y mantenimiento de las zonas comunes desde el punto de vista estético (refiriéndose al casco histórico, las fachadas, iluminación y zonas verdes entre otros).					
El municipio (o su Consejería de Turismo) tiene en portal ofreciendo información básica de la situación turística (número de visitantes, oferta de alojamiento, restaurantes y otros elementos que poseen el territorio para la satisfacción de las necesidades de estos)					
El municipio posee un punto de información o señalizaciones informativas y direccionales, visitas guiadas, existencia de guías o documentos promocionales sobre su oferta turística.					
Existe un esfuerzo del territorio en dar a conocer al mercado sobre sus productos o servicios.					
Los espacios y estructuras para actos festivos que permitan organizar eventos originales y de calidad.					
En el municipio se suelen realizar actividades de ocio permanentes o temporales.					

6. ¿Qué tipo de promoción se realiza desde el municipio para la actividad turística?
7. ¿Cuáles son los principales problemas del turismo en el municipio?
8. ¿Qué se debería hacer, desde su punto de vista para mejorar el turismo en el municipio?
9. ¿Explota la imagen del pueblo como marca turística? En caso afirmativo ¿Cómo?

**Preguntas específicas relativas a la asociación Los Pueblos más Bonitos de España:**

10. ¿Conoce la asociación Los Pueblos más Bonitos de España (marca de calidad de destino para pueblos)?
11. Actualmente, Andalucía es la segunda comunidad autónoma con mayor número de pueblos miembros de esta asociación, donde todas las provincias participan menos Sevilla. ¿a qué crees que se debe?
12. A partir de un estudio realizado sobre los municipios sevillanos, se ha concluido con que el suyo es uno de los que cumple gran parte de los criterios para ser miembro de Los Pueblos más Bonitos de España ¿Qué le impide formar parte de esta asociación?
13. ¿Cree que la incorporación a esta marca de calidad fomentaría el desarrollo turístico y socioeconómico del pueblo? Si no es así, ¿por qué?