

# AGENDA URBANA 2022



AGENDA  
**2030**

■ AYUNTAMIENTO  DE LOJA ■



**3CS**  
ESTRATEGIA  
ECONÓMICA

# ÍNDICE.-

0.- Resumen Ejecutivo .....	4
1.- Introducción .....	7
2.- Diagnóstico .....	9
2.1.- Análisis Estadístico .....	11
2.1.1 Ámbito Territorial .....	11
2.1.2 Población.....	14
2.1.2.1 Crecimiento de la población.....	14
2.1.2.2 Envejecimiento de la población.....	16
2.1.2.3 Movimientos de la población .....	20
2.1.3 Mercado de trabajo.....	23
2.1.3.1 Paro .....	23
2.1.3.2 Contratos.....	26
2.1.3.3 Mercado de Trabajo desde un enfoque de género.....	29
2.1.4 Economía de la zona .....	33
2.1.4.1 Aprovechamiento de la tierra.....	33
2.1.4.2 Empresas.....	34
2.1.4.3 Renta .....	36
2.1.4.4 Desigualdad .....	42
2.1.4.5 Fuentes de Ingresos.....	43
2.1.4.6 Pensiones .....	44
2.1.4.7 ERTES durante la crisis del Covid-19.....	45
2.1.4.8 Entorno natural y Turismo .....	46
2.1.5 Cambio climático y energía .....	52
2.1.5.1 Energía .....	53
2.1.6. Movilidad .....	55
2.1.7 Vivienda .....	57
2.2.- Análisis Urbanístico.....	58
2.3.- Análisis Delphi.....	70
2.4.- Análisis DAFO.....	74
3.- Escenarios y Retos. ....	79
3.1.- Escenarios Estratégicos para Loja. ....	79
3.2.- Retos para Loja .....	82

<b>4.- Plan de Acción. ....</b>	<b>87</b>
4.1.- Fichas de las Acciones Estratégicas.....	88
4.2.- Financiación.....	89
<b>5.- Gobernanza, Participación y Seguimiento.....</b>	<b>91</b>
5.1.- Seguimiento y Evaluación .....	92
<b>6.- Agenda urbana española (aue).....</b>	<b>94</b>
6.1.- ¿Qué es la Agenda Urbana Española? .....	94
6.2.- Estructura de la AUE .....	94
6.3.- Diagnóstico de la AUE .....	95
6.4.- Marco estratégico .....	96
6.4.1.- Objetivos de la Agenda Urbana Española .....	96
6.4.2.- Indicadores de seguimiento .....	97
<b>ANEXOS .....</b>	<b>105</b>

## 0.- RESUMEN EJECUTIVO

El Ayuntamiento de Loja ha considerado preciso iniciar un proceso de elaboración participada de su Agenda Urbana, como sistema metodológico que impulse su estrategia de ciudad sostenible e inteligente para los próximos 8 años.

Una Agenda Urbana es un documento estratégico con carácter inspirador que, conforme a los criterios establecidos por la Agenda 2030 de la ONU, la Nueva Agenda Urbana de Naciones Unidas y la Agenda Urbana Española persigue el logro de la sostenibilidad en las políticas de desarrollo urbano. Es un proceso de materialización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (ODS) en las ciudades, para contribuir a un Planeta más sostenible. En concreto, Loja puede utilizar este modelo de trabajo para impulsar las estrategias que hagan mejorar su contribución y posición competitiva económica y social.

Un proyecto global para Loja requiere de la ejecución de diversos actores políticos, económicos y sociales que garanticen su continuidad, por lo que para la realización de esta agenda se ha potenciado una intensa participación ciudadana.

El Diagnóstico incluido en esta Agenda ha pretendido generar un consenso de opinión sobre la situación actual de Loja y cuáles deben ser sus retos de futuro. Se ha realizado analizando las estadísticas clave de la ciudad y sus características urbanísticas. Estos dos aspectos del análisis se han contrastado con las opiniones de diversas personas de Loja, expertas en diferentes materias, que han participado en el panel de investigación Delphi, así como el posterior desarrollo participativo que se ha ejecutado con grupos de trabajo, reuniones de expertos y consultas a las áreas de gestión del Ayuntamiento.

Los datos económicos que se exponen manifiestan que Loja se encuentra en un punto de inflexión. El reto demográfico y el desafío de encontrar nuevas vías para dotar de dinamismo y sostenibilidad a su economía serán claves para provocar un cambio en la tendencia de su realidad económica y social.

La ciudad no ha sabido o no ha podido canalizar adecuadamente una respuesta a las tensiones generadas por el cambio de modelo sociocultural y residencial. El resultado es un desequilibrio de la trama urbana y del tejido social, que podemos circunscribir fundamentalmente al casco histórico y barrios perimetrales. El territorio requiere de un nuevo modelo que permita adaptarse a las nuevas necesidades y a su dinamismo.

En el análisis DAFO de esta Agenda Urbana podemos observar los 7 aspectos más importantes del diagnóstico actual:

### Debilidades

- 1 Desconexión con anejos, río y vega

---

- 2 Ausencia motor económico conectado a cadenas de valor regionales

---

- 3 Modelo de movilidad no integrado y poco sostenible

---

- 4 Envejecimiento de la población

---

- 5 Culturas no integradas

---

- 6 Tasa de desempleo, calidad del empleo, e impacto en la mujer

---

- 7 Centro urbano degradado y en proceso abandono**

### Amenazas

- 1 Errónea planificación territorial y desarrollo enfocado a expansión

---

- 2 Descenso población -20.000 habitantes y aumento demanda servicios personas mayores

---

- 3 Completa desconexión social y económica con los Anejos

---

- 4 Zonas de pobreza y desintegración social

---

- 5 Riesgos en acuíferos por infraestructuras

---

- 6 Tendencia decremento económico y poblacional: pérdida de talento

---

- 7 Generar falsas expectativas a los turistas**

### Fortalezas

- 1 Localización geográfica central en Andalucía y comunicaciones A92/AVE

---

- 2 Riqueza patrimonio histórico, cultural, natural y paisajístico

---

- 3 Aumento de la conciencia de sostenibilidad

---

- 4 Abundancia y buena calidad del agua

---

- 5 Red de servicios cabecera de comarca

---

- 6 Casos de éxito en empresas agroalimentarias y hostelería/restauración

---

- 7 Disponibilidad de suelo industrial**

### Oportunidades

- 1 Capacidad de relación con otras ciudades

---

- 2 Agua como activo económico e identidad cultural

---

- 3 Conciencia ciudadana por la sostenibilidad. Evolución de la participación hacia gobernanza

---

- 4 Zonas a regenerar urbanísticamente: cultura y turismo vinculados a la conservación

---

- 5 Conexión del territorio: Desarrollo en torno al patrimonio cultural, histórico, natural y paisajístico

---

- 6 Importancia estratégica del sector agroalimentario

---

- 7 Capacidad en suelo industrial, y desarrollo y especialización logística**

Con a las reflexiones expuestas en el Diagnóstico de la Agenda Urbana, se han establecido **3 posibles escenarios futuros** que pueden afectar a Loja:

1. Loja pierde la frontera de los 20.000 habitantes.
2. Loja desarrolla su oferta turística.
3. Loja se incorpora a proyectos globales de crecimiento sostenible.

Atendiendo al diagnóstico, a la reflexión estratégica que ha provocado y la configuración de 3 posibles escenarios, se han consensado **4 retos estratégicos** a los que esta Agenda Urbana pretende dar solución:

- 1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo turístico, social, habitacional, comercial y ocio que complete un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**
- 2.- Utilizar su centralidad geográfica en Andalucía para cooperar con plataformas de transformación y distribución en los ejes de desarrollo regional.**
- 3.- Conectar a Loja con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino.**
- 4.- Convertir el deseo de participación social-empresarial-institucional en un proceso inteligente de apuesta por proyectos globales de evolución de Loja.**

Utilizando el diagnóstico de la Agenda, el Ayuntamiento ha impulsado un amplio proceso de participación presencial y online que ha recogido más de 130 propuestas de acciones, que una vez procesadas han dado lugar a 30 acciones estratégicas globales de la Agenda.

Finalmente, la estructura estratégica de la Agenda Urbana de Loja se compone de:

- **4 Retos Estratégicos propios de Loja**
- **10 Objetivos Estratégicos de Agenda Urbana Española.**
- **71 Objetivos Específicos de la Agenda Urbana Española.**
- **30 Acciones Estratégicas Globales propias de Loja.**

De esta forma, la Agenda Urbana contempla las estrategias de desarrollo de Loja para los próximos años, la Loja que se desea construir y la contribución que desde este territorio se realizará a la sostenibilidad de Andalucía y España en el horizonte 2030.

# 1.- INTRODUCCIÓN

Las estrategias de éxito de ciudades y pueblos de éxito son reconocidas por sus resultados. Hay una amplia conciencia y consenso de que estas estrategias existen, que alguien las ideó, las puso en marcha y un conjunto suficiente de instituciones, personas y empresas las mantienen en el tiempo. En este sentido, que una estrategia de ciudad sea reconocida por todos los actores que directa o indirectamente participan en ella es esencial.

El éxito de estas estrategias es un éxito colectivo que recae en quiénes las ejecutan, en la población, sus instituciones y organizaciones sociales y empresariales, que son las que las hacen posibles. Sin duda, una correcta redacción ayuda, por cuanto que es la base en la que sustentar la ilusión, osadía e el impulso que hay que tomar para alcanzar el escenario futuro deseado.

La contribución que las ciudades y pueblos realizan a la sostenibilidad del Planeta es cada vez más determinante. El 80% del PIB mundial se concentra en las grandes ciudades. En España ya viven en las ciudades más del 80% de la población. Andalucía, y en concreto la provincia de Granada, tienen todavía una estructura de ciudades medianas y pequeños núcleos de población que garantizan el asentamiento de la población, el cuidado de la naturaleza, el mantenimiento de la producción agrícola, abastecimiento estratégico del sector de la alimentación y la configuración de una calidad de vida y tradiciones muy singulares, apreciadas por la actividad empresarial y en mayor medida por la demanda turística. Un modelo que afronta el reto de integrarse en un presente de gran dinamismo sin perder su identidad y capacidad de aportar talento, innovación, y sostenibilidad.

Que un territorio esté inserto en una estrategia global, liderándola o formando parte de ella es fundamental para acceder a las cadenas de valor que la hacen útil. Útil para competir cooperando en esa cadena con otras ciudades, prestando servicios de calidad, utilizando la tecnología para ser eficiente, contribuyendo al progreso de su zona de influencia de forma que le permita retener y atraer al talento y al capital.

La eficacia en la prestación de los servicios públicos y privados desarrollada hoy en día bajo los parámetros de las Smart Cities condicionarán la evolución de las ciudades o su desaparición. Simplemente, con el tiempo, las ciudades serán Smart o dejarán de ser ciudades. Las que puedan continuar siéndolo consideran a la ciudadanía como el elemento más inteligente de su configuración, situando a la tecnología al servicio de las personas y no al revés.

El Ayuntamiento de Loja ha creído preciso iniciar un proceso de elaboración participada de su Agenda Urbana, como sistema metodológico que impulse su estrategia de ciudad sostenible e inteligente para los próximos 10 años.

Una Agenda Urbana es un documento estratégico sin carácter normativo que, conforme a los criterios establecidos por la Agenda 2030 de la ONU, la Nueva Agenda Urbana de Naciones Unidas y la Agenda Urbana Española persigue el logro de la sostenibilidad en las políticas de desarrollo urbano. Es un proceso de impulso para la materialización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (ODS) en las ciudades, para contribuir a un Planeta más sostenible.

Siendo conscientes de que un proyecto global de ciudad supera en el tiempo a más de una legislatura municipal y de que su ejecución no depende en exclusiva del liderazgo en solitario

del Ayuntamiento, la formulación de esta Agenda Urbana de Loja se establece en base a la participación público-privada-social del Municipio.

En el proceso de elaboración de esta propuesta de diagnóstico ya se ha contado con la participación de los diferentes grupos políticos que conforman la actual corporación municipal, se han iniciado los trabajos de participación de los responsables de áreas municipales informándoles de este proceso y se ha realizado una campaña de captación de residentes voluntarios y voluntarias con los que analizar este diagnóstico, como punto de partida para elaborar las propuestas que contemplará la Agenda Urbana de Loja.

Este diagnóstico se presenta como un punto de partida para generar un consenso de opinión sobre la situación actual de Loja y cuáles deben ser sus retos de futuro.

Evaluaciones del diagnóstico, consultas sobre las 10 áreas de desarrollo que establece la Agenda Urbana Española, grupos de trabajo para idear objetivos y actuaciones concretas de futuro, serán los próximos pasos a seguir en la elaboración de la Agenda Urbana de Loja.

Se inicia, por lo tanto, un proceso de gobernanza que garantice la participación ciudadana, empresarial e institucional de forma ordenada, y que permita a un representativo Comité Estratégico recibir una propuesta de Agenda Urbana, desarrollarla, validarla y elevarla al pleno municipal de Loja en los próximos meses.

Para ello, el equipo redactor de esta Agenda Urbana se integrará en un Comité Ejecutivo compuesto por las áreas de Alcaldía y Participación Ciudadana y Comunicación, con el objetivo de configurar los pasos a seguir en la elaboración de esta estrategia.

Loja, con este proceso, estará más preparada para acometer la transformación que nos ofrece, de la mano de la Unión Europea, el nuevo marco financiero de Recuperación, Transformación y Resiliencia (2.021-2.027).

Invitamos a toda la población de Loja, así como a sus representantes, a participar en este apasionante proceso de idear qué Loja queremos construir en los próximos años.

## 2.- DIAGNÓSTICO

El municipio de Loja presenta una serie de características socio económicas que nos permiten afirmar que se encuentra en un punto de inflexión cara a su desarrollo futuro.

La configuración territorial de Loja nos presenta un municipio con 16 núcleos de población para un total de 20.419 habitantes, lo que supone todo un reto no sólo para la prestación de servicios públicos sino para el mantenimiento de los estándares de calidad de estos.

Desde 2.010 hasta 2.020 Loja presenta un lento pero constante proceso de pérdida de población, que se ha materializado en una pérdida del 5,85% de sus habitantes, dibujando un escenario en el que, de mantenerse la tendencia, podría descender de la barrera de los 20.000 habitantes en un período inferior a 5 años.

Una consecuencia adicional de la pérdida de población es el envejecimiento de esta, situándose en una media de edad de 42.71 años, dato ligeramente superior al de la provincia de Granada y que tiene su reflejo en una pirámide poblacional con forma regresiva.

El efecto combinado de la pérdida de población y el envejecimiento de esta es la evolución de la curva del índice de dependencia. Desde 2.014, año en que convergen los índices de dependencia de mayores y jóvenes, la curva del índice de dependencia de mayores se presenta con forma ascendente.

El municipio ha presentado saldos migratorios negativos desde 2.010 que se han empezado a recuperar desde 2.018, superando en 2.019 a los previos a la crisis económica de 2.009. En 2.020 el número de habitantes de otras nacionalidades ascendió a 975 (4,77% de la población total de Loja), con un porcentaje creciente de ciudadanos marroquíes.

En lo referente al empleo, desde 2.012 a 2.020 Loja no ha presentado valores inferiores al 20% de tasa de paro, si bien cabe señalar que partía de valores próximos al 30% al inicio de la serie con una suave tendencia decreciente que se ha visto frenada por la crisis sanitaria de la Covid-19. Por tramos de edad, el grupo comprendido entre 25 y 44 años es el más afectado, concentrándose de forma dramática en las mujeres.

Por sectores, el desempleo se ha centrado en los últimos cinco años en el sector servicios, seguido de la agricultura.

La evolución gráfica de la contratación presenta unos picos de sierra característicos que se asocian con la temporalidad de la principal actividad económica, la agricultura. La temporalidad de la contratación alcanza el 97,65% en el período 2.010 a 2.020 y se concentra, como cabía esperar, en el sector agrícola.

El análisis del mercado de trabajo de Loja desde una perspectiva de género arroja como resultado una profunda brecha entre hombres y mujeres, más acusada si cabe que la de la provincia de Granada.

La economía del municipio se sustenta sobre la agricultura, destacando el cultivo del olivar y el espárrago. A cierre de 2.020 había registradas 1.238 empresas en el municipio, cifra prácticamente igual a 2.019. Este hecho resulta singular si tenemos en cuenta que, a nivel provincial y nacional, el número de empresas aumentó de forma más significativa.

El sector comercio es el que más fluctuaciones presenta junto a servicios, resultando relevante la caída gradual del número de empresas del sector industrial.

Respecto al tamaño de las empresas de Loja en términos de número de empleados, sólo el 8% de estas tiene más de seis asalariados, siendo mayoritariamente empresas sin asalariados (55%) o con un máximo de cinco (36%).

La renta media declarada 2.018 por habitante asciende a 11.696€ anuales, siendo una de las más bajas de la provincia de Granada (16.295€ de renta media declarada). La brecha con respecto a la media nacional se aproxima a los 10.000€ menos de renta media declarada.

El número de pensiones en 2.019 ascendió a 4.571, lo que supone un 23% sobre el total de la población del municipio; la pensión media por incapacidad y jubilación se situó en los 794€ y 782€, respectivamente.

Desde el punto de vista del turismo, si bien Loja se sitúa en posición central en Andalucía con un importante entorno natural, la mayor parte de los datos de ocupación turística se refieren a la Comarca de Poniente, en la que queda inserta el municipio. Merece la pena destacar que Poniente es el territorio de la provincia de Granada con la cuota más baja de viajeros de la provincia en 2.019.

Los datos anteriormente expuestos ponen de manifiesto que, como y señalamos al inicio de este apartado, el municipio de Loja se encuentra en un punto de inflexión en el que el reto contra la despoblación y el desafío de encontrar nuevas vías para dotar de dinamismo y sostenibilidad a su economía, serán claves para provocar un cambio en la tendencia de sus datos socio económicos.

## 2.1.- Análisis Estadístico

Las fuentes empleadas para las estadísticas de este trabajo de investigación son: SIMA, SEPE, INE, el Ayuntamiento de Loja y el observatorio turístico de la provincia de Granada.

### 2.1.1 ÁMBITO TERRITORIAL

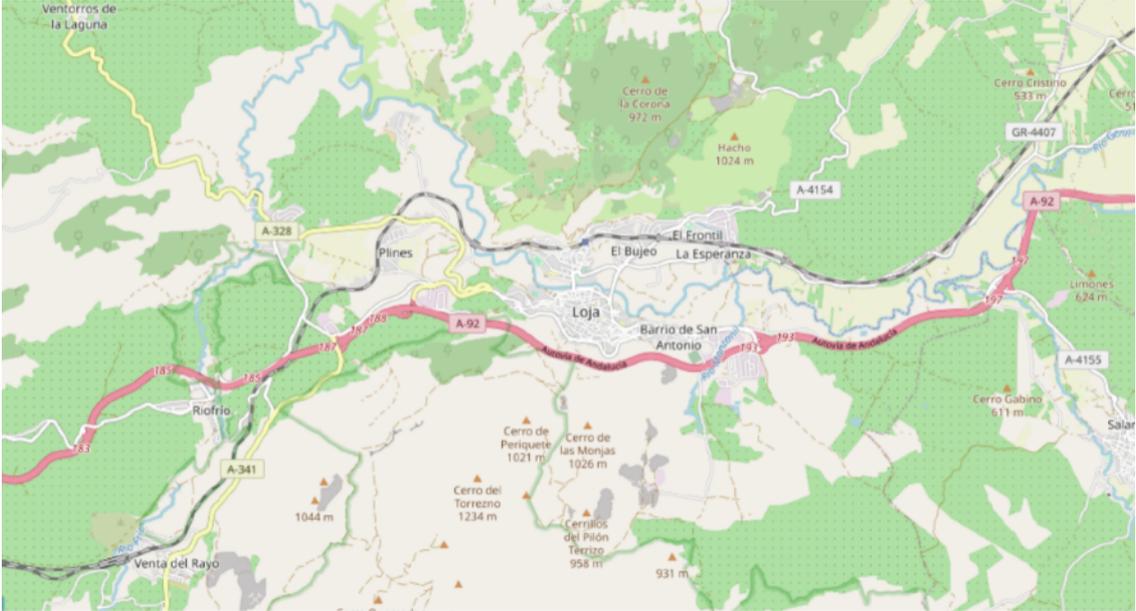
Loja se encuentra situada en el límite occidental de la provincia de Granada, linda con las provincias de Málaga y Córdoba y es el municipio más poblado de la comarca que lleva su mismo nombre. Los habitantes del Municipio se dividen en 16 núcleos de población y un total de 20.419 habitantes.

TABLA 1: NÚCLEOS DE POBLACIÓN DE LOJA

	<b>Ambos</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
Palma (la)	224	106	118
Fuente Camacho	328	170	158
Loja	14.334	7.062	7.272
Riofrío	240	116	124
Ventorros de Balerna	132	68	64
Ventorros de la laguna	231	115	116
Ventorros de san José	653	335	318
Cuesta blanca	45	22	23
Esperanza (la)	230	115	115
Fábrica (la)	378	199	179
Frontil (el)	382	198	184
Barrio san antonio	1.211	612	599
Atajea	28	14	14
Venta del rayo	293	153	140
Venta santa bárbara	125	56	69
Bujeo (el)	492	257	235
Población en diseminados	1.093	578	515

*(elaboración propia, fuente: SIMA)*

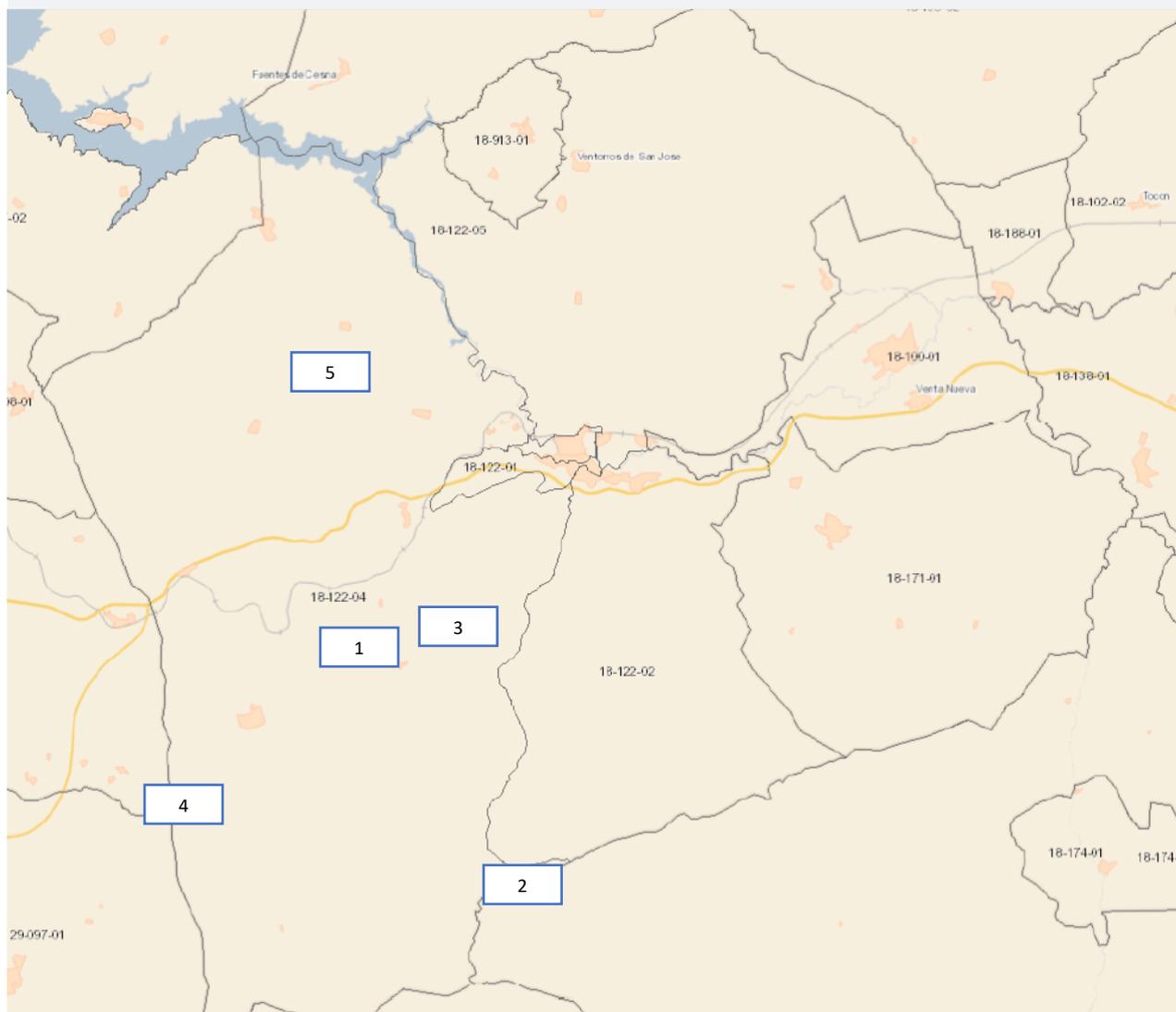
A nivel geográfico, Loja tiene una superficie de 447.3 km<sup>2</sup>, se encuentra en el valle del río Genil, entre la Sierra de Loja y el Monte Hacho. En términos de distancia, 53.9 km la separan de Granada Capital, y entre 60 y 70 km de Málaga Capital, conectándose con ambas a través de la Autovía A-92.



(REDIAM 2021)

## Distritos censales de Loja

Loja se divide en 5 distritos censales, permitiendo esta información establecer diferentes comparativas de datos socioeconómicos entre dichos distritos.

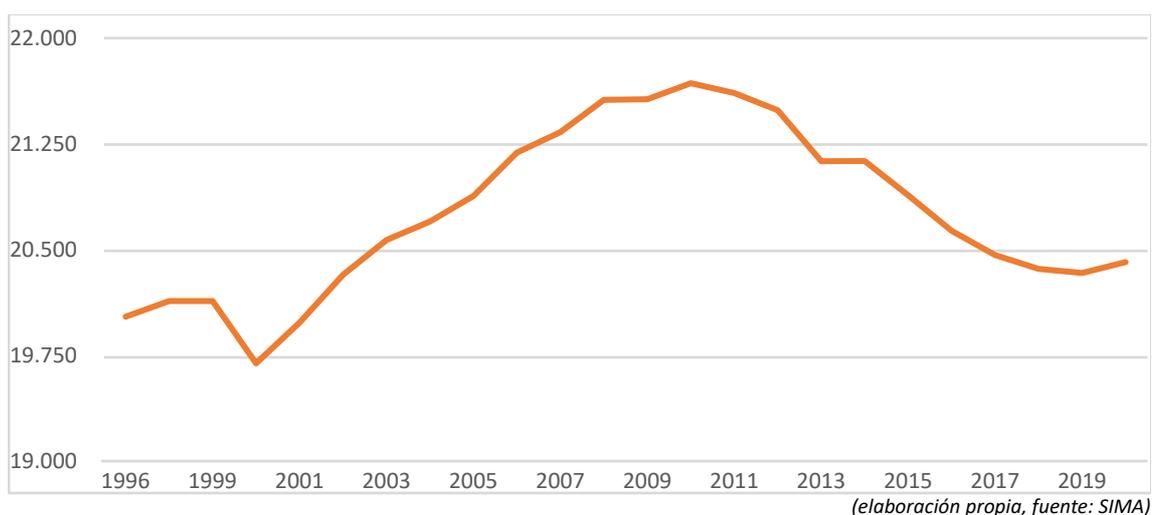


## 2.1.2 POBLACIÓN

### 2.1.2.1 Crecimiento de la población

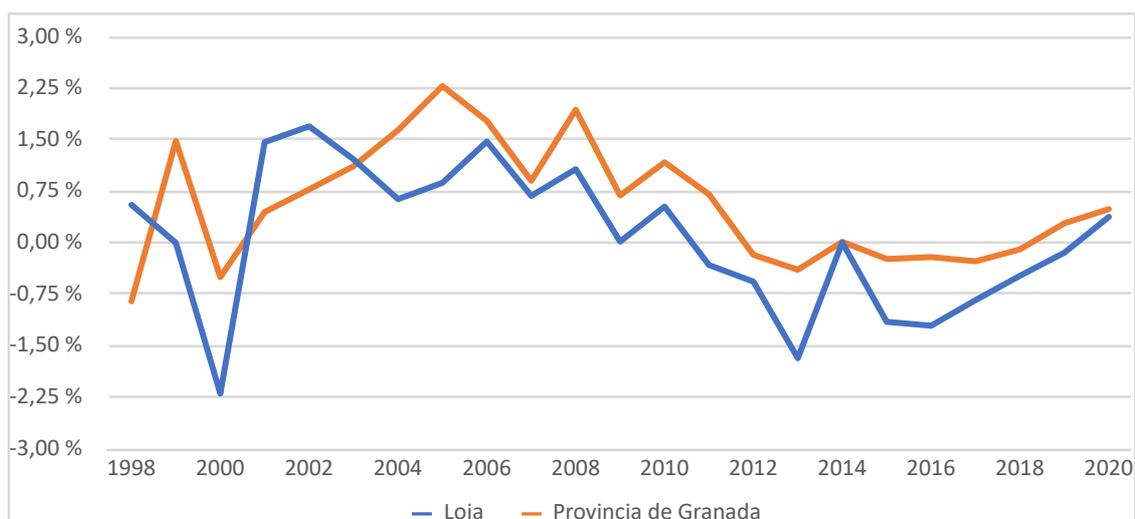
Loja cuenta, a cierre de 2020, con una población de 20.419 habitantes distribuida de manera relativamente uniforme por sexos. Al contrario de otras localidades de tamaño similar, la población de Loja se ha visto incrementada durante el comienzo de este siglo, si bien a partir de la crisis de 2008 se frenó dicha tendencia y tomó una senda de decrecimiento. Entre 2010 y 2020 la población de Loja ha disminuido un 5.85%, lo que constituye 1.269 habitantes menos.

GRÁFICO 1: EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LOJA



Si se compara el crecimiento demográfico de Loja con el de la provincia de Granada en términos porcentuales, se puede observar que siguen tendencias parecidas, especialmente desde 2008.

GRÁFICO 2: EVOLUCIÓN DEL CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN



(elaboración propia, fuente: SIMA, INE)

Como consecuencia de dicha disminución, la densidad de población también ha descendido, pasando de 48,46 a 45,65 habitantes por km<sup>2</sup>.

Un 80,30% de la población habita en agrupaciones urbanas (conglomerado de celdas contiguas de 1 km<sup>2</sup> con una densidad de al menos 300 habitantes por km<sup>2</sup> y que conjuntamente agrupan al menos 5.000 habitantes), y el resto, en celdas de malla rurales (con baja densidad de población). Es por ello por lo que se clasifica Loja como zona de densidad intermedia.

A pesar del descenso de población, se han seguido formando hogares en los últimos 4 años, dando como resultado la reducción del tamaño medio de estos.

**TABLA 2: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE HOGARES Y SU TAMAÑO**

	2017	2018	2019	2020
Número total de hogares	7.827	7.827	7.878	7.869
Tamaño medio de los hogares	2,59	2,58	2,56	2,57

*(elaboración propia, fuente: INE)*

**TABLA 3: PORCENTAJE DE HOGARES UNIPERSONALES**

Porcentaje de hogares unipersonales

Distrito 1	31,6
Distrito 2	24,1
Distrito 3	26,2
Distrito 4	29,1
Distrito 5	25,8

*(elaboración propia, fuente: INE)*

### 2.1.2.2 Envejecimiento de la población

La media de edad de la población de Loja es, a cierre de 2020, de 42,71 años: los habitantes de nacionalidad española tienen de media 42,91 años, y los del resto de nacionalidades 38,61 años. Por sexos, las mujeres superan en más de 2 años y medio la media de edad de los hombres.

Se puede observar que la media de edad de Loja, a pesar de ser más alta que la media andaluza, se encontraba por debajo de la media nacional.

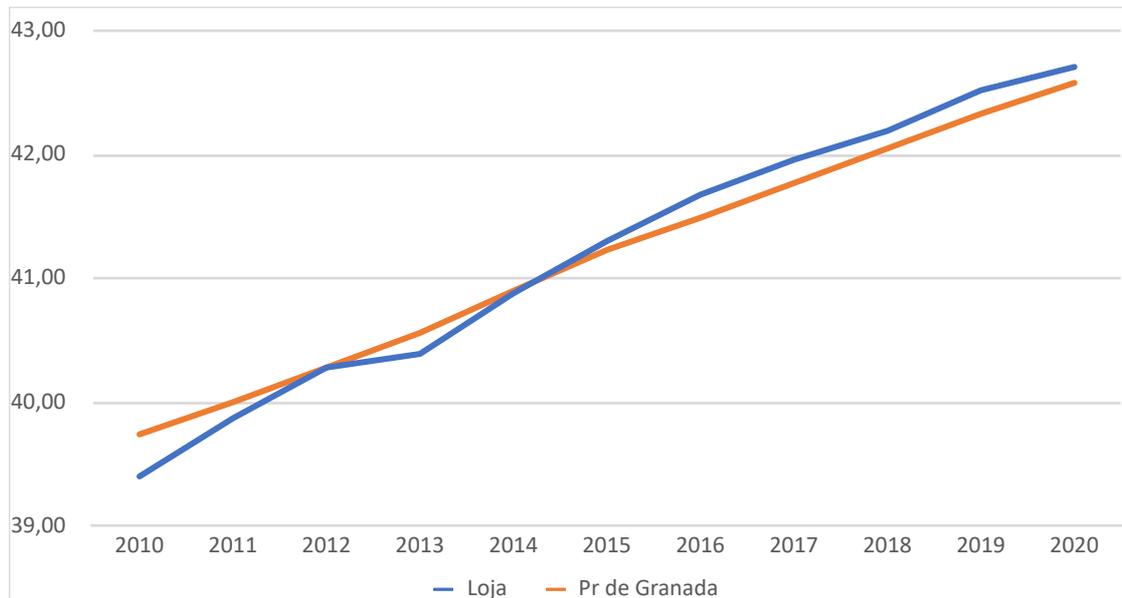
TABLA 4: EDAD MEDIA DE LA POBLACIÓN POR SEXO 2019

Edad media de la población por sexo 2019	Hombres	Mujeres
Loja	42.25	44.78
Andalucía	41.28	43.54
España	42.51	45.06

(elaboración propia, fuente: INE)

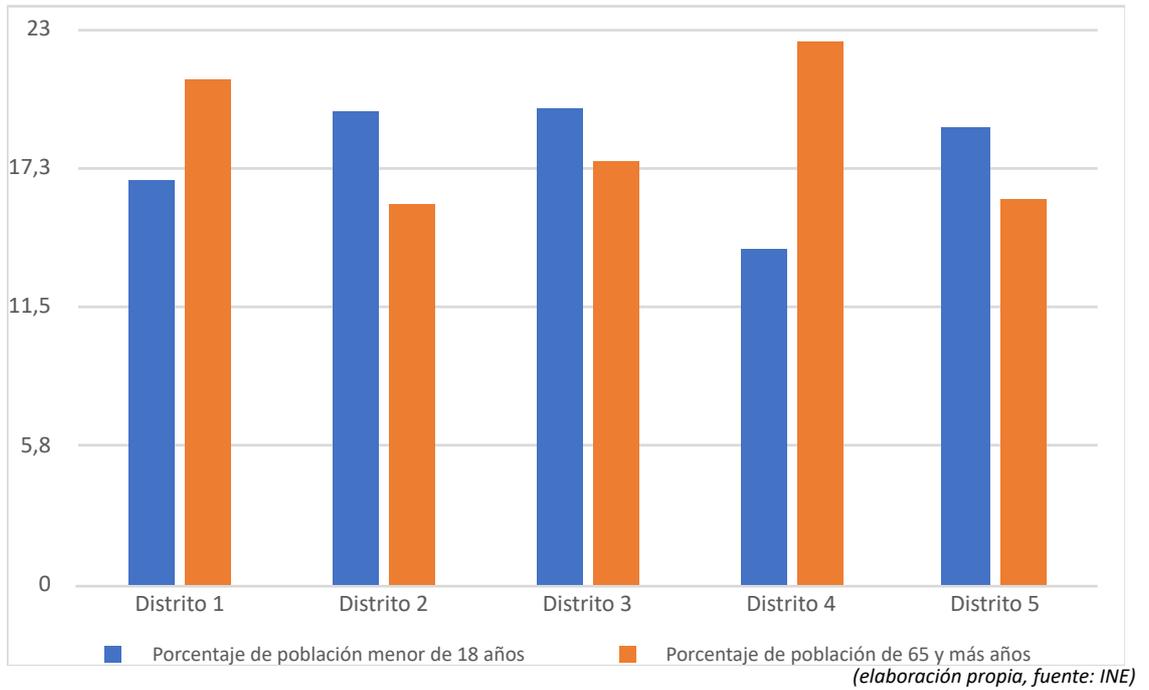
Si comparamos la evolución de la edad media de Loja con la de Granada provincia, desde 2014 Loja supera ligeramente en envejecimiento de la población a la media de la provincia.

GRÁFICO 3: EVOLUCIÓN DE LA MEDIA DE EDAD



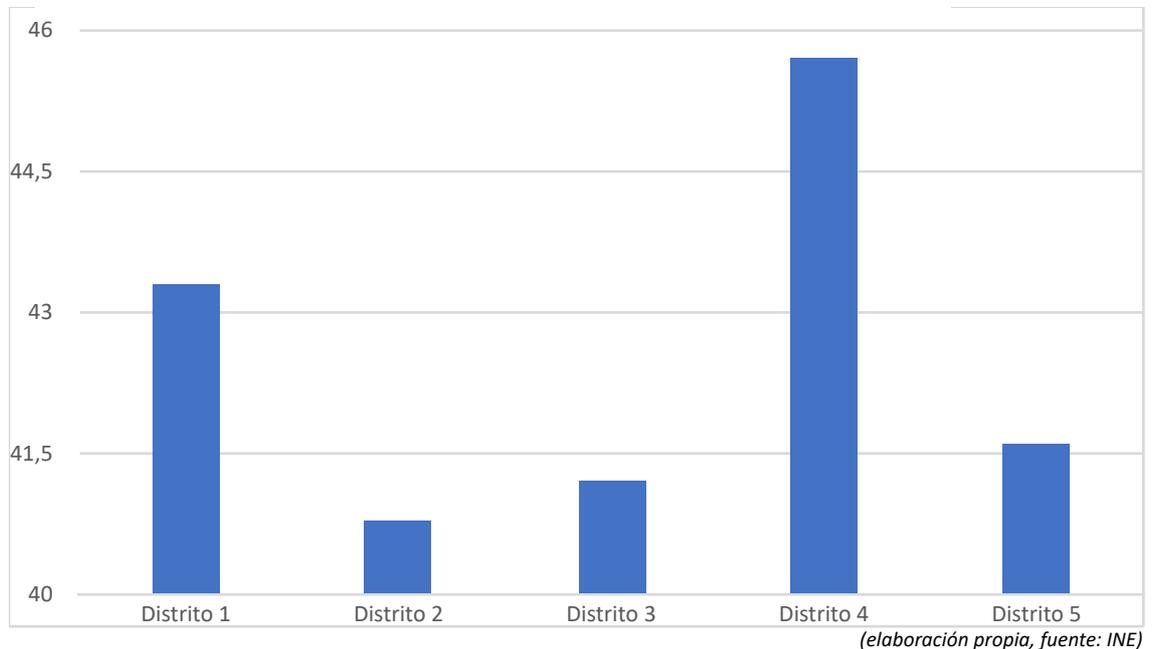
(elaboración propia, fuente: INE)

**GRÁFICO 4: PORCENTAJE DE POBLACIÓN JOVEN Y MAYOR EN LOJA 2018**

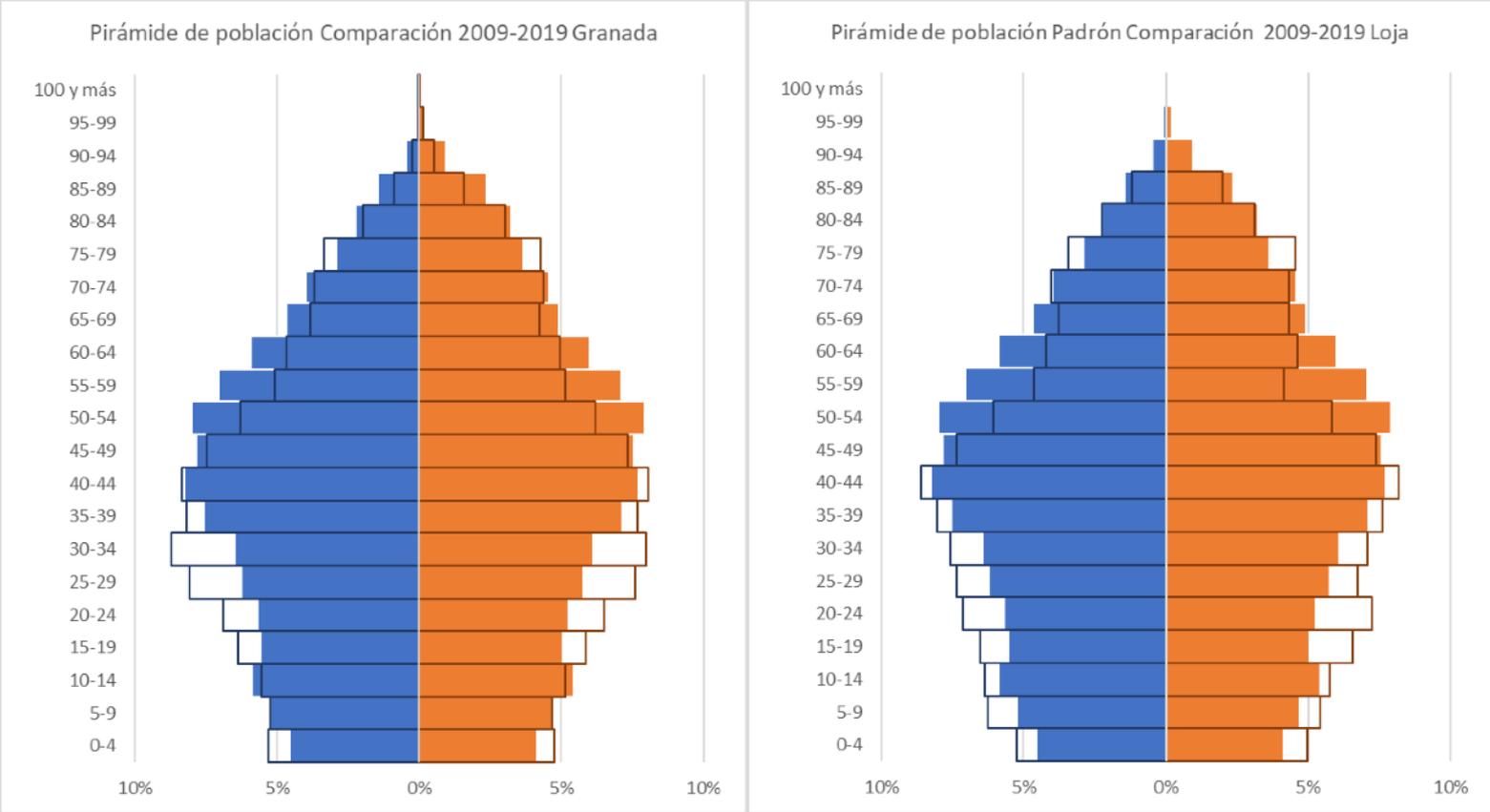


En el análisis de la edad media por distritos, se aprecia una media de edad más elevada en el distrito 4, situándose en casi 46 años; siendo las más bajas las del distrito 2 y 3 (entre 40 y 41 años). La proporción de mayores de 65 años frente a la de menores de 18 años también es mayor en los distritos 4 y 1, mientras que en el resto es mas alto el porcentaje menores de 18 años.

**GRÁFICO 5: EDAD MEDIA DE LA POBLACIÓN EN 2018 POR DISTRITOS**



La Pirámide de población vuelve a confirmar el envejecimiento progresivo de la población de Loja, lo cual unido a un saldo migratorio generalmente negativo, se concreta en un problema de despoblación que amenaza el sostenimiento de la barrera de los 20.000 habitantes. Si comparamos con Granada provincia se puede apreciar que el cambio estructural de la población de Loja, aunque sigue la misma tendencia (en ambos casos se agudiza su forma regresiva) es más acusado.

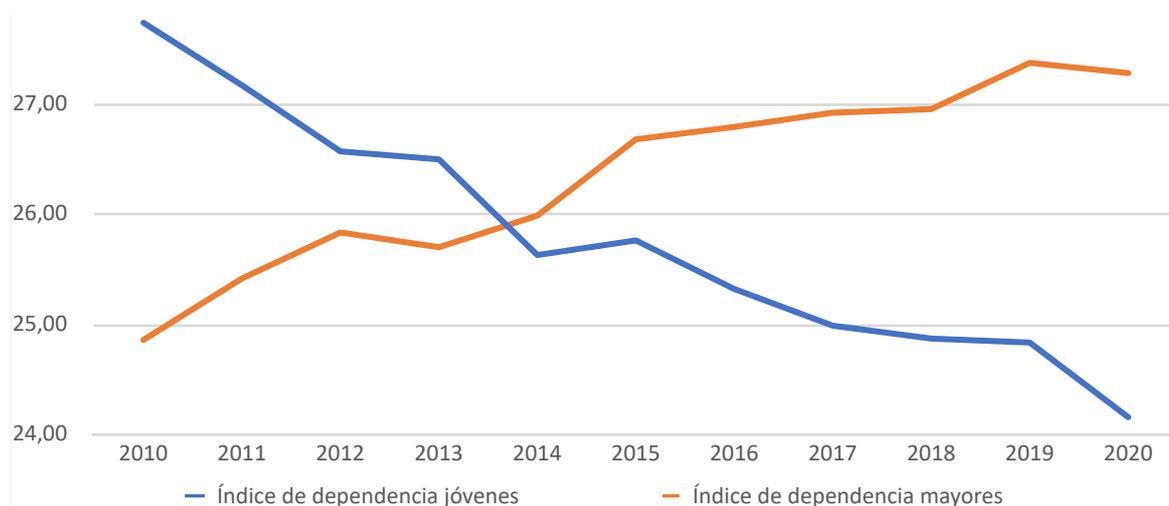


(elaboración propia, fuente: INE)

Mujeres 2009
  Mujeres 2019
  Hombres 2009
  Hombres 2019

Al envejecer la población y disminuir la natalidad, se observa un cambio bastante significativo en la tendencia que se visualiza en los gráficos de evolución de los índices de dependencia (que indican en forma de porcentaje la relación existente entre la población y la población productiva de la que aquella depende). Tradicionalmente el índice de dependencia juvenil era el más alto, pero ha ido disminuyendo en los últimos años y se ha visto sobrepasado por el índice de dependencia de mayores, con tendencia claramente ascendente.

GRÁFICO 6:EVOLUCIÓN DE ÍNDICES DE DEPENDENCIA

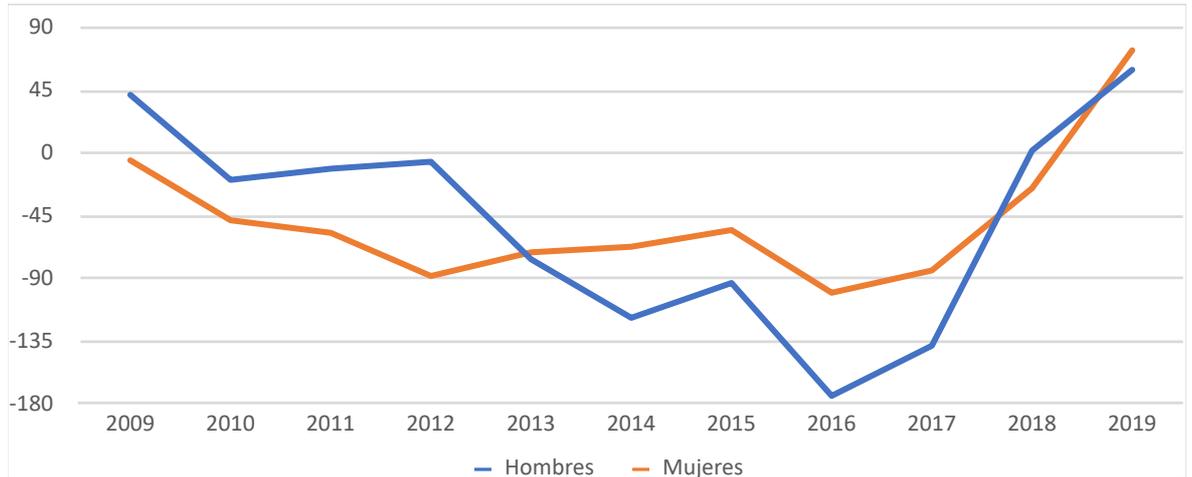


(elaboración propia, fuente: SIMA)

### 2.1.2.3 Movimientos de la población

A pesar de la tendencia claramente bajista del saldo migratorio de Loja (número de inmigrantes menos número de emigrantes) al inicio de la serie 2009-2019, en 2016 se revierte y alcanza en 2019 valores superiores a los de inicio de la serie y que provienen de los inicios de la crisis económica de 2008.

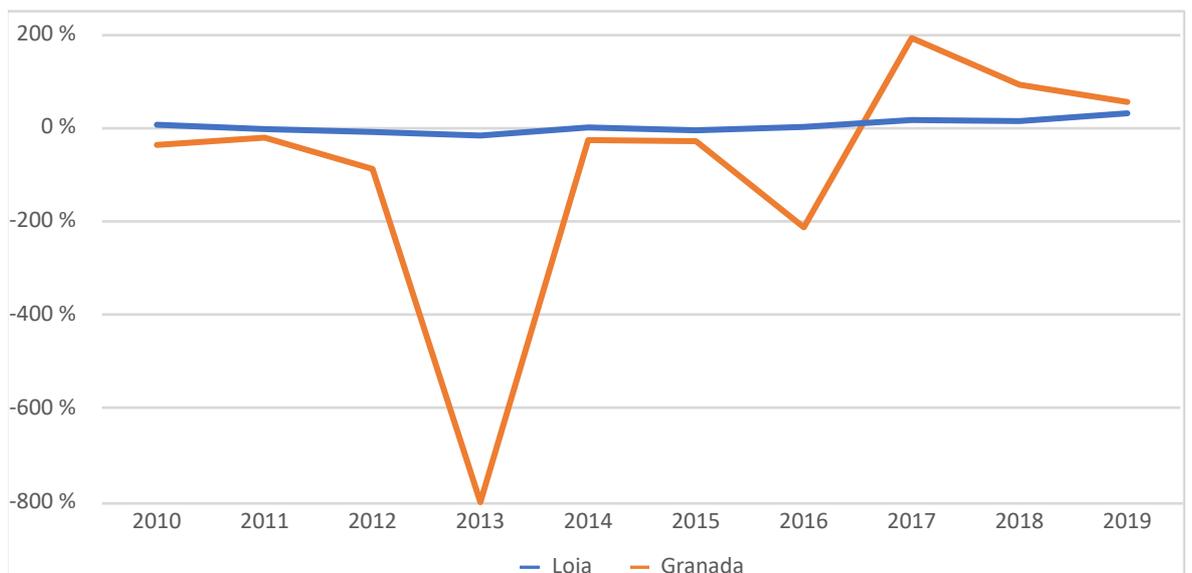
GRÁFICO 7: EVOLUCIÓN DEL SALDO MIGRATORIO



(elaboración propia, fuente: SIMA)

Sin embargo, si comparamos con la tasa de variación interanual del saldo migratorio de Loja con el de la provincia, se puede observar que, en términos porcentuales, dicho saldo migratorio se ha mantenido bastante estable.

GRÁFICO 8: COMPARACIÓN DEL SALDO MIGRATORIO



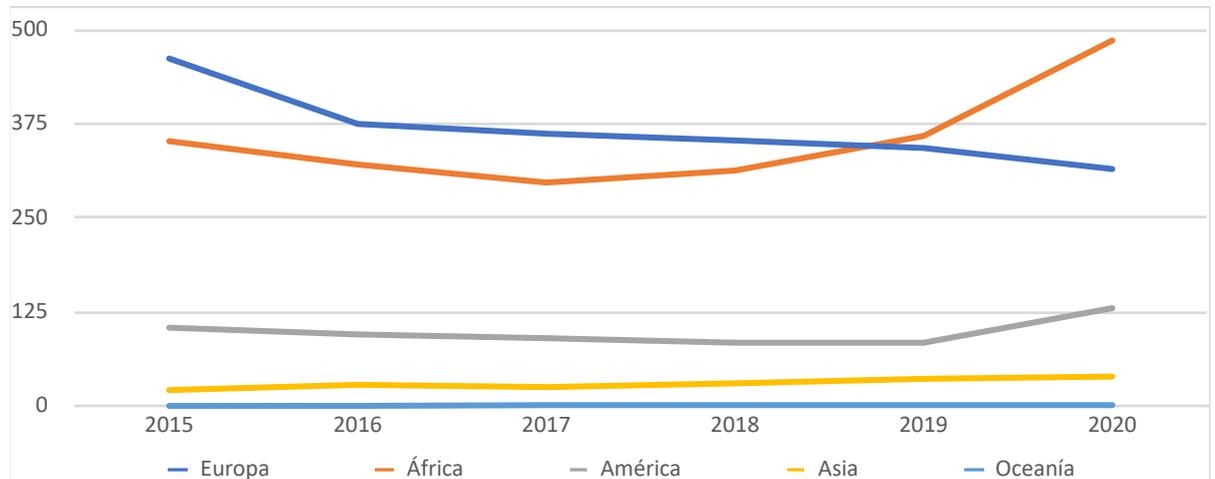
(elaboración propia, fuente: SIMA, INE)

Analizada la serie 2015 a 2020, la población extranjera en Loja se ha incrementado en casi un 4%, observándose un cambio en las zonas geográficas de origen: en 2015 los nacionales procedentes de países europeos solían ser los principales inmigrantes de la localidad, pero en los últimos 5 años su población se ha visto disminuida en un 32%, especialmente por la disminución de habitantes de Reino Unido (de 227 a 167) y Rumanía (de 140 a 70).

Por otra parte, los inmigrantes de origen africano han tomado el relevo a los europeos, siendo ya el primer continente entre la población extranjera de Loja debido, fundamentalmente, a la población procedente de Marruecos, que ha aumentado en casi un 40% de 2015 a 2020. Este es el principal distintivo migratorio con respecto a la provincia de Granada, que, si bien refleja una tendencia al alza de los inmigrantes africanos, mantiene relativamente estable en los últimos años el número de ciudadanos europeos inmigrantes.

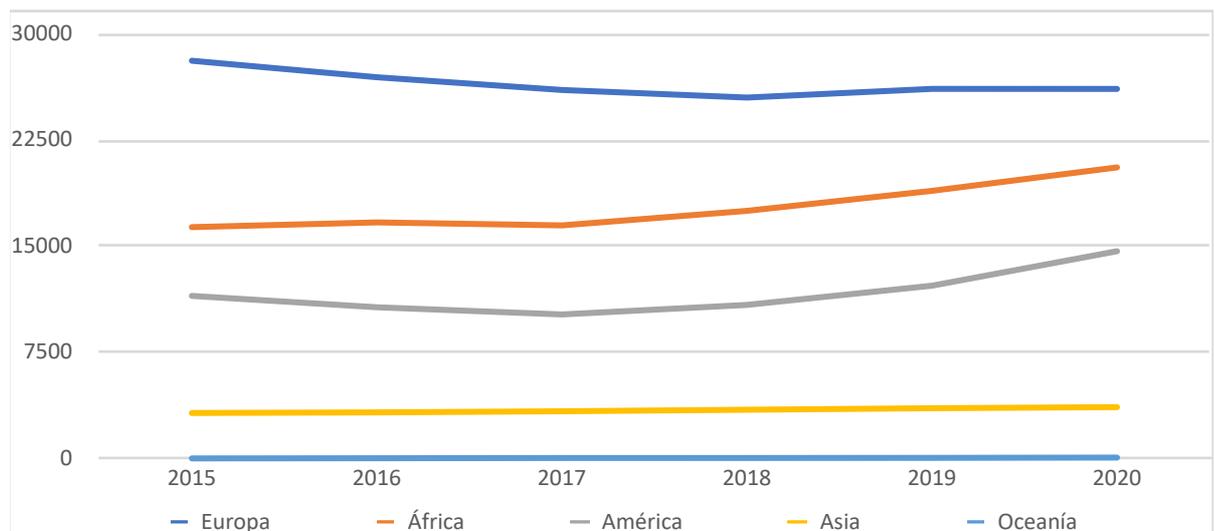
En total en 2020 había 975 habitantes extranjeros, un 4,77% de la población total del municipio de Loja.

**GRÁFICO 9:EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EXTRANJERA EN LOJA**



(elaboración propia, fuente: SIMA)

**GRÁFICO 10:EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EXTRANJERA EN GRANADA**



(elaboración propia, fuente: INE)

Como conclusión, los diferentes datos demográficos analizados y sus gráficas de evolución no sólo muestran sino ratifican la existencia de un problema de despoblación que, si bien es más acusado en otros territorios de la provincia, revela dificultades a corto plazo para mantener la población de Loja por encima de los 20.000 habitantes. Baja tasa de natalidad y envejecimiento de la población, que no se equilibran a través de flujos migratorios, son las causas fundamentales de esta situación.

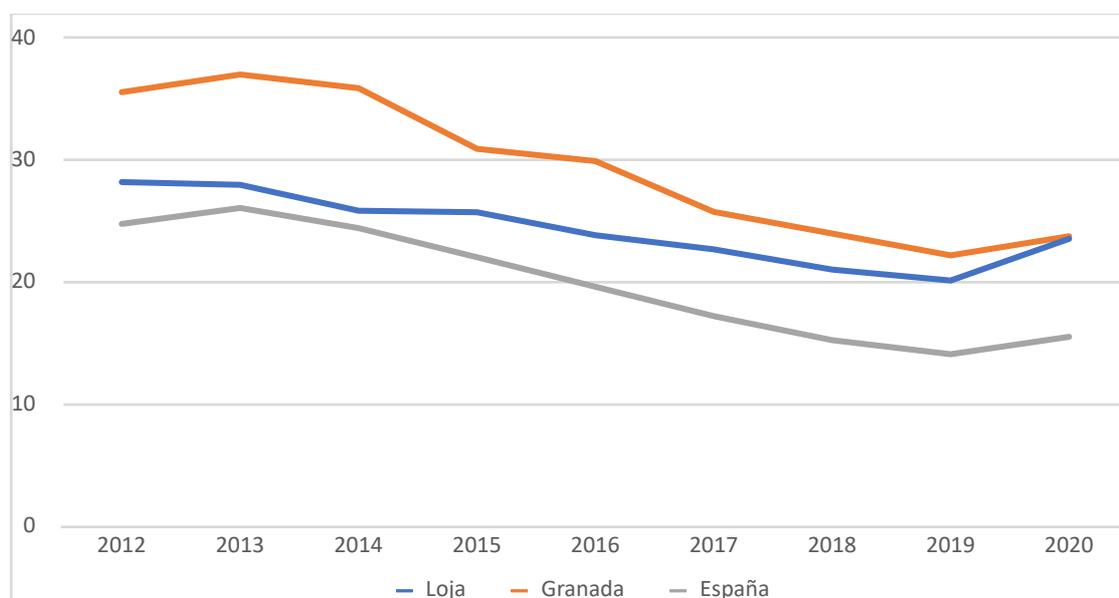
## 2.1.3 MERCADO DE TRABAJO

### 2.1.3.1 Paro

Cómo se observa en las gráficas de evolución, la tasa de paro ha ido disminuyendo progresivamente desde el pico máximo asociado a la crisis económica de 2012. Esta evolución positiva se ha visto frenada por la crisis de la COVID-19 en 2020. Debe matizarse en los resultados prepandemia el hecho de que estos datos están influenciados por el efecto del saldo migratorio negativo, que implicaría la salida del mercado de desempleados que abandonan el municipio.

Si comparamos la evolución tasa de paro de Loja con la del total nacional y provincial, observamos que, por una parte, en ningún momento en la serie analizada baja del 20%, y que su recuperación es más lenta. En 2020, fruto de la crisis de la COVID19, Loja y Granada provincia convergen, situándose ambas por encima de la media nacional y con una mayor brecha.

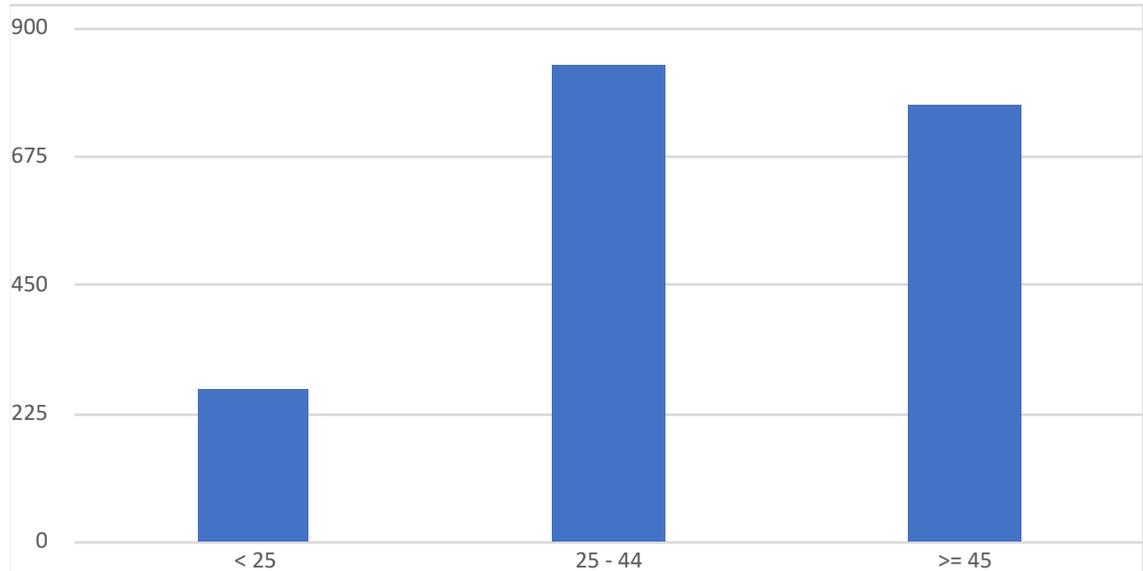
GRÁFICO 11: EVOLUCIÓN DE LA TASA DE PARO



(elaboración propia, fuente: INE)

En general, el tramo de edad más afectado por el paro es el de 25 a 44 años, siendo el siguiente grupo más afectado el de mayores de 45 donde, además, la diferencia entre hombres y mujeres es mucho menor. El grupo de edad de los menores de 25 años es el menos afectado.

**GRÁFICO 12: MEDIA DE PARADOS 2020 POR EDAD LOJA**



(elaboración propia, fuente: SIMA)

El sector que más desempleo ha producido en los últimos 5 años y que más se ha visto afectado por la pandemia ha sido el de los Servicios, con cerca de 50% del total registrado en 2020. La Agricultura fue el segundo sector generador de paro, dato singular si se compara con datos regionales y nacionales, en los cuales destacan los parados sin empleo anterior, que rebasan el sector de la agricultura en una proporción importante.

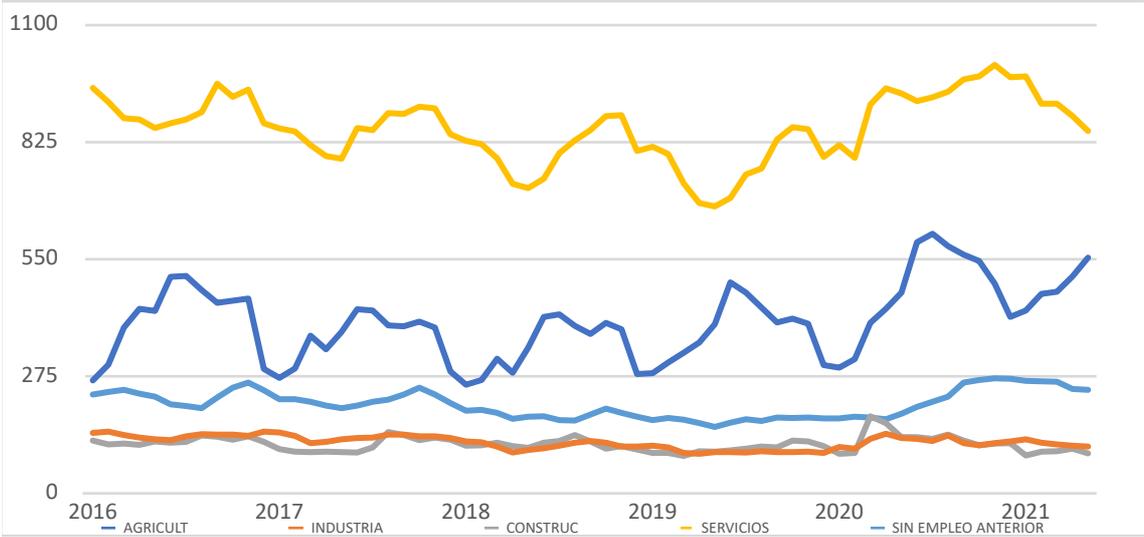
**GRÁFICO 13: PROMEDIO DE PARO MENSUAL 2020 POR SECTORES**



(elaboración propia, fuente: SIMA, INE)

Desde 2016, la tendencia de paro en Servicios se inclinaba ligeramente a la baja hasta que se vio alterada por la crisis del Covid-19, mientras que la tendencia en Agricultura ya iba poco a poco al alza, pero suavizando levemente la marcada estacionalidad.

GRÁFICO 14: EVOLUCIÓN DEL PARO SEGÚN SECTOR

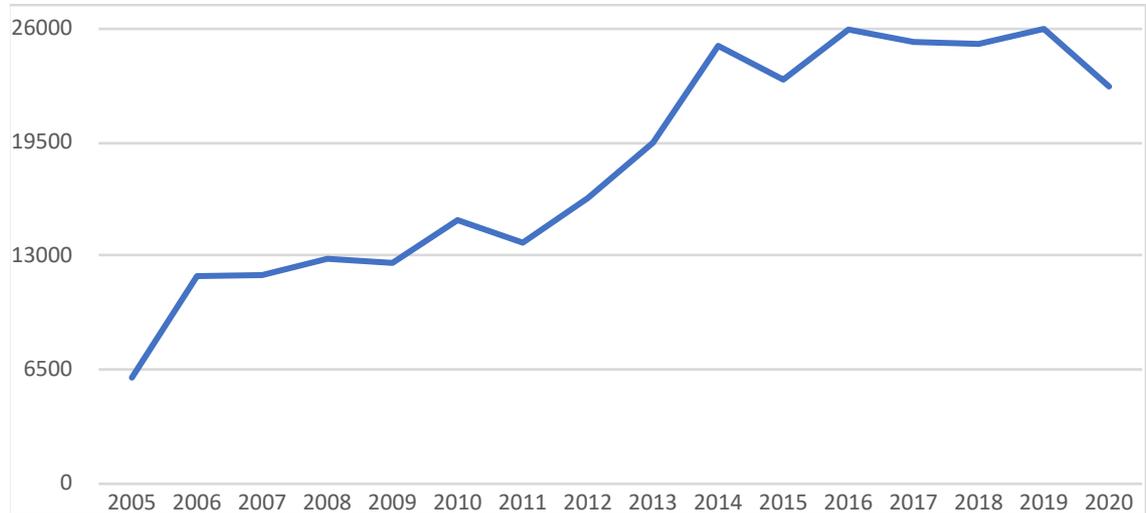


(elaboración propia, fuente: SIMA)

### 2.1.3.2 Contratos

Podemos observar un incremento del número de contratos de trabajo en Loja, especialmente acusado de 2.011 a 2.014, y que se ha visto frenado con la crisis de la pandemia, pero no de forma drástica.

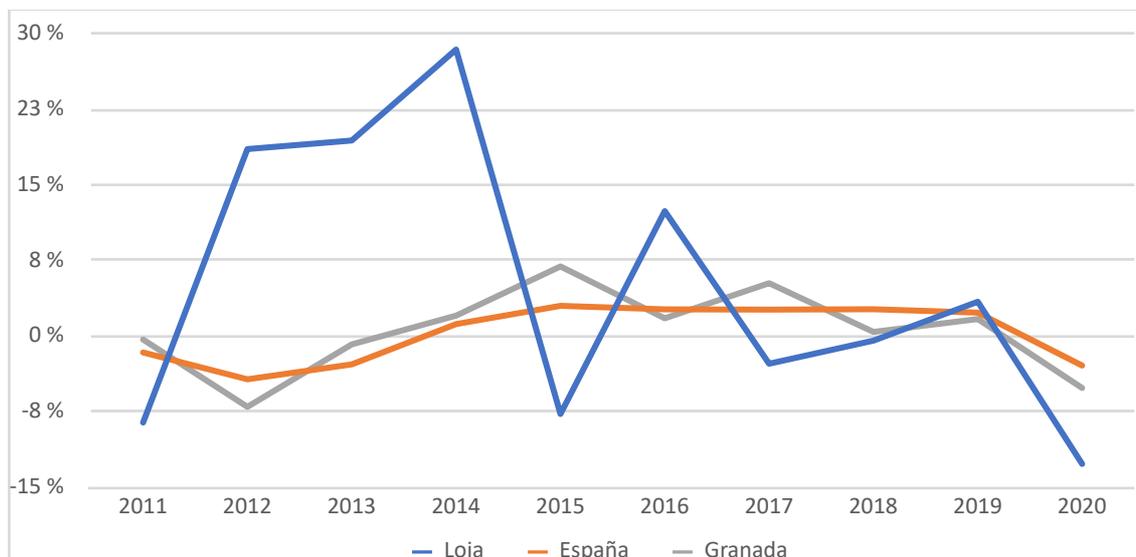
GRÁFICO 15: EVOLUCIÓN DE LOS CONTRATOS EN LOJA



(elaboración propia, fuente: SEPE)

Al comparar la evolución de la contratación se puede apreciar que el crecimiento del número de contrataciones en Loja se incrementa y decrementa de una manera bastante más brusca que la media provincial y nacional, sin seguir una tendencia clara.

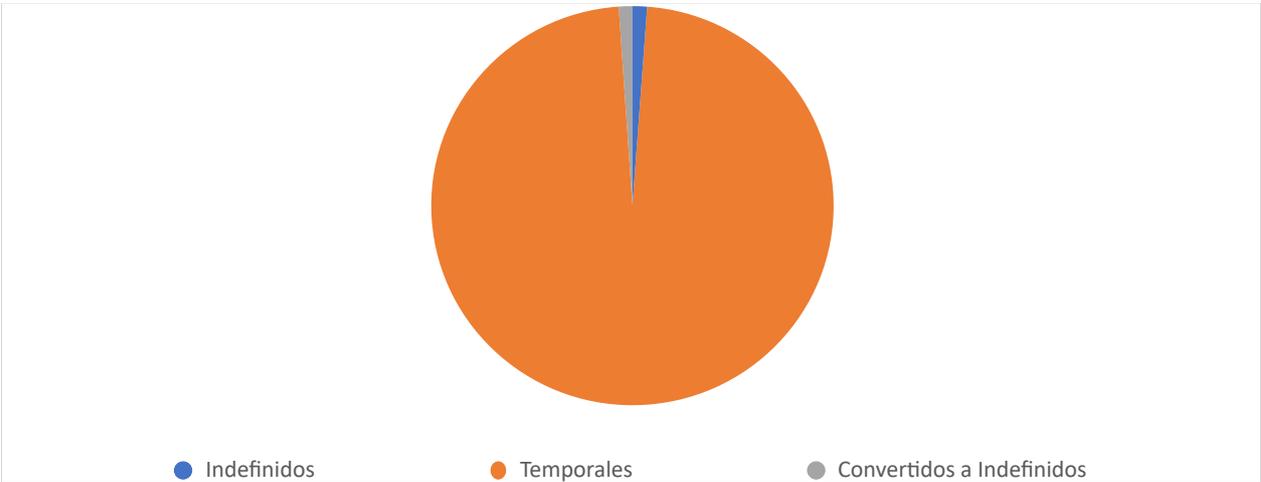
GRÁFICO 16: CRECIMIENTO DE LA CONTRATACIÓN



(elaboración propia, fuente: SEPE)

La tasa de temporalidad de las contrataciones es bastante alta. La media de los contratos registrado en los últimos diez años refleja que un 97,65% son temporales, frente a un 2,35% indefinidos.

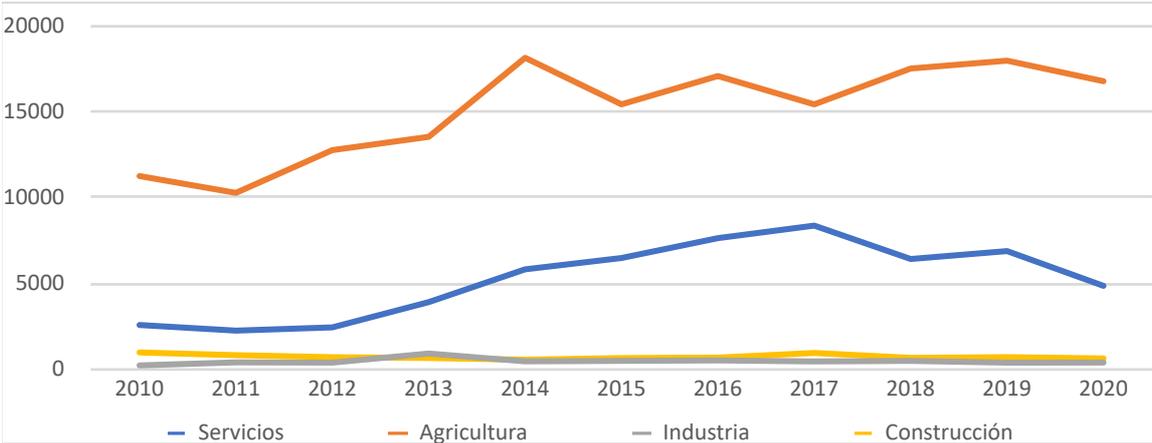
**GRÁFICO 17: PROMEDIO DEL TIPO DE CONTRATACIONES 2010 A 2020 (FUENTE: SEPE)**



(elaboración propia, fuente: SEPE)

Analizando la media de contrataciones por sector de los últimos 10 años, observamos claramente que la agricultura el sector dominante en cuanto a ocupación, constituyendo una de las principales causas de la temporalidad de las contrataciones al relacionarse con necesidades de mano de obra estacional. Por el contrario, las contrataciones en el sector servicios (que es el segundo en importancia tras la agricultura) está experimentando un claro retroceso desde 2017.

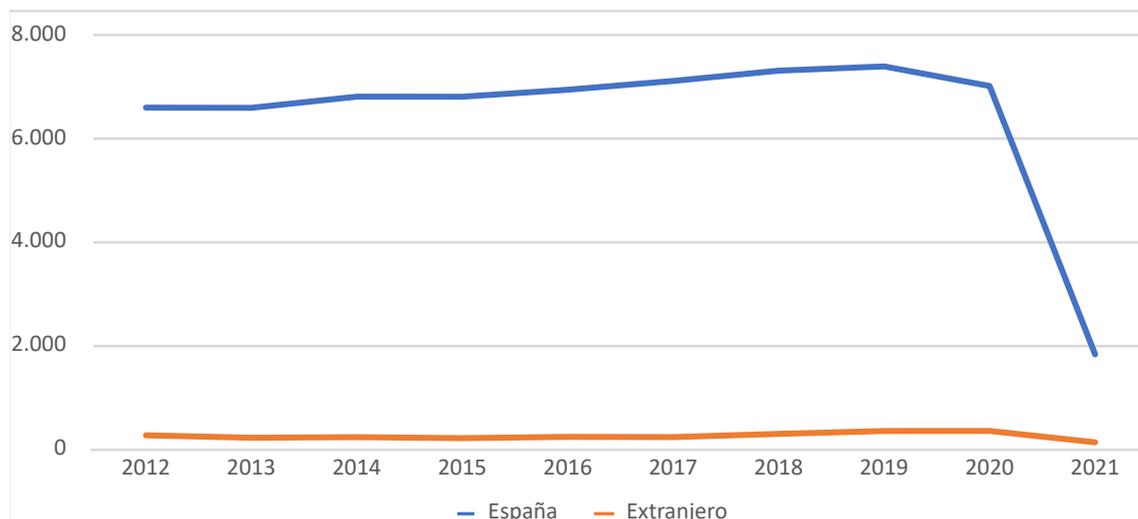
**GRÁFICO 18: EVOLUCIÓN DE LOS CONTRATOS SEGÚN EL SECTOR**



(elaboración propia, fuente: SEPE)

Desde 2012 queda establecida una tendencia ligeramente al alza de la evolución de afiliaciones a la Seguridad Social, tanto por parte de los residentes españoles como de extranjeros. Sin embargo, cabe destacar el efecto de la pandemia, que en 2020 provocó que el número de afiliados totales se redujera en aproximadamente un 74%. En este gráfico se vuelve a poner de manifiesto el carácter tanto estable como residual en la afiliación por parte de la población extranjera.

**GRÁFICO 19: EVOLUCIÓN DE AFILIACIONES POR NACIONALIDAD**

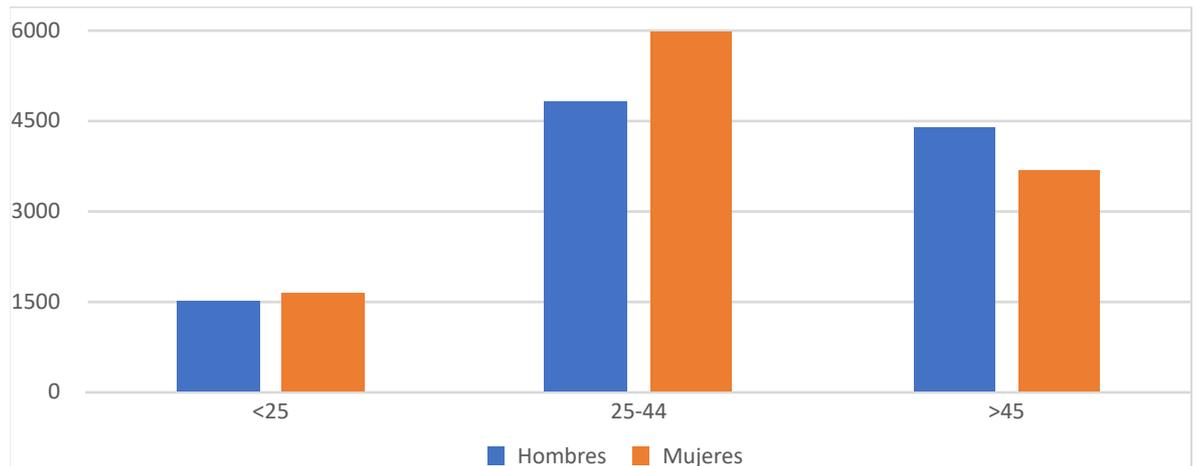


*(elaboración propia, fuente: SEPE)*

### 2.1.3.3 Mercado de Trabajo desde un enfoque de género

Con respecto al desempleo, cabe destacar la brecha entre sexos, especialmente en la franja de edad de 25 a 44 años, donde el paro es más elevado y las mujeres demandantes de empleo constituyen más de un 55% del total. Las mujeres menores de 25 años también se ven más afectadas que los hombres, pero de manera más leve (+4,41% respecto a hombres). Sin embargo, en el tramo de mayores de 45, el desempleo se centra en los hombres (+9% respecto a mujeres).

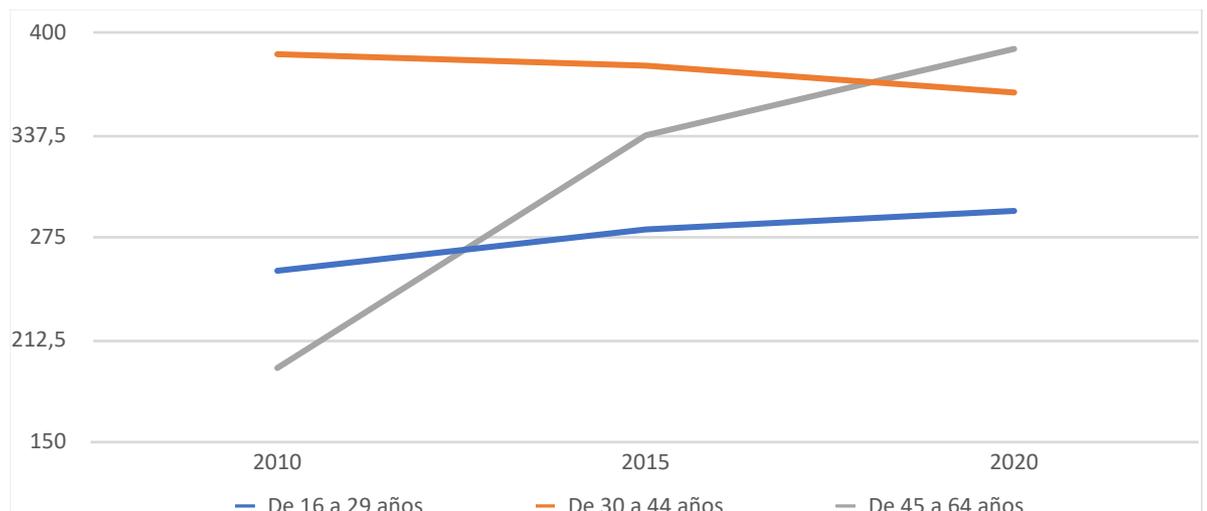
GRÁFICO 20: PROMEDIO DE PARO MENSUAL POR SEXOS EN LOJA 2020



(elaboración propia, fuente: SEPE)

Si observamos la evolución del paro de las mujeres según los grupos de edad, destaca el incremento de más del 100% de demandantes de empleo de 45 a 64 años de edad desde 2010, mientras que el paro entre las mujeres más jóvenes se ha elevado más levemente y el grupo de 30 a 44 años, en contraste, ha decrecido ligeramente

GRÁFICO 21: EVOLUCIÓN DE LAS MUJERES PARADAS POR EDAD EN LOJA



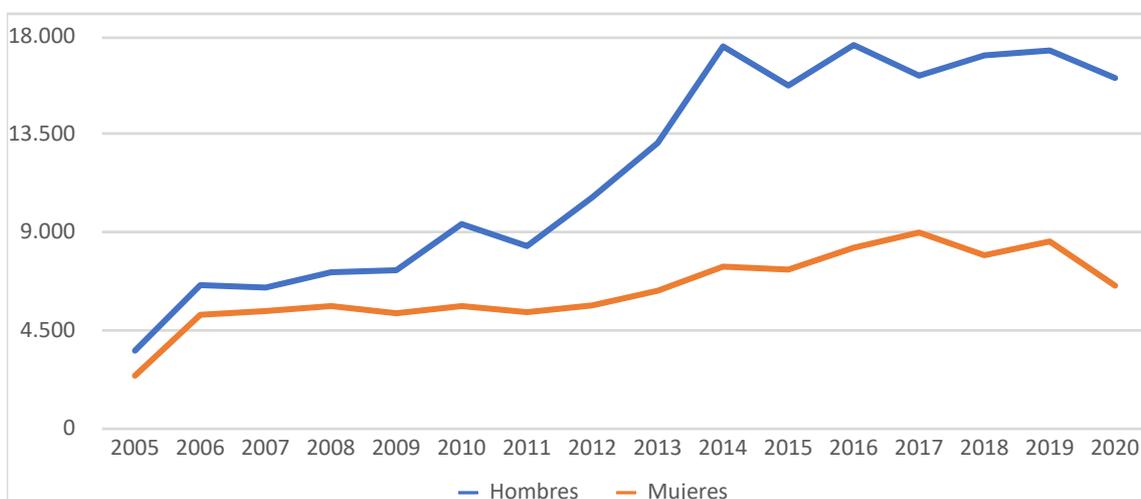
(elaboración propia, fuente: SEPE)

Desde 2005, se observa un incremento en el número de contratos realizados, hasta llegar a la crisis financiera de 2008, a partir de la cual se ralentiza el crecimiento de las contrataciones a hombres y bajan las de las mujeres.

A partir de 2009 la tendencia de las contrataciones comienza a aumentar, dando lugar a la expansión de la brecha en el número de contrataciones por sexos. Entre 2011 y 2014 se produce la ruptura definitiva, ya que aumenta el número de contratos a mujeres pero en absoluto se incrementan en la misma proporción que los de hombres, que prácticamente suponen el doble. Desde 2014 ambas tendencias muestran comportamientos de picos de sierra, sin llegar a observarse un decremento en la brecha de contratación.

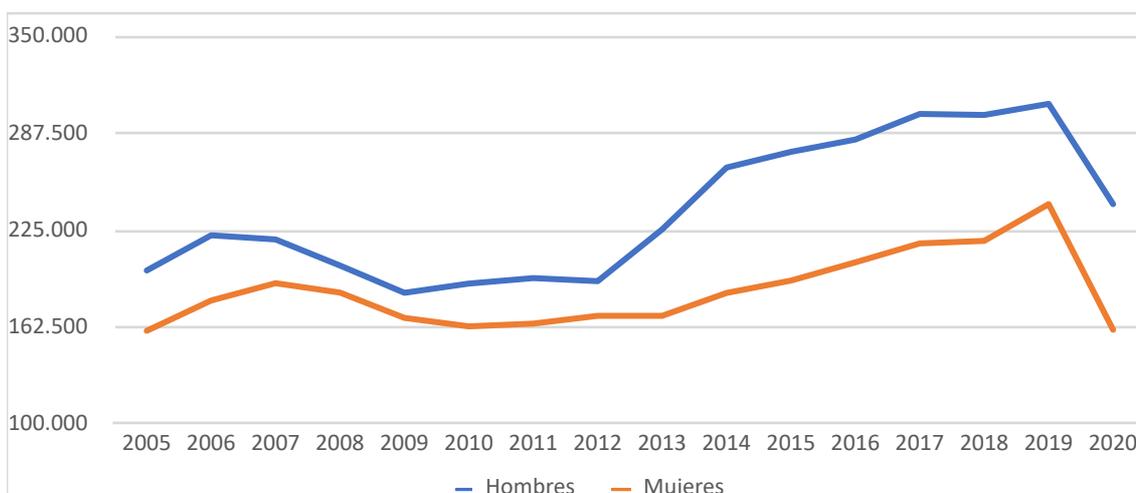
Esta diferencia entre el número de contrataciones de hombres y mujeres se puede observar también en la provincia de Granada, que se desarrolla un año más tarde que en Loja. Cabe destacar que los datos de la provincia no muestran comportamiento de dientes de sierra, esto se debe a que el empleo tiene una estacionalidad menos marcada que el municipio.

**GRÁFICO 22: EVOLUCIÓN DE LOS CONTRATOS EN LOJA**



(elaboración propia fuente: SEPE, SIMA e INE)

**GRÁFICO 23: EVOLUCIÓN DE LOS CONTRATOS EN GRANADA**



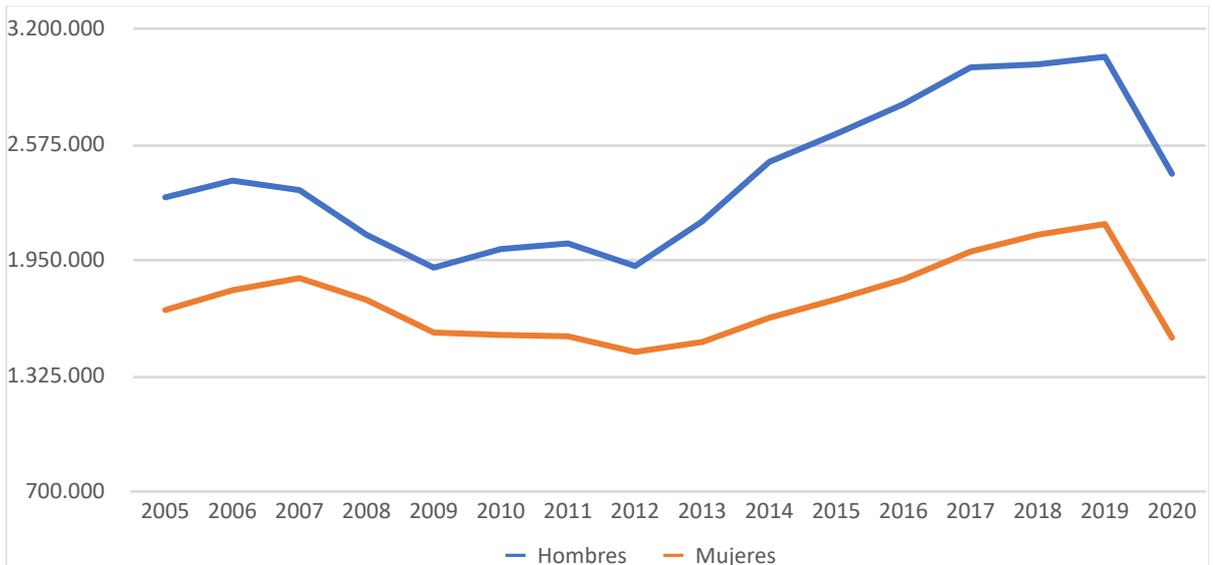
(elaboración propia fuente: SEPE, SIMA e INE)

A nivel regional la tendencia de discriminación contractual se ha comportado de forma muy similar a la de la provincia de Granada, aunque aumentó de forma más leve que esta.

A nivel nacional, el número de contrataciones se vio mucho más afectado por la crisis del 2008, momento a partir del cual se empieza a expandir levemente la brecha entre hombres y mujeres aunque ambas tendencias resultan prácticamente paralelas.

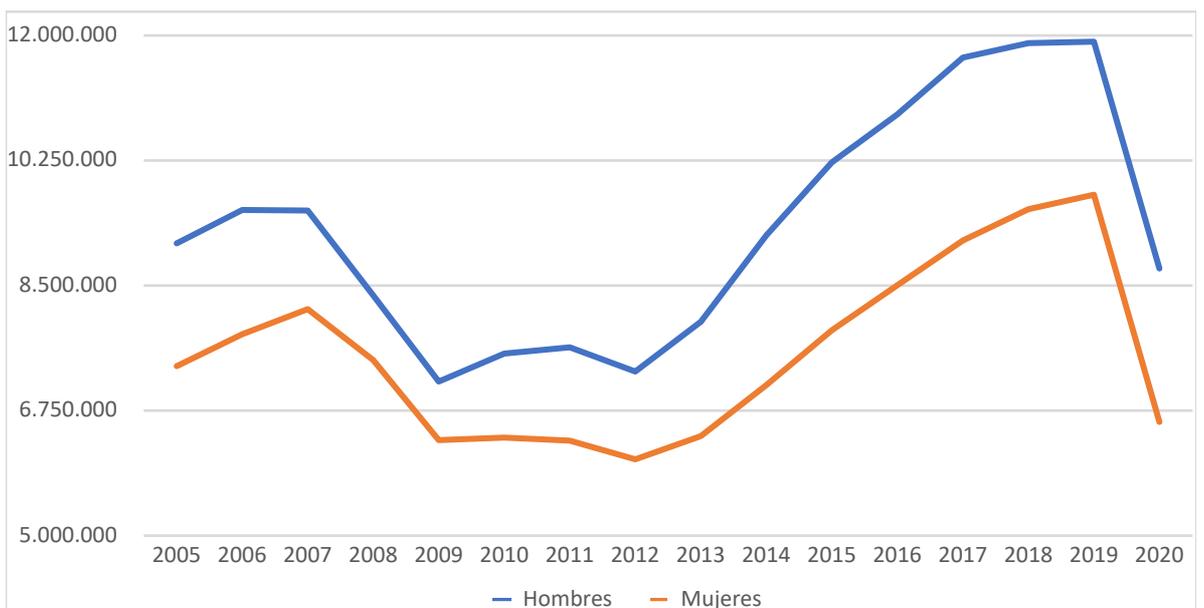
Como resumen vemos que la brecha de contratación entre sexos está muy desarrollada en Loja, problema que sufre también la provincia, y la región, pero de forma menos contundente.

**GRÁFICO 24: EVOLUCIÓN DE LOS CONTRATOS EN ANDALUCÍA**



(elaboración propia fuente: SEPE, SIMA e INE)

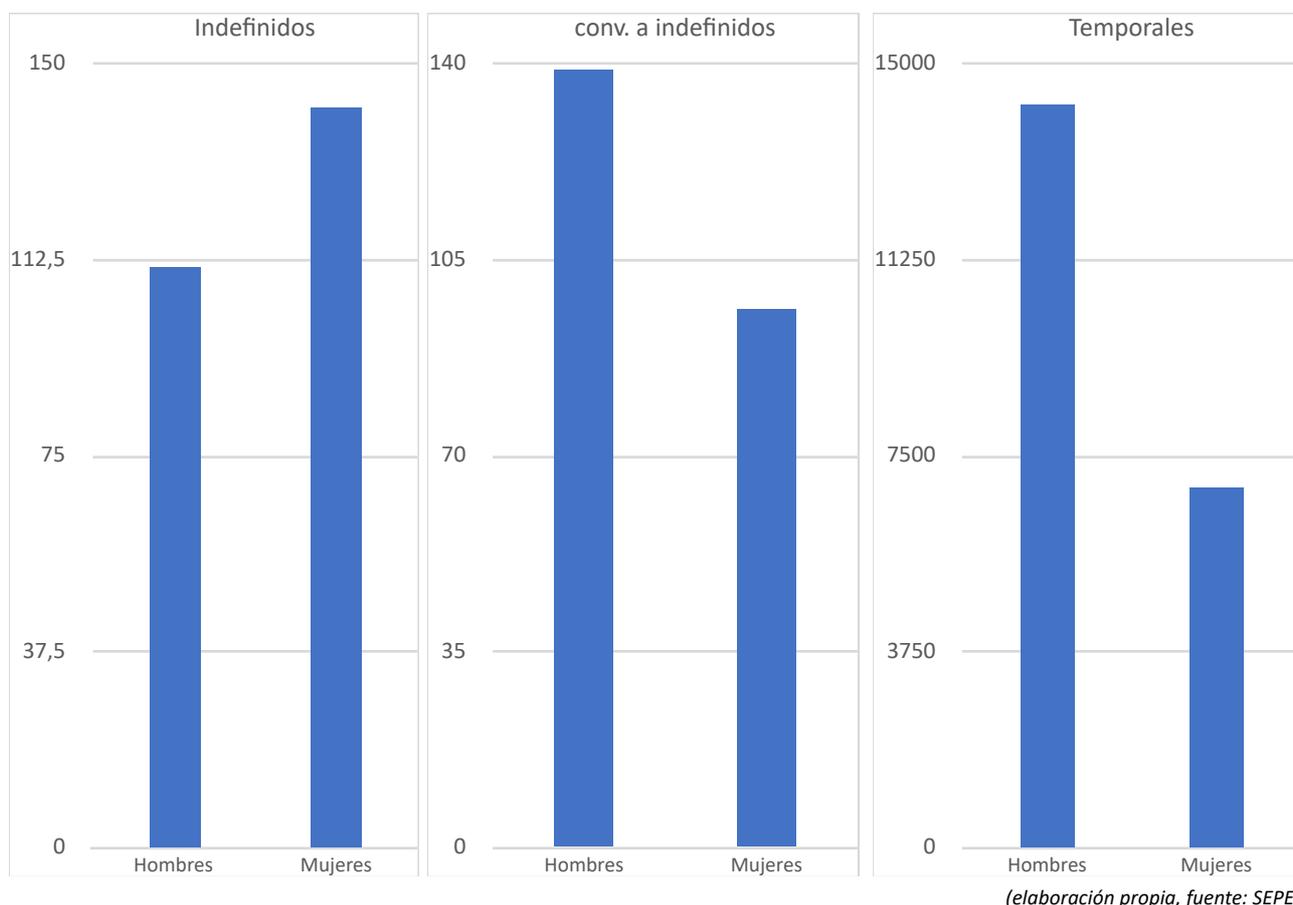
**GRÁFICO 25: EVOLUCIÓN DE LOS CONTRATOS EN ESPAÑA**



(elaboración propia fuente: SEPE, SIMA e INE)

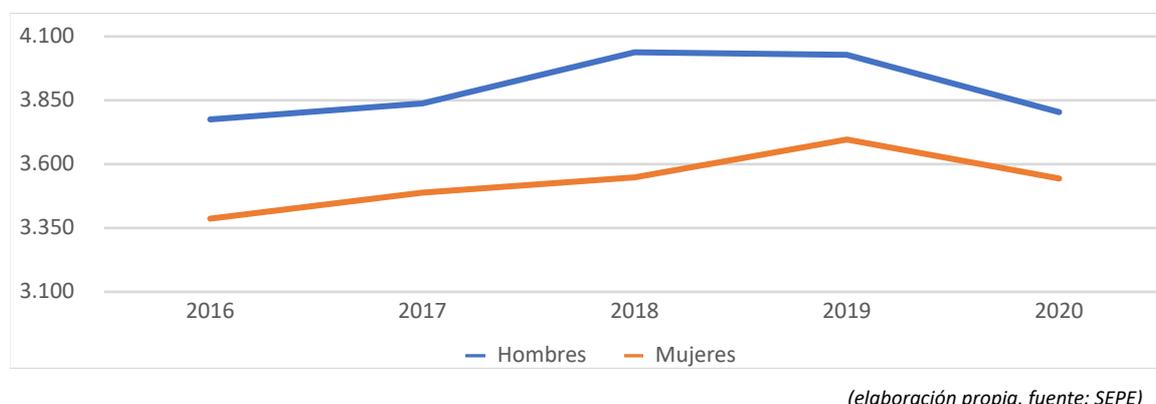
Si analizamos los datos según tipo de contrato en el municipio de Loja, podemos ver que se registran más contratos temporales a hombres que a mujeres. Si nos centramos en los datos de contratación indefinida (que debemos recordar, supone el 2,35% del tipo de contratación total) se invierte la tendencia anteriormente observada y se registran más contratos indefinidos a mujeres. En proporción sobre el total de la contratación por sexo, la tasa de contratos indefinidos a mujeres supone casi el doble (3.54%) respecto a hombres (1.79%).

**GRÁFICO 26: TIPOS DE CONTRATO POR SEXO EN LOJA EN 2019**



Tomando los datos de afiliación a la Seguridad Social por sexo, se verifica la existencia de una importante brecha de género, si bien no es tan acusada como en términos de contratación.

**GRÁFICO 27: AFILIACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL POR SEXO EN LOJA**



## 2.1.4 ECONOMÍA DE LA ZONA

### 2.1.4.1 Aprovechamiento de la tierra

Las tierras ocupadas por cultivos leñosos y el monte leñoso son el tipo de aprovechamiento de tierra más común del municipio.

#### Distribución general de la tierra por aprovechamiento de Loja (HA)

Tierras ocupadas por cultivos herbáceos	3.438
Barbechos y otras tierras no ocupadas	382
Tierras ocupadas por cultivos leñosos	17.336
Prados naturales	1.247
Monte maderable	1.827
Monte abierto	1.948
Monte leñoso	15.455
Erial a pastos	875
Superficie no agrícola	1.244
Ríos y lagos	730

(elaboración propia, fuente: SIMA)

El cultivo leñoso más común es el olivar de aceituna para la elaboración de aceite y el cultivo herbáceo más importante es el espárrago, tanto para secano como para regadío.

Tipos de principales cultivos en Loja	HA	Tipo
Principal cultivo herbáceo de regadío	812	Espárrago
Principal cultivo herbáceo de secano	1.025	Espárrago
Principal cultivo leñoso de regadío	2.800	Olivar aceituna de aceite
Principal cultivo leñoso de regadío	14.187	Olivar aceituna de aceite

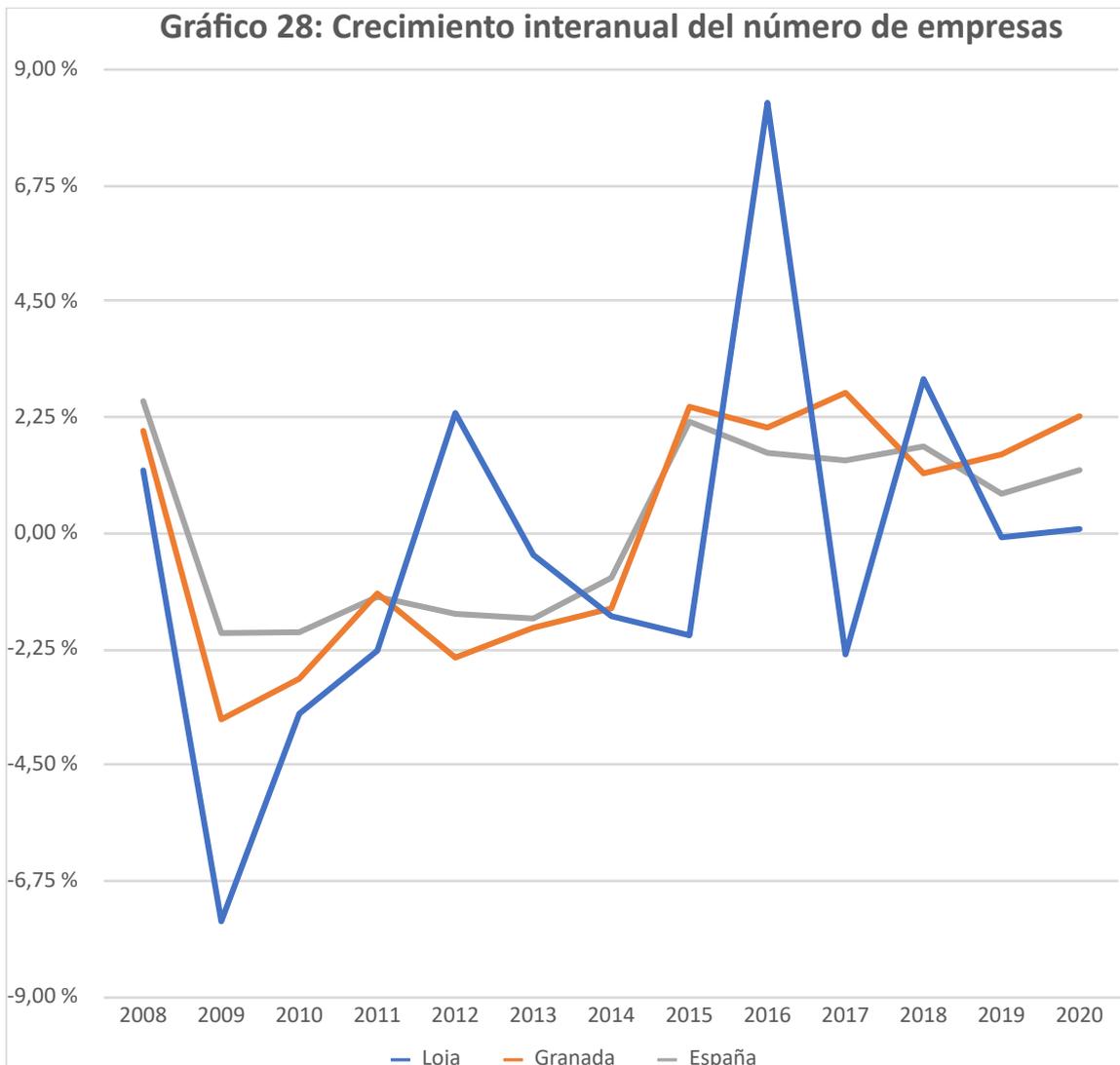
(elaboración propia, fuente: SIMA)

### 2.1.4.2 Empresas

Aunque se haya podido ver un repunte en el número de empresas desde 2015, la actividad empresarial de Loja en 2019 no ha conseguido recuperar los niveles anteriores a la crisis de 2008. Cabe destacar que en 2020 se ha estancado el número de compañías a pesar de la pandemia, a diferencia de la provincia, que sí ha presentado un ligero repunte de número de empresas.

TOTAL EMPRESAS 2008: 1.326
TOTAL EMPRESAS 2019: 1.237
TOTAL EMPRESAS 2020: 1.238

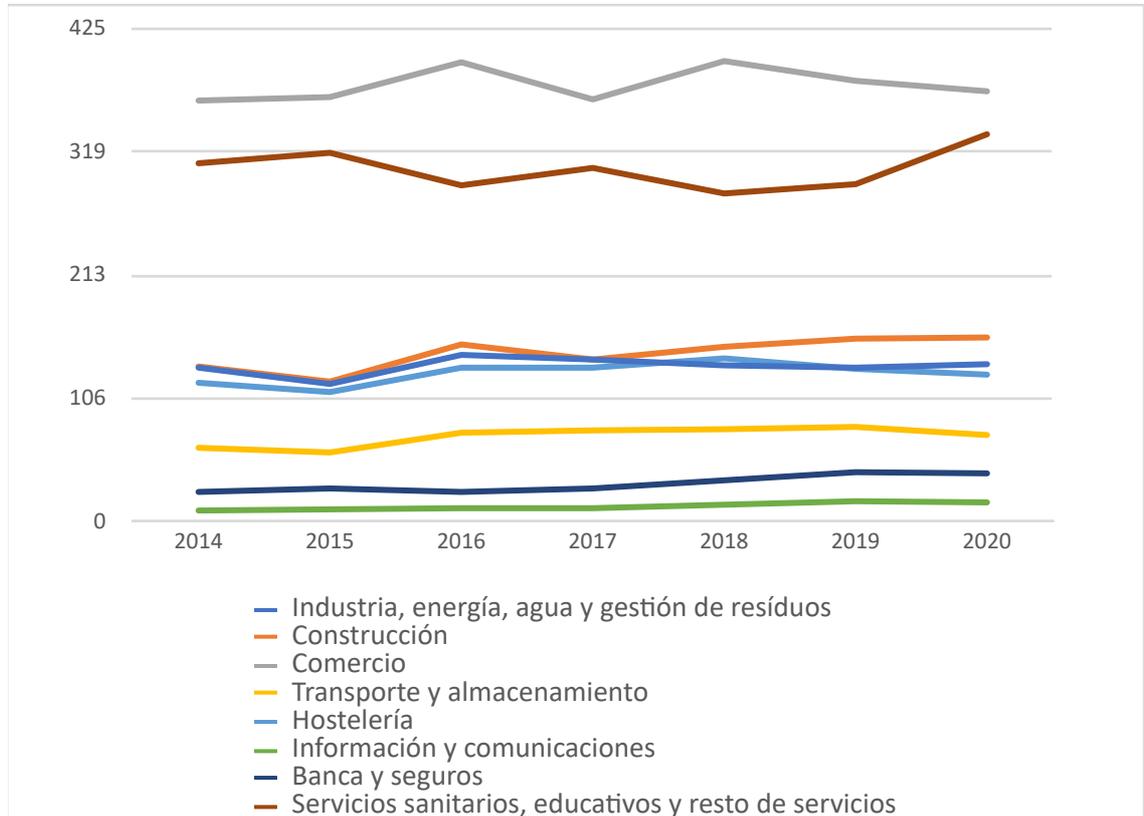
Si comparamos el crecimiento interanual del número de empresas de Loja con el de la provincia de Granada y con el de España, observamos que la tendencia provincial y nacional es similar. Por el contrario, Loja presenta un comportamiento mucho más irregular con acusados incrementos y decrementos.



(elaboración propia, fuente: SIMA)

Los picos pronunciados del número de empresas en Loja coinciden con las subidas y bajadas de la evolución de las empresas del sector comercio, que es el de mayor peso en la composición del tejido empresarial del municipio. En consecuencia, y aunque la gráfica de evolución pueda resultar más tendida, los cambios en el comercio impactan en mayor medida en el comportamiento de la actividad empresarial del municipio. Los siguientes sectores en importancia tras el comercio son los servicios sanitarios, educativos y demás.

GRÁFICO 29: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS POR SECTORES EN LOJA



(elaboración propia, fuente: SIMA)

La forma jurídica de los establecimientos de Loja siguen el mismo patrón que la comunidad y la provincia: la figura del autónomo es la forma jurídica de empresa más común en el municipio, seguido por la Sociedad Limitada.

Establecimientos según forma jurídica 2020	Loja	%	Granad	%	Andalucí	%
Persona física	766	52 %	38.671	56 %	324.233	52 %
Sociedades anónimas	27	2 %	2.152	3 %	21.202	2 %
Sociedades de responsabilidad limitada	520	35 %	22.535	32 %	217.769	35 %
Sociedades cooperativas	17	1 %	839	1 %	6.737	1 %
Otras formas jurídicas	145	10 %	5.418	8 %	41.785	10 %
Total	1.475	100 %	69.615	100 %	611.726	100 %

(elaboración propia, fuente: SIMA)

Los establecimientos sin asalariados conforman más del 55% del total en Loja. La distribución porcentual de los establecimientos según el número de asalariados también sigue la tendencia de la comunidad y de la provincia.

#### Establecimientos con actividad económica en Loja. 2020

Sin asalariados	828	56 %
Hasta 5 asalariados	531	36 %
Entre 6 y 19 asalariados	84	6 %
De 20 y más asalariados	32	2 %
<b>Total establecimientos</b>	<b>1.475</b>	<b>100 %</b>

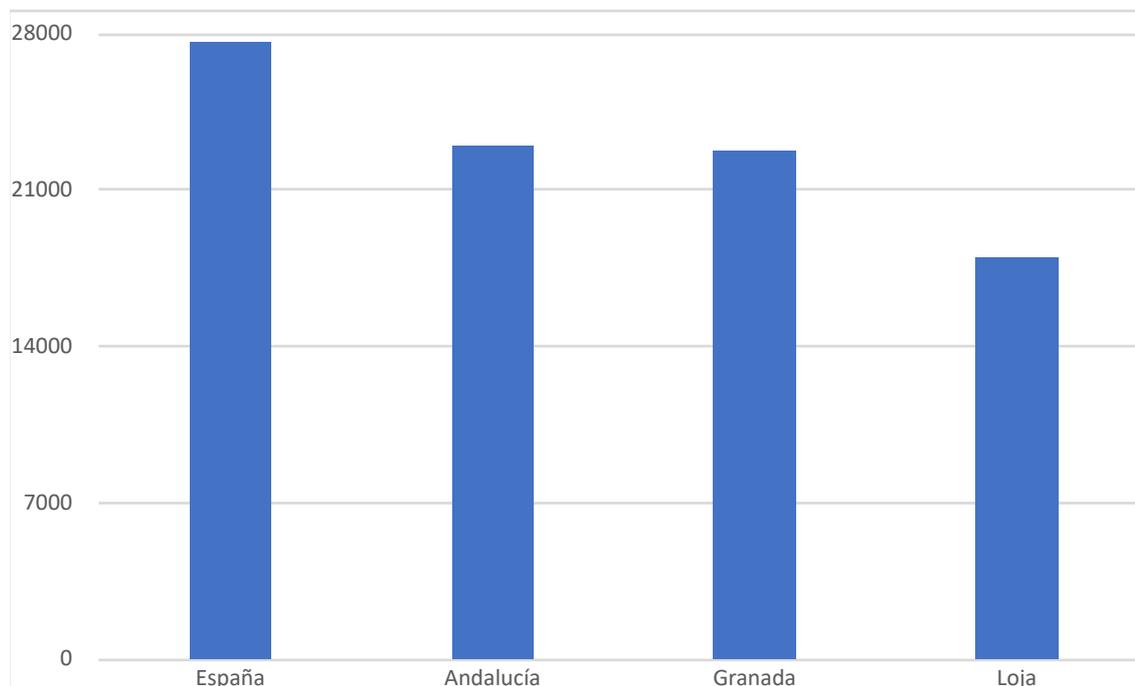
(elaboración propia, fuente: SIMA)

#### 2.1.4.3 Renta

La renta neta media declarada en 2018 en Loja fue de 11.696,90€, siendo de las más bajas de la provincia, cuya media fue de 16.295,92€, y la regional de 16.409,45€.

Si comparamos la renta bruta media de Loja en 2018 con la del país, el municipio se sitúa cerca de 10.000€ por debajo de la media. Gráficamente:

GRÁFICO 30: RENTA BRUTA MEDIA 2018 EN LOJA



(elaboración propia, fuente: SIMA, INE)

Si comparamos la renta bruta media por persona según cada distrito de Loja, podemos ver que de 2015 a 2018 evolucionó favorablemente para todos. Dicho lo anterior, persiste una brecha de más de 2.500€ entre el distrito 1 y el distrito 3.

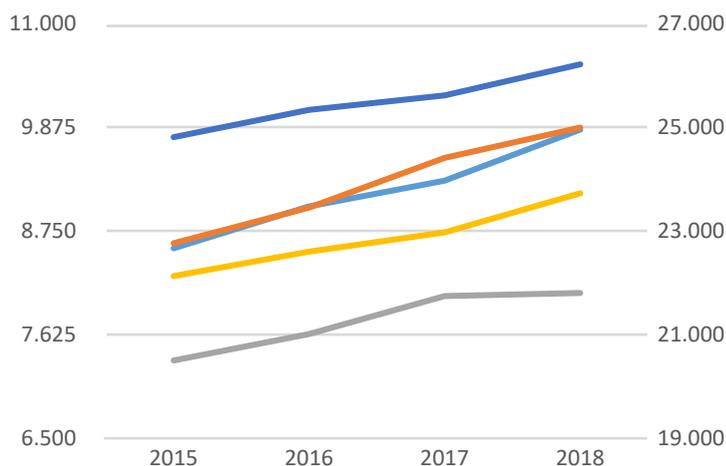
Al observar la renta bruta media por hogar destacan mayores diferencias entre los distritos, siendo el 3 y el 4 los más desfavorecidos.

Con respecto a la renta neta media por persona, el distrito 3 sigue siendo el más desfavorecido con una mayor brecha con respecto al distrito 2 que es el que presenta una mayor renta neta media por persona.

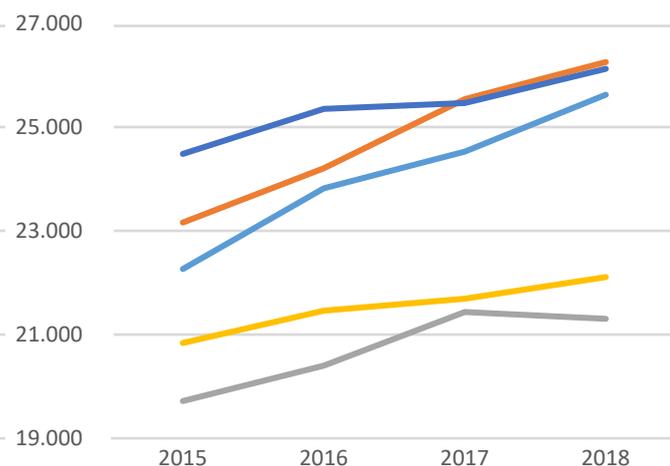
Si nos fijamos en el reparto por hogares de la renta neta media, observamos un cambio en la tendencia, y es el distrito 2 es el que presenta un mayor nivel de renta, frente al distrito 3 que continua siendo el más desfavorecido.

Atendiendo a la edad media de los distritos del municipio, el distrito 1, que es el más favorecido en las rentas medias por persona, también es el que presenta una mayor media de edad y mayor tasa de hogares unipersonales; en consecuencia, se ve rebasado en los repartos de renta por hogar por el distrito 2, que es el que presenta una menor media de edad y menor proporción de hogares de una sola persona, entrando así más de un salario a la casa en un mayor número de casos.

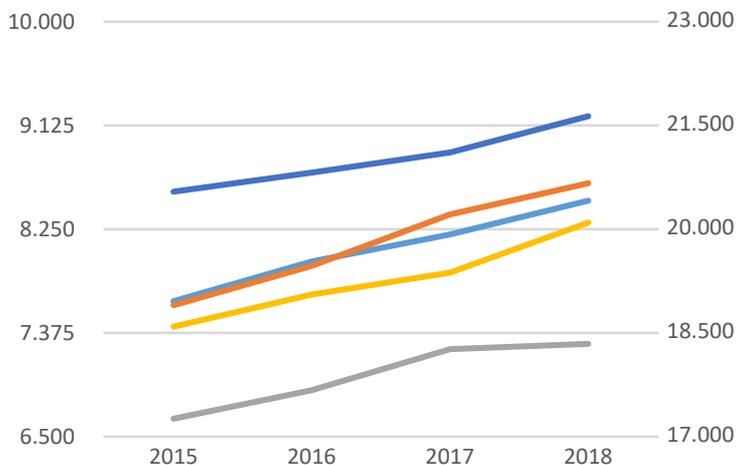
**GRÁFICO 31: RENTA BRUTA MEDIA POR PERSONA**



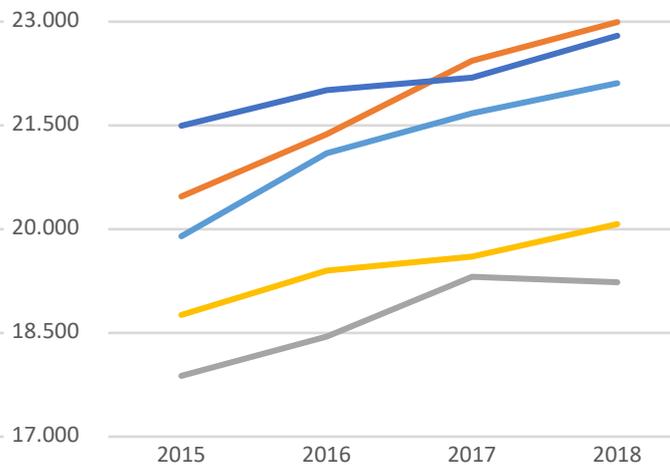
**GRÁFICO 32: RENTA BRUTA MEDIA POR HOGAR**



**GRÁFICO 33: RENTA NETA MEDIA POR PERSONA**



**GRÁFICO 34: RENTA NETA MEDIA POR HOGAR**



— Distrito 1 — Distrito 2 — Distrito 3 — Distrito 4 — Distrito 5

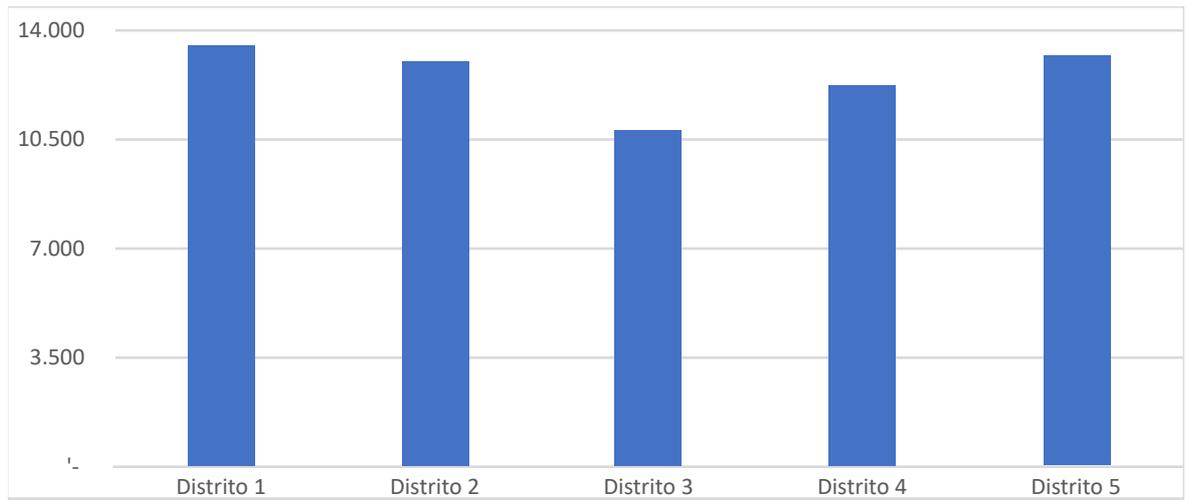
(elaboración propia de los gráficos, fuentes: INE)

Una unidad de consumo se calcula teniendo en cuenta las economías de escala que se producen según el número y las edades de las personas que comparten los gastos del hogar. Por ejemplo, una unidad de consumo es una persona viviendo sola.

La unidad de consumo es la medida que se emplea en la estadística experimental del Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre la renta por distritos, y es la que hemos aplicado para comparar los diferentes distritos de Loja en este análisis.

En consecuencia, no resulta sorprendente que al calcular la media de la renta por unidad de consumo, el distrito 3 siga presentando los valores más bajos.

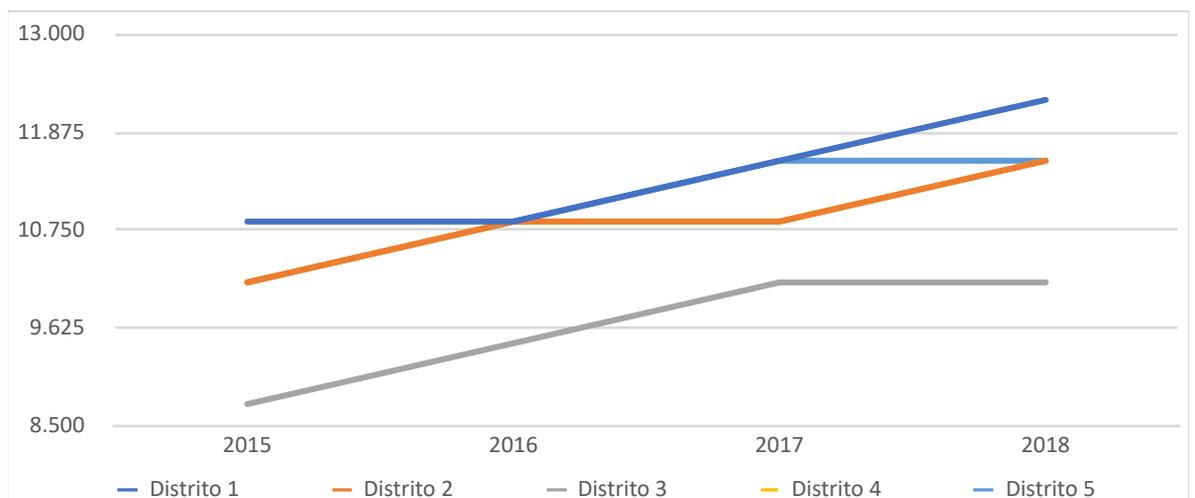
**GRÁFICO 35: MEDIA DE LA RENTA POR UNIDAD DE CONSUMO 2018 EN LOJA**



*(elaboración propia de los gráficos, fuentes: INE)*

Si tomamos como referencia la evolución de la mediana de la renta por unidad de consumo, observamos que se ha producido un incremento en todos los distritos desde 2015, que se traduce en una apreciable mejora del nivel de vida.

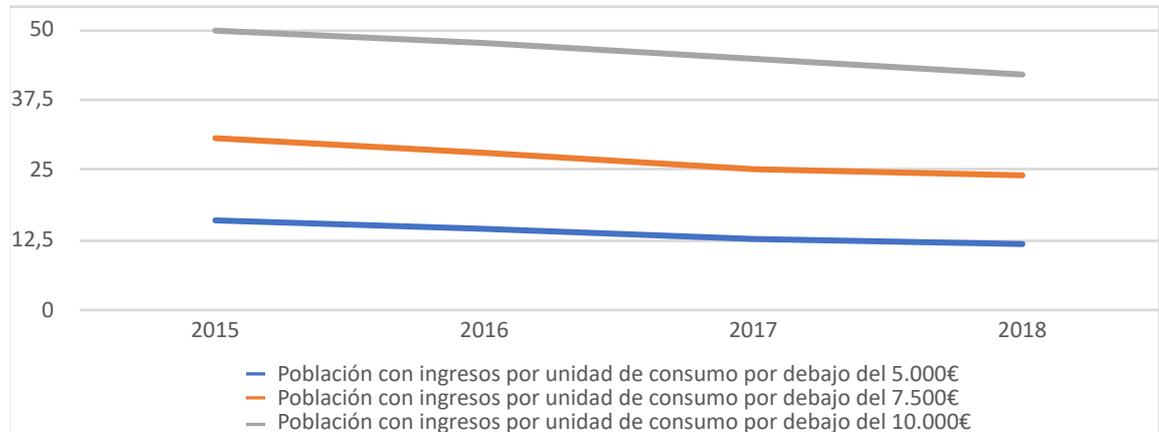
**GRÁFICO 36: MEDIANA DE LA RENTA POR UNIDAD DE CONSUMO LOJA**



*(elaboración propia de los gráficos, fuentes: INE)*

Observando la evolución del porcentaje de población con ingresos por debajo de 5.000€, 7.500€ y 10.000€, apreciamos que en el periodo 2015-2018 dicho porcentaje fue decreciendo paulatinamente.

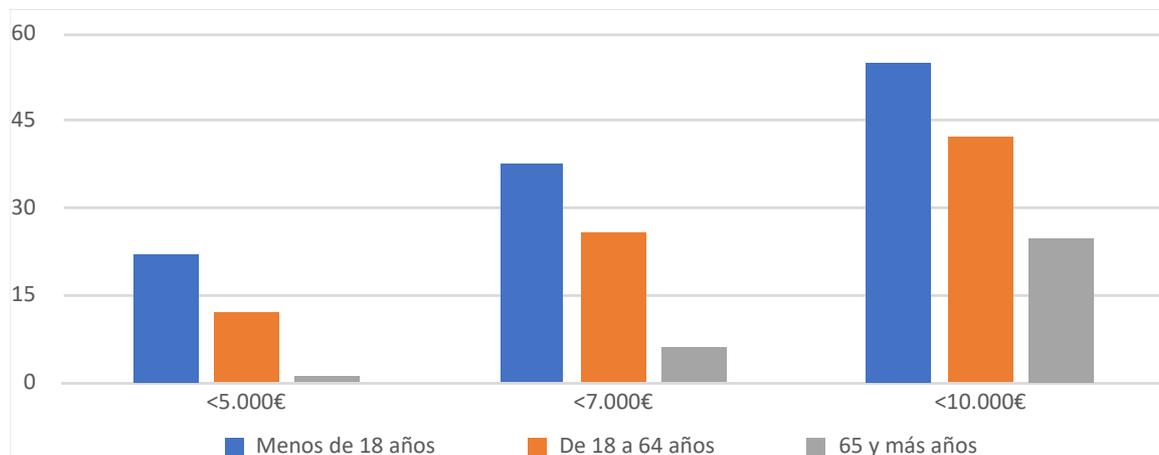
**GRÁFICO 37:EVOLUCIÓN DEL % DE POBLACIÓN CON INGRESOS POR UNIDAD DE CONSUMO POR DEBAJO DE DETERMINADOS UMBRALES FIJOS 2018 EN LOJA**



(elaboración propia, fuente: SIMA)

Diferenciando por grupos de edad, el porcentaje de población por debajo de estos ingresos por unidad de consumo, se observan datos especialmente preocupantes en la franja de edad comprendida entre los 18 y los 64 años.

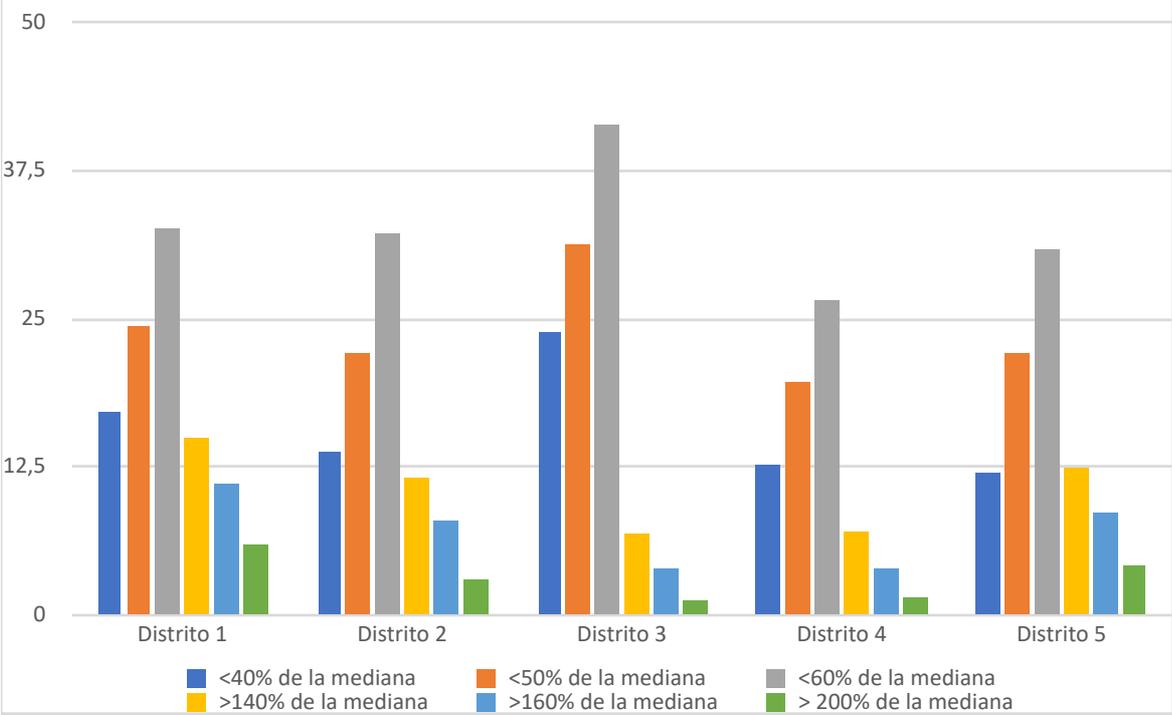
**GRÁFICO 38:% DE POBLACIÓN CON INGRESOS POR UNIDAD DE CONSUMO POR DEBAJO DE DETERMINADOS UMBRALES FIJOS POR TRAMOS DE EDAD EN LOJA**



(elaboración propia, fuente: SIMA)

Al clasificar esta información por distrito y porcentaje de población con ingresos por unidad de consumo por debajo y encima de determinados umbrales, podemos formarnos una imagen clara de las diferencias de ingresos entre distritos y sus grados de desigualdad. Se confirma que el distrito 3 es el más desfavorecido de los 5 distritos que componen Loja.

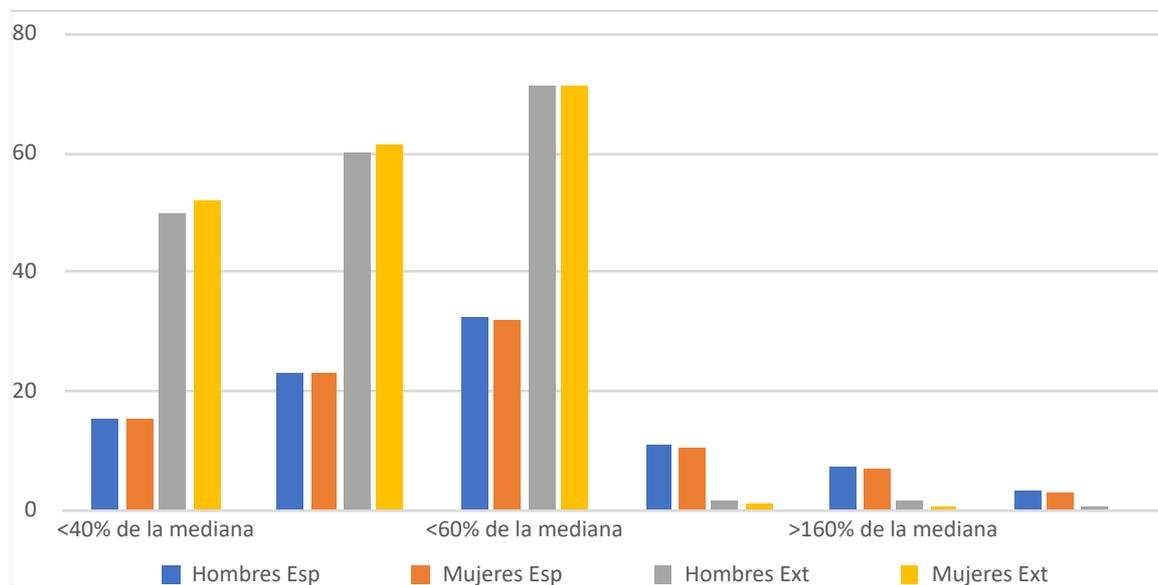
**GRÁFICO 39: % DE POBLACIÓN CON INGRESOS POR UNIDAD DE CONSUMO POR DEBAJO/ENCIMA DE DETERMINADOS UMBRALES**



(elaboración propia, fuente: INE)

Si comparamos la población española con la extranjera, vemos que la proporción de inmigrantes con ingresos por unidad de consumo por debajo de la mediana es bastante mayor que la de la población nacional. Un 71% de la población extranjera percibe (por unidad de consumo) menos de un 60% de los ingresos de la mediana, mientras que solo un 33% de los españoles se encuentran por debajo de esa cifra.

**GRÁFICO 40: % DE POBLACIÓN CON INGRESOS POR UD. DE CONSUMO POR DEBAJO/ENCIMA DE DETERMINADOS UMBRALES POR NACIONALIDAD EN LOJA. 2018**



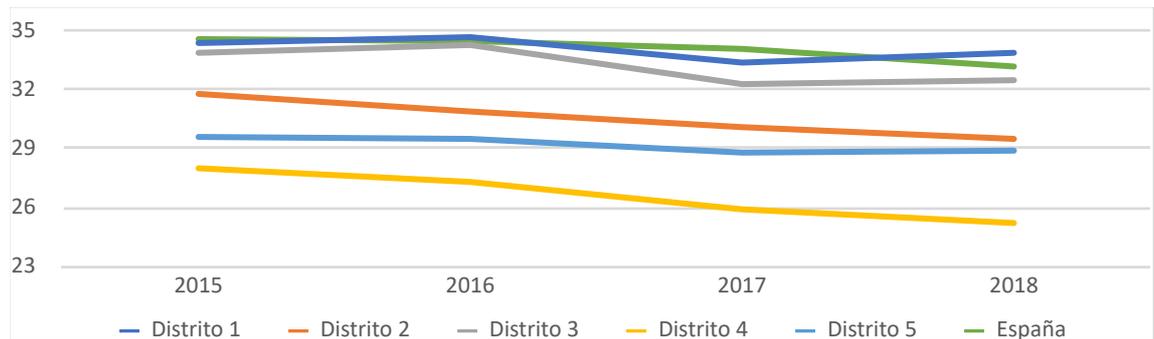
(elaboración propia, fuente: INE)

#### 2.1.4.4 Desigualdad

El coeficiente de Gini mide la desigualdad del 0 al 100 (siendo el 100 la desigualdad total) empleando la proporción acumulada de la población ordenada por los ingresos equivalentes con la proporción acumulada de los ingresos recibidos por los mismos.

Analizando los distritos de Loja, observamos que en la práctica totalidad de estos se ha visto reducida la desigualdad, destacando el comportamiento de los distritos 2 y 4. El coeficiente de desigualdad se encuentra por debajo de la media nacional a excepción del distrito 1, que muestra un comportamiento opuesto a los demás con un incremento de la desigualdad.

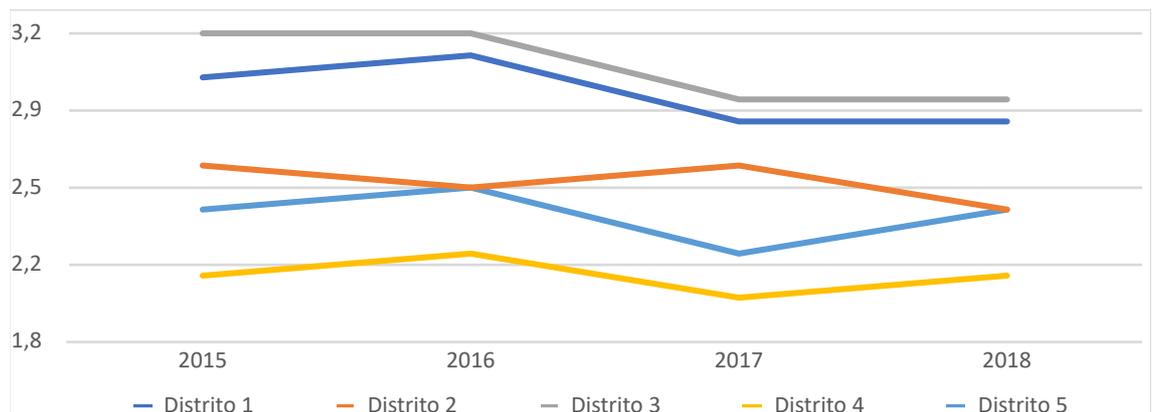
GRÁFICO 41: COEFICIENTE DE GINI, DISTRITOS DE LOJA Y ESPAÑA



(elaboración propia, fuente: INE)

La ratio de ingresos p80/p20 también mide la desigualdad. En este caso, mide la ratio entre los ingresos medios del 20% de población con mayores ingresos y del 20% con menores ingresos. Cabe destacar que esta ratio ha caído ligeramente en los distritos 1 y 3, que son aquellos que presentan comportamientos más extremos en renta y población.

GRÁFICO 42: EVOLUCIÓN RATIO P80 Y P20

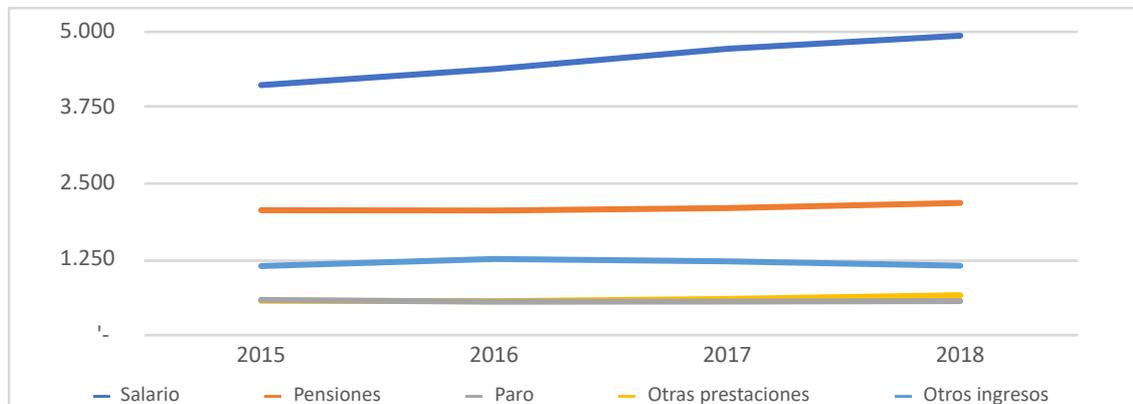


(elaboración propia, fuente: INE)

### 2.1.4.5 Fuentes de Ingresos

De 2015 a 2018 los salarios aumentaron su participación como fuente de ingreso casi un 20%, mientras que el resto de conceptos de ingreso se mantuvieron relativamente estables o disminuyeron.

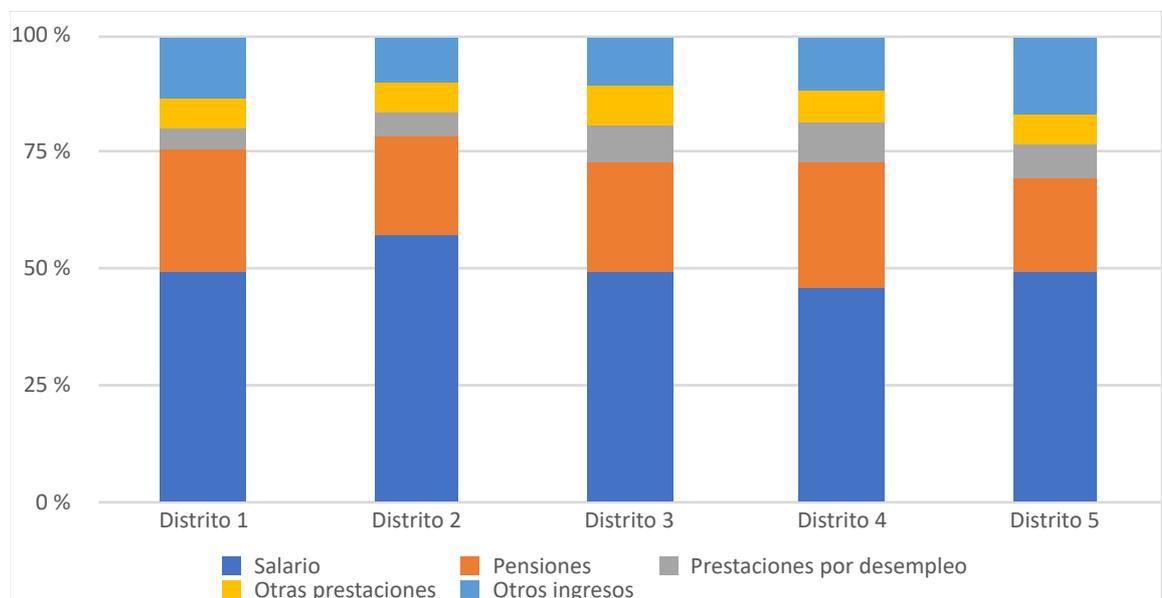
**GRÁFICO 43: EVOLUCIÓN DE LAS FUENTES DE INGRESOS POR HABITANTE DE LOJA**



(elaboración propia, fuente: INE)

Analizando las fuentes de ingresos por distritos, vemos que el distrito 2 es el que presenta una mayor participación del salario como fuente principal de ingresos. Cabe destacar que la media de pensiones como fuente de ingresos supera el 20% en todas las secciones, síntoma de una población envejecida.

**GRÁFICO 44: FUENTES DE INGRESOS POR DISTRITOS 2018**



(elaboración propia, fuente: INE)

### 2.1.4.6 Pensiones

En 2019 hubo un total de 4.751 pensiones en el municipio, siendo las más comunes la de jubilación y viudedad. Es una cifra importante puesto que, al haber ese año 20.419 habitantes, podemos calcular que más de un 23% de la población dependía de las pensiones públicas.

La pensión que tiene una media mayor de retribución en Loja es la pensión de incapacidad permanente. Cabe destacar que las medias de retribuciones de todos los tipos de pensiones en Loja son inferiores a las de la provincia y las de la región.

TABLA 5: PENSIÓN MEDIA EN LOJA POR TIPOS. 2019

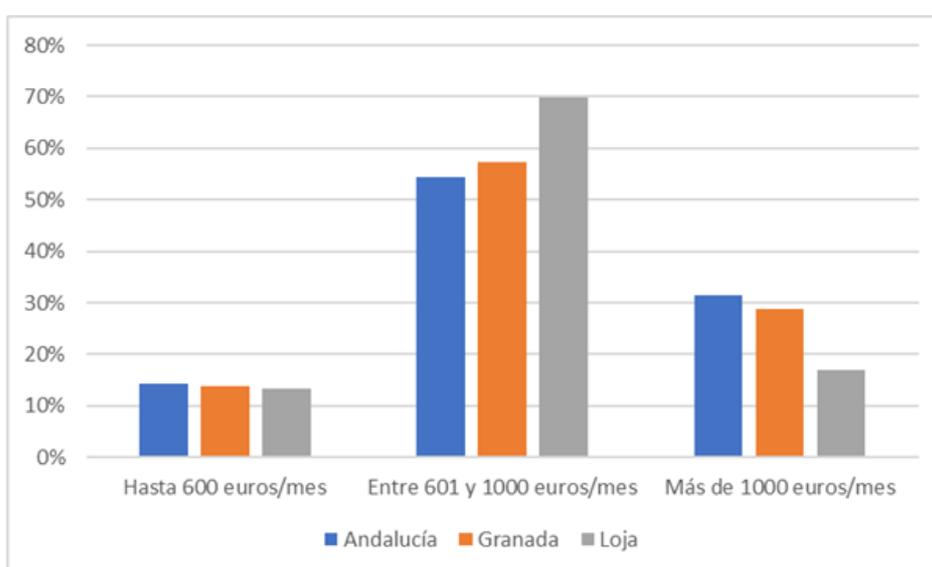
Territorio	Incapacidad permanente	Jubilación	Viudedad	Orfandad y favor familiar
Andalucía	901	1.038	668	407
Granada	893	969	609	394
Loja	795	782	530	371

(elaboración propia, fuente: SIMA)

Con respecto a las pensiones de jubilación, observamos que el porcentaje de población que recibe menos de 600€ mensuales es ligeramente menor en Loja que en la provincia de Granada y que en Andalucía.

Cabe destacar que el 70% de los pensionistas del municipio reciben entre 601 y 1000€ mensuales, porcentaje que rebasa en más de un 12% a la tasa provincial y regional. En consecuencia, el porcentaje de pensiones de más de 1000€ al mes es inferior al de Granada y Andalucía.

GRÁFICO 45: PORCENTAJE DE PENSIONES POR JUBILACIÓN SEGÚN TRAMO DE INGRESOS PERCIBIDOS EN PENSIONES. 2019



(elaboración propia, fuente: SIMA)

### 2.1.4.7 ERTES durante la crisis del Covid-19

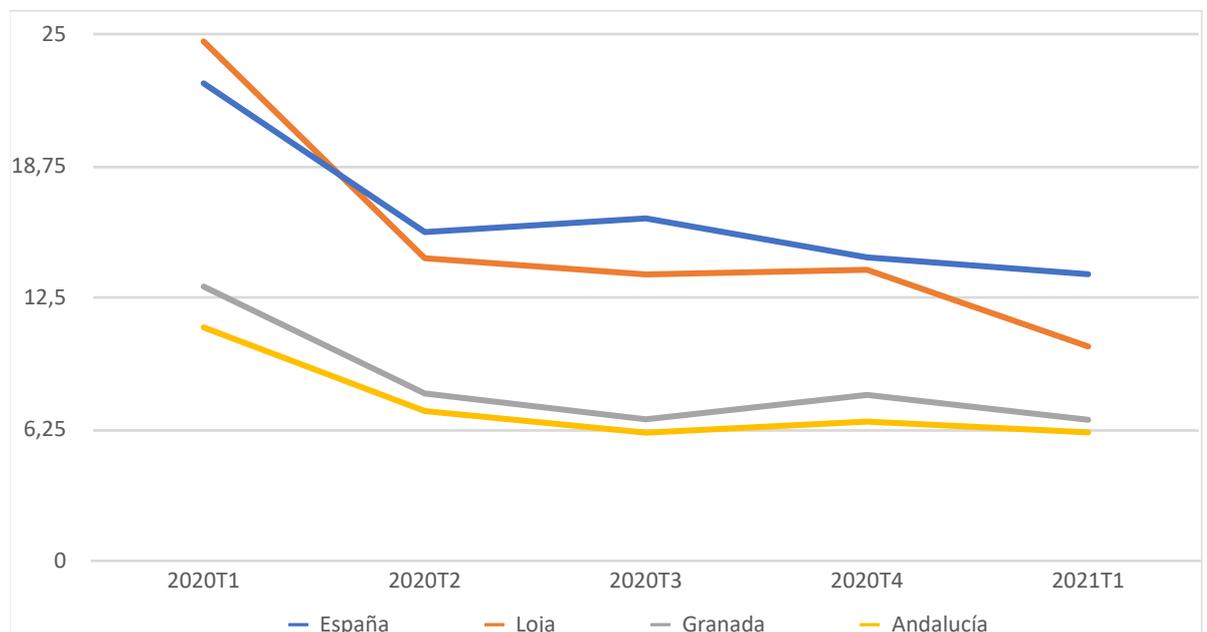
Al considerarse la crisis sanitaria una causa de fuerza mayor ajena a las empresas, el Gobierno de la nación ha respaldado la presentación de Expedientes de Regularización Temporal de Empleo (ERTES) como fórmula para mitigar los efectos de la pandemia sobre el empleo y reducir su impacto sobre la actividad económica y los trabajadores al mínimo.

Los sectores más afectados, serán, por tanto, los que mayor cantidad de ERTES presenten, lo que convierte el análisis del número de estos expedientes en una métrica adecuada para observar el impacto del COVID-19 por zonas.

Aproximándonos a la evolución trimestral de la tasa de ERTES del municipio de Loja, y comparándola con la provincia, la región, y España, observamos que los mayores valores se produjeron al inicio de la pandemia, situándose por encima de estos. En contraposición, en el segundo trimestre la tasa descendió hasta colocarse por debajo de la media nacional, decreciendo especialmente en el primer trimestre de 2021.

Sin embargo, se puede apreciar una considerable diferencia si se compara la tasa de Loja con la de la provincia de Granada y con la de Andalucía, estando de media unos 7 puntos porcentuales por encima de estas. Además, se puede observar que la tendencia de la provincia y de la región son muy similares, mientras Loja presenta una pauta diferenciada.

GRÁFICO 46: TASA DE ERTES



(elaboración propia, fuente: INE)

### 2.1.4.8 Entorno natural y Turismo

#### **Naturaleza**

El municipio de Loja se encuentra en un entorno privilegiado rodeado de naturaleza, contando el municipio con 13 espacios naturales:

TABLA 6: ESPACIOS NATURALES DE LOJA

#### **Espacios Naturales Loja**

---

Monumento Natural de los Infiernos de Loja  
Monumento Natural del Nacimiento de Riofrío  
ZEC Sierra de Loja  
Dehesa de Los Montes  
La Isla y el Albarracín  
Las Chorreras  
Los Arenales  
Monte Hacho  
Nacimiento del Frontil  
Puente Barrancón  
Riofrío  
Salinas de Fuente Camacho  
Sierra Martilla

*(elaboración propia, fuente: Ayuntamiento de Loja)*

Esta presencia de enclaves naturales ha dado lugar al desarrollo de turismo activo, con actividades de tierra, agua y aire. Un total de 9 empresas se dedican a promocionar estas actividades deportivas en naturaleza.

TABLA 7: DESTINOS DE TURISMO ACTIVO EN LOJA POR TIPOS

<b>Turismo Activo</b>	<b>N.º de Destinos</b>
Escalada	13
Espeleología	4
Vía Ferrata	4
Coto de Pesca	2
Despegues estación de vuelo libre	5
Rutas	19

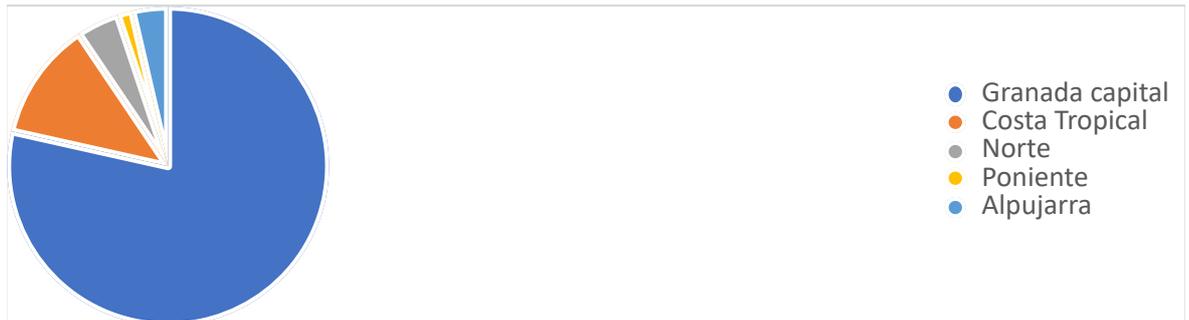
*(elaboración propia, fuente: Ayuntamiento de Loja)*

## Turismo

Con respecto al turismo, se han recogido datos del Observatorio Turístico de la Provincia de Granada de 2019 publicado por la Diputación Provincial de Granada para analizar la tendencia turística en Loja antes de verse alterada por la crisis del covid-19. Los datos de este informe vienen segmentados por territorios, quedando el municipio de Loja agrupado en la Comarca de Loja, que, junto con la Comarca de Alhama, conforman el territorio de Poniente.

En 2019, Poniente contaba con la cuota más baja de viajeros de la provincia, con un 1,5%:

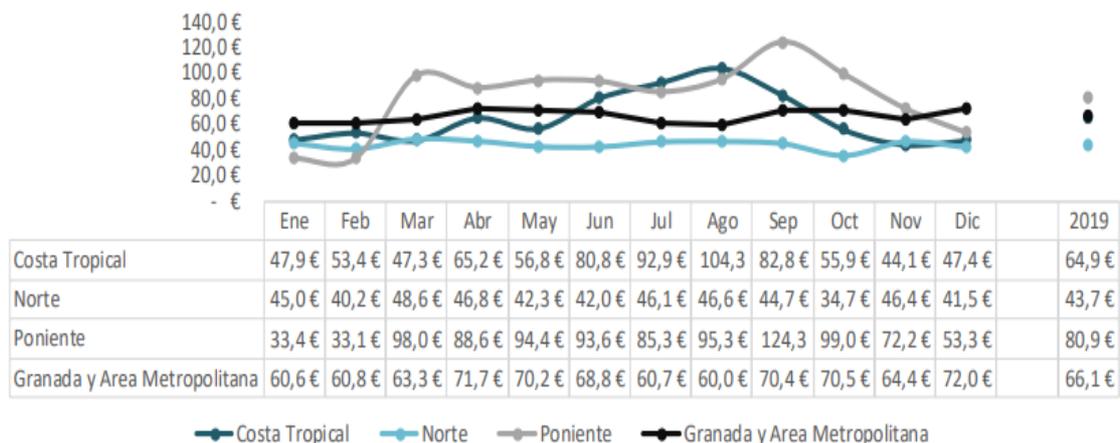
GRÁFICO 47: CUOTA DE MERCADO DE VIAJEROS EN LOS PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE GRANADA



(elaboración propia, fuente: Observatorio Turístico de la provincia de Granada)

Destacan los fuertes contrastes entre temporadas, siendo los meses templados de primavera y otoño los más demandados por los turistas, mientras que, en verano, y, especialmente en invierno, decae bruscamente la actividad turística. Estos datos quedan avalados de las tarifas medias diarias de los alojamientos (precios medios de los alojamientos turísticos).

GRÁFICO 48: PROMEDIO DE TARIFAS DIARIAS EN LAS ZONAS TURÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE GRANADA



(fuente: Observatorio Turístico de la provincia de Granada)

La oferta hotelera es más baja en el territorio de Poniente que en otros de la provincia, y cabe destacar el elevado precio de los hoteles de 3 estrellas, que se sitúan entre los más altos de esta categoría a nivel provincial.

En 2019 había un total de 8 establecimientos hoteleros en Loja, con 521 plazas disponibles.

**TABLA 8: ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS SEGÚN CLASE Y CATEGORÍA**

	Única	2 estrellas	3 estrellas	Total
Hoteles		2	2	4
Pensiones	4			4
Total				8

(elaboración propia, fuente: SIMA)

En 2021 estas cifras pueden variar significativamente debido a la apertura de un establecimiento hotelero de 4 estrellas en el municipio. Además, cabe destacar la presencia de un hotel de 5 estrellas “La Bobadilla”, que no viene incluido en las estadísticas oficiales, que cuenta con más de 70 habitaciones calificadas como Gran Lujo.

**TABLA 9: PLAZAS SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO HOTELERO**

	Única	2 estrellas	3 estrellas	Total
Hoteles		145	302	447
Pensiones	74			74
Total	74	145	302	521

(elaboración propia, fuente: SIMA)

En 2019, los mayores atractivos turísticos de Poniente fueron el turismo rural (convirtiéndolo en el territorio más notable de la provincia en esta categoría con un 74,2%) y el turismo cultural (38,1%). Cabe destacar el tercer motivo de visita: el turismo de salud y belleza, con un 21,8%, que supone el mayor porcentaje de razones de visita de toda la provincia.

**TABLA 10: MOTIVACIONES O SEGMENTOS TURÍSTICOS DEL TURISTA POR DESTINO. 2019**

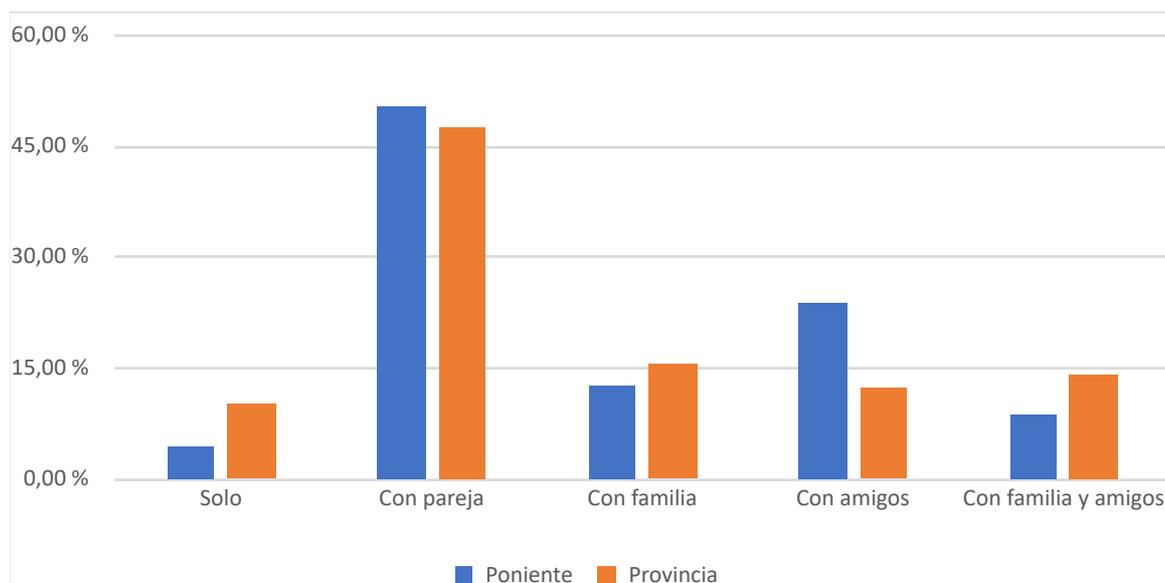
	Total	Granada y Á. Metropolitana	Zona Norte	Costa Tropical	Alpujarra y Valle de Lecrín	Poniente	Sierra Nevada
Ecoturismo y Tur. de Naturaleza	1,1 %	1,1 %	3,3 %	0,0 %	1,5 %	3,0 %	3,5 %
Turismo de Deportes	1,3 %	0,0 %	5,0 %	0,2 %	0,5 %	1,8 %	34,9 %
Negocios, Reuniones...	0,6 %	0,6 %	1,2 %	0,5 %	0,0 %	0,4 %	0,0 %
Turismo de Crucero	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Turismo de Aventura	0,6 %	0,5 %	3,2 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	1,2 %
Turismo de Eventos	0,8 %	0,8 %	0,8 %	0,7 %	0,0 %	0,4 %	0,0 %
Turismo Social (INSERSO)	1,5 %	0,5 %	2,0 %	0,0 %	32,0 %	10,5 %	0,0 %
Turismo de Ocio,	5,7 %	5,3 %	8,2 %	4,0 %	0,7 %	1,7 %	26,1 %
Visita a Amigos o	4,4 %	4,6 %	1,6 %	5,7 %	1,5 %	3,1 %	0,0 %
Turismo de Salud y	2,1 %	0,4 %	2,0 %	0,2 %	52,3 %	21,8 %	0,0 %
Turismo Cultural	58,6 %	73,2 %	40,9 %	3,0 %	15,6 %	38,1 %	5,9 %
Turismo Urbano	58,6 %	50,6 %	43,5 %	2,4 %	10,2 %	5,7 %	8,8 %
Turismo de Sol y Playa	16,1 %	3,8 %	0,8 %	98,6 %	1,5 %	0,4 %	1,0 %
Turismo Rural	14,4 %	13,7 %	44,8 %	0,2 %	51,5 %	74,2 %	4,4 %

(elaboración propia, fuente: Observatorio Turístico de la provincia de Granada)

Destaca el aumento del número de visitas a los Centros de Información de las Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama y Ermita Vieja. Sin embargo, los Centros “Puerto Lobo” y “Narváez” sufrieron un decremento en el número de visitantes.

La modalidad del grupo de viaje más común en Poniente es “con pareja” con más de la mitad de los viajes, habiendo aumentado un 17,4% con respecto al año anterior. La segunda modalidad que más se da es “con amigos” con un 23,9%.

**GRÁFICO 48: MODALIDAD DEL GRUPO DE VIAJE EN LOJA. 2019**



(elaboración propia, fuente: Observatorio Turístico de la provincia de Granada)

La edad media del turista de Loja es elevada, de 55,4 años, y es que casi el 50% de los turistas tienen más de 65 años, lo cual explica por qué un 54,4% del total son retirados o pensionistas, la segunda cifra más alta después de la Alpujarra.

Cabe destacar que los visitantes nacionales del territorio de Poniente fueron en su mayoría andaluces (con un 87,7%), porcentaje que se incrementó de 2018 a 2019 en un 39,6%, el hecho de que la mayor parte de los turistas no provengan de lejos seguramente es la razón por la cual la estancia media del territorio de Poniente se encontraba por debajo de la media de la provincia de Granada con 3,34 días.

Particularmente, es importante mencionar que Poniente, junto a Granada, fueron los territorios que presentaron el mayor número de recomendaciones de amigos y familiares (un 37% de los turistas).

Destaca la proporción de turistas extranjeros en Poniente: un 36%, cifra que llama la atención y supera todos los demás territorios de la provincia.

**TABLA 11: PROCEDENCIA AGREGADA DEL TURISTA POR DESTINO. 2019**

	Total	Granada y Área Metropolitana	Zona Norte	Costa Tropical	Alpujarra y Valle de Lecrín	Poniente	Sierra Nevada
Español	59,3 %	58,5 %	74,3 %	80,7 %	85,0 %	64,1 %	86,3 %
Dif. Turista Español 2018	-2,3 %	-0,2 %	18,8 %	24,5 %	-13,0 %	-17,6 %	-9,5 %
Resto de la UE-28	20,7 %	16,1 %	20,4 %	16,5 %	12,7 %	23,0 %	7,6 %
Dif. Turista Resto de la UE-28 2018	-5,4 %	-8,3 %	15,4 %	-22,8 %	11,4 %	7,0 %	5,9 %
Resto del mundo	20,0 %	17,9 %	5,3 %	2,7 %	2,3 %	12,9 %	6,0 %
Dif. Turista Resto del mundo 2018	7,7 %	0,9 %	3,4 %	-1,7 %	1,6 %	10,6 %	3,5 %

(fuente: Observatorio Turístico de la provincia de Granada)

Con respecto a las motivaciones del viaje de los excursionistas, la primera es que es “un sitio al que se va con frecuencia” (47%), la segunda “una recomendación de amigos y familiares” (35%), y la tercera “llevaba mucho tiempo queriendo venir”.

Cabe destacar el hecho de que más de un 22% de las excursiones visitan también la zona de la Alpujarra, sin embargo, la tasa de visitantes de las excursiones de otros territorios con respecto a Poniente es muy baja, ninguno supera el 2,8%.

**TABLA 12: VISITA A OTRAS ZONAS DE LA PROVINCIA (EXCURSIÓN). 2019**

	Total	Granada y Área Metropolitana	Zona Norte	Costa Tropical	Alpujarra y Valle de Lecrín	Poniente	Sierra Nevada
Granada y Área Metropolitana	49,2 %	0,0 %	66,7 %	70,9 %	60,4 %	53,3 %	91,6 %
Altiplano	1,8 %	3,5 %	0,0 %	0,9 %	1,5 %	4,4 %	0,0 %
Guadix-Marquesado	2,6 %	5,6 %	0,0 %	0,0 %	2,2 %	6,7 %	0,0 %
Costa Tropical	20,9 %	47,0 %	7,6 %	0,0 %	25,4 %	8,9 %	1,9 %
Alpujarra-Valle de Lecrín	14,8 %	26,3 %	6,1 %	25,5 %	0,0 %	22,2 %	3,7 %
Poniente	2,1 %	2,5 %	1,5 %	0,9 %	3,0 %	0,0 %	2,8 %
Sierra Nevada	8,5 %	15,2 %	18,2 %	1,8 %	7,5 %	4,4 %	0,0 %

(fuente: Observatorio Turístico de la provincia de Granada)

Si analizamos los excursionistas, observamos la mayor brecha de la provincia entre hombres y mujeres, siendo la ratio 62-38%. Además, la media de edad es más baja que en el total turístico, ya que el 42% de los turistas tienen entre 45 y 54 años.

### **Impacto del Covid-19**

La pandemia ha supuesto un retroceso económico para muchas industrias, pero el sector del turismo ha sido uno de los más afectados, por ello se van a desarrollar los cambios más característicos que ha sufrido este mercado en el territorio de Poniente:

Llama la atención que el territorio de Poniente fue el único que creció la segunda mitad del año (menos agosto en la Costa), lo que le permitió continuar la marcada tendencia al alza que comenzó a principios de 2020, principalmente en Julio. Esto hizo que el precio promedio se viese incrementado en un 42,1% y que obtuviese la tarifa media diaria más alta de la provincia: 103,7€.

**TABLA 13: TARIFAS PROMEDIO DIARIAS EN LAS ZONAS TURÍSTICAS DE GRANADA. 2020**



(fuente: Observatorio Turístico de la provincia de Granada)

Además, Poniente fue el territorio en el cual menos disminuyó en turismo durante la pandemia (se redujo en un 59.5%).

En 2020 la respuesta más común a la pregunta de cuál es el motivo de la visita a la zona fue “llevaba mucho tiempo queriendo conocerlo, pero es mi primera visita” con un 39,1% de contestaciones, lo que se traduce en que la zona del Poniente se está dando cada vez más a conocer, hecho probablemente motivado por ser el territorio más presente en internet de la provincia. La segunda respuesta fue que es “un sitio al que voy con frecuencia” y la tercera “me lo recomendaron amigos o familiares”.

Las preferencias de los visitantes de este territorio conforme a tipo de turismo en 2020 fueron (por orden): cultura, rural, Ecoturismo y turismo de naturaleza, urbano y turismo de salud y belleza. El interés del turismo cultural aumentó en un 25,1% con respecto a 2019.

Cabe destacar el drástico decremento de la proporción de turistas frente a los excursionistas (45%), el más alto con bastante diferencia de la provincia.

**TABLA 14: PROPORCIÓN DE TURISTAS EN LAS ZONAS TURÍSTICAS DE GRANADA. 2020**

	Provincial	Granada y Á. Metropolita	Zona Norte	Costa Tropical	Alpujarra y Valle de Lecrín	Poniente	Sierra Nevada
Turistas	64,3 %	89,3 %	49,5 %	95,5 %	59,2 %	22,2 %	36,4 %
Dif. Turistas	-20,1 %	-0,4 %	-16,6 %	20,5 %	-11,9 %	-45,0 %	-19,8 %
Excursionistas	35,7 %	10,7 %	50,5 %	4,5 %	40,8 %	77,8 %	63,6 %

(elaboración propia, fuente: Observatorio Turístico de la provincia de Granada)

### 2.1.5 CAMBIO CLIMÁTICO Y ENERGÍA

El cambio climático no puede resultar ajeno en la organización del pan estratégico de un territorio. Acorde a los resultados de los Escenarios Locales del Cambio Climático actualizados al 5º Informe IPCC: evolución de los grupos climáticos y la temperatura (publicado por la Junta de Andalucía), la temperatura subirá en los próximos 50 años entre 3,6 y 6,5°C. Este cambio, para un clima mediterráneo continental como el de Loja puede tener consecuencias nefastas con respecto a sus cultivos y calidad de vida.

Ya en el Diagnóstico Ambiental Municipal de Granada de 2006 se incluyeron datos concernientes a la localidad de Loja, alertando de los niveles de contaminación en el municipio: como la elevada carga de contaminación orgánica, contaminación por nitratos y altos valores de la sustancia tóxica ALDRIN (se encuentra prohibida) del río Genil a la altura de Loja, cuya procedencia se debe principalmente a los vertidos industriales. También destacan las emisiones elevadas de CO<sub>2</sub>, N<sub>2</sub>O, NO<sub>x</sub>, CO y plomo del municipio.

El clima de Loja es mediterráneo continentalizado, con inviernos fríos y veranos muy calurosos, por lo que si se le suman unos grados más de media los cultivos y la calidad de vida se pueden ver gravemente afectados.

Por su parte, el pacto verde europeo establece una serie de medidas para luchar contra la contaminación, el cambio climático y sus correspondientes consecuencias.

**ILUSTRACIÓN 3: MEDIDAS DE EL PACTO VERDE EUROPEO 2020**



(fuente: Web oficial de la UE)

### 2.1.5.1 Energía

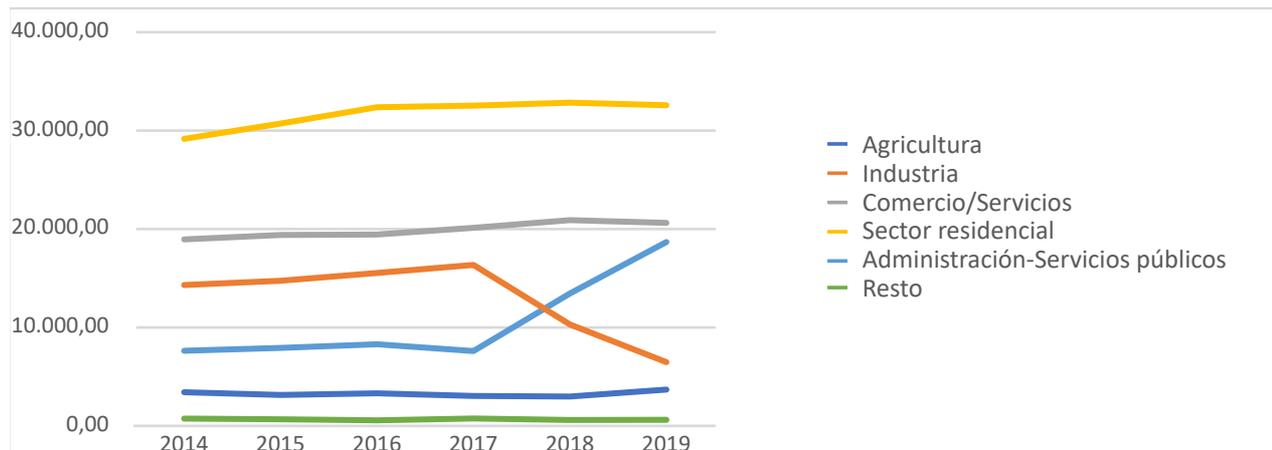
En 2019 el Loja se consumió un total de 82.020,24 MW/H de energía eléctrica en Loja, los sectores que más han contribuido a este gasto fueron el residencial y el comercio. Cabe destacar que el tercer sector que más energía consumió fue el de la Administración y servicios públicos, el cual le ha tomado el relevo a la Industria en cuanto a consumo desde 2017.

TABLA 15: CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA POR SECTORES. 2019

Consumo de Energía Eléctrica por sectores 2019	
Agricultura	3.570,23
Industria	6.361,13
Comercio/Servicios	20.526,54
Sector residencial	32.489,56
Administración-Servicios públicos	18.577,01
Resto	495,77

(elaboración propia, fuente SIMA)

GRÁFICO 49: EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA POR SECTORES



(elaboración propia, fuente SIMA)

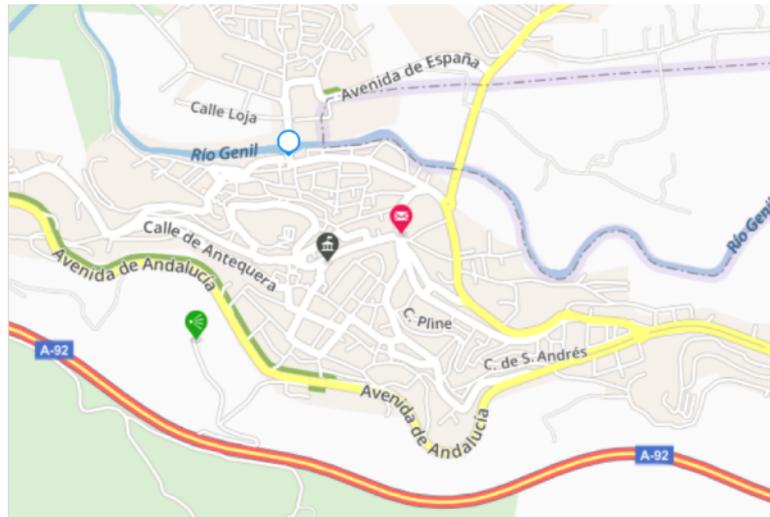
La junta de Andalucía ha establecido unas directrices con objetivo a 2030 para fomentar la transición energética y así contribuir con la lucha contra el cambio climático:

- La reducción del consumo de energía mediante el ahorro y el incremento de la eficiencia energética;
- El descenso de las emisiones de GEI asociadas al consumo de energía mediante el incremento del uso de fuentes de energía renovables y el fomento del autoconsumo;
- La disminución de la dependencia de los derivados de petróleo transformando los modos de movilidad y el transporte;
- Un mayor uso de las energías renovables, aumentando la electrificación de la demanda;

- La mejora del acceso a unos servicios energéticos asequibles y de calidad, incrementándose la calidad de vida de la población y la competitividad de las empresas;
- El compromiso de la Administración regional, asumiendo un papel ejemplarizante y haciendo extensible esta transición, dado el carácter transversal y básico de la energía, a todas las políticas públicas que la Junta de Andalucía lleve a cabo.

## 2.1.6. MOVILIDAD

ILUSTRACIÓN 4: MAPA DE CARRETERAS DE LOJA



(fuente: Guía Michelin 2016)

El municipio de Loja se encuentra al pie de la autovía A-92 que Conecta Granada con Málaga y Sevilla.

Cabe destacar el proyecto de obras de mejora de la A-4154 entre Loja y Ventorros de San José 6.2 millones de €, que da servicio a la zona norte del poniente granadino.

Loja goza de estación de tren, sin embargo, no cuenta con muchas conexiones, desde Granada llega solamente un tren al día y para ir a Málaga hay que hacer un transbordo, tardando de 3 a 4 horas, cuando el autobús solamente tarda una. Hay entre 8 y 12 viajes al día de autobús para ir y venir de Málaga y Granada.

Sin lugar a dudas, la dispersión de los núcleos y la comunicación interna de la localidad da lugar a la necesidad de un vehículo, y es que en Loja existían 9,31 vehículos por cada 10 habitantes de 2020, y más específicamente 5,16 turismos por cada 10 habitantes. El exceso de vehículos contribuye al aumento de emisiones CO2 y otros gases nocivos para la salud y medio ambiente, los cuales ya estaban sobrepasando consistentemente los límites recomendables en 2006 según el DIAM.

TABLA 16: PARQUE DE VEHÍCULOS DE LOJA

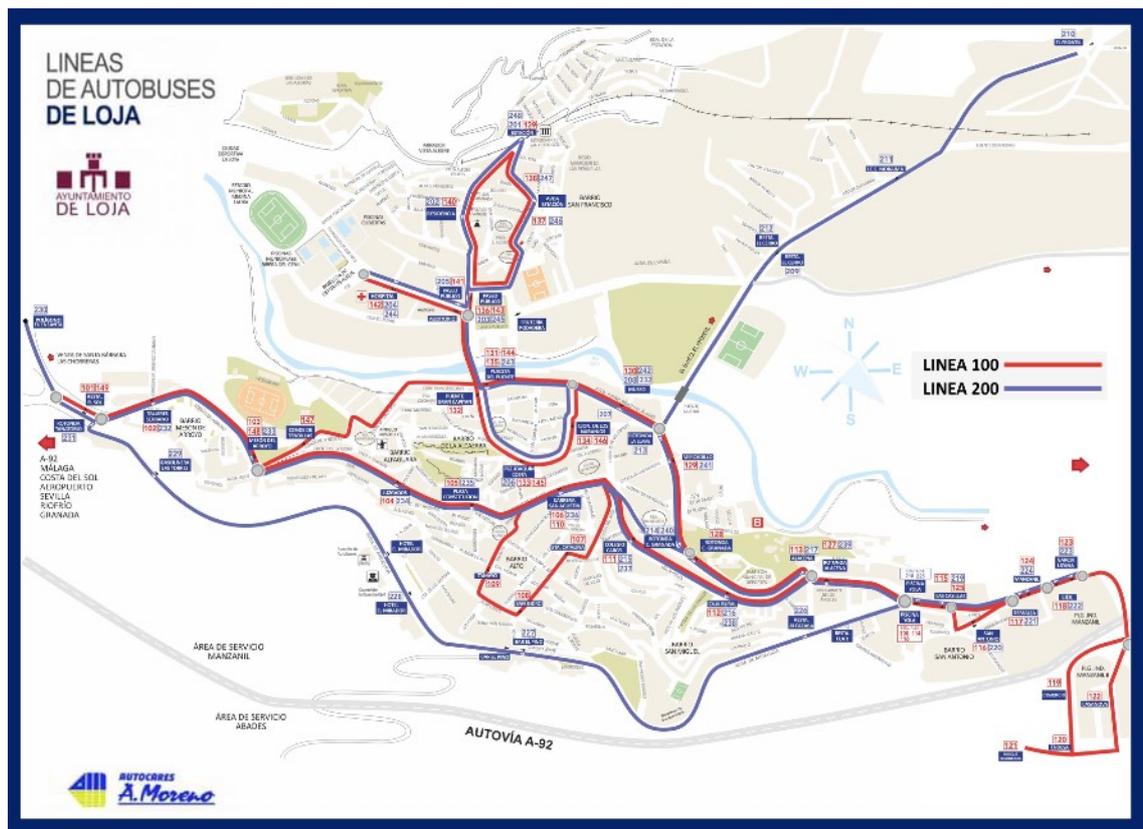
**Parque de vehículos 2020**

Turismos	10.551
Motocicletas	1.789
Furgonetas	1.909
Camiones Hasta 3.500 Kg	1.286
Camiones más de 3.500 Kg	203
Autobuses	31
Tractores industriales	80
Ciclomotores	2.419
Remolques y semirremolques	202
Otros vehículos	180
<b>Total</b>	<b>18.650</b>

(elaboración propia, fuente: SIMA)

El municipio cuenta con dos líneas de autobús interurbano: la línea 1 disponible de Lunes a Sábado y la línea 2 disponible de Lunes a Viernes

ILUSTRACIÓN 5: MAPA DE LÍNEAS DE AUTOBÚS DE LOJA

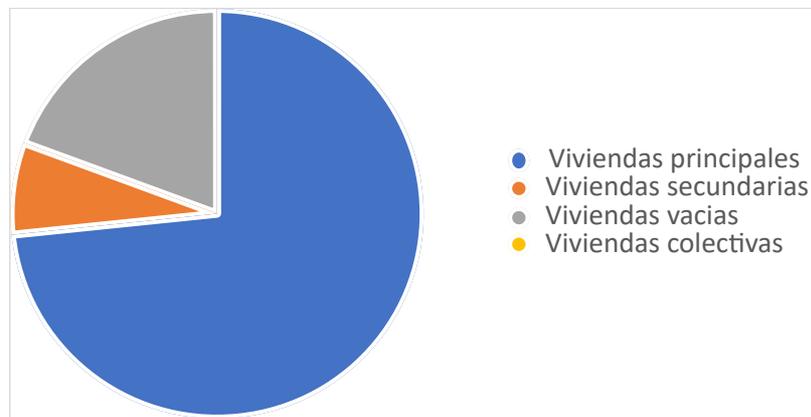


(Fuente: Autocares Moreno)

### 2.1.7 VIVIENDA

En el censo de 2011 se registraron un total de 10.878 viviendas, de las cuales la gran mayoría eran viviendas de uso principal, pero cabe destacar la cantidad de viviendas vacías: casi un 20% del total. El precio medio del metro cuadrado en julio de 2020 es de 724€ el metro cuadrado.

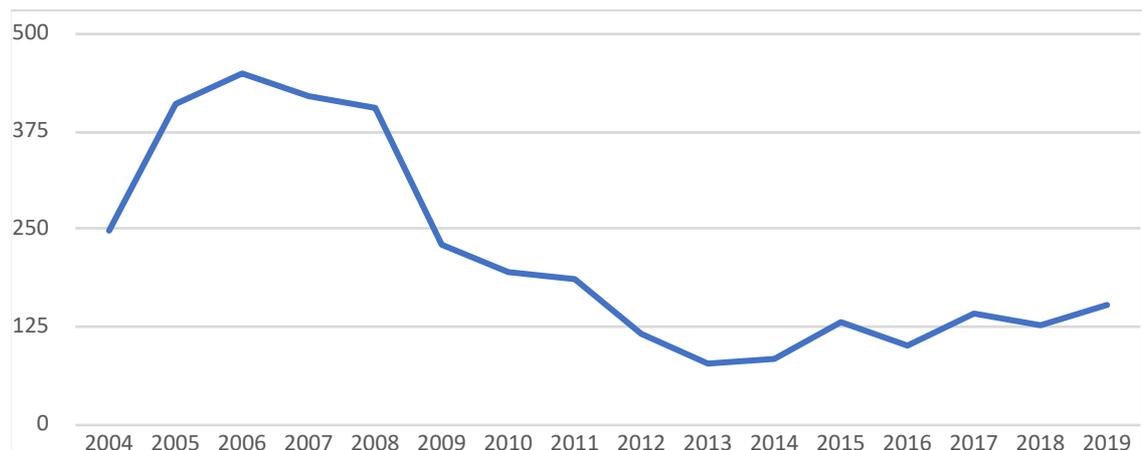
GRÁFICO 50: VIVIENDAS EN LOJA. CENSO 2011



(elaboración propia, fuente: SIMA)

Se puede observar el descenso de más de un 82% en las transacciones inmobiliarias en Loja desde 2006 hasta 2013 (especialmente drástico a partir de la crisis de 2008), año en el cual el mercado empieza a remontar, comenzando una tímida tendencia alcista, pero sin llegar tan siquiera a alcanzar las cifras iniciales del “boom” de la construcción.

GRÁFICO 51: TRANSACCIONES INMOBILIARIAS EN LOJA



(elaboración propia, fuente: INE)

## 2.2.- Análisis Urbanístico

El municipio de Loja dispersa su población, 20.419 habitantes, en 445 km<sup>2</sup> jalonados por distintos núcleos de diferente volumen (Loja, La Esperanza, Barrio San Antonio, Riofrío, Cuesta La Palma, Cuesta Blanca, Venta del Rayo, Atajea, La Fábrica, Ventorros de San José, Fuente Camacho, Ventorros de Balerna, Ventorros de la Laguna, El Bujeo/Cerro y El Frontil). La realidad física es de una entidad disgregada y ello supone en un esfuerzo adicional para cubrir y mantener servicios públicos. Tanto la localidad como las pedanías se asientan sobre una orografía accidentada ligada al paisaje de sierra baja.

La ciudad se caracteriza por la pendiente de las laderas que franquean el paso del río Genil y el promontorio calizo sobre el que se asienta la Alcazaba, que domina y caracteriza el skyline. El cauce del río divide la localidad y es un claro hito geográfico de la misma.

Loja responde al modelo urbano de agrovilla. A la vez, en la traza del casco histórico se lee la herencia de la ocupación musulmana iniciada en el siglo IX, siendo pieza fundamental en la reconquista del Reino de Granada por parte de los Reyes Católicos, ya que la toma de Loja permitió abrir la Vega de Granada a las tropas cristianas.

La agrovilla es un asentamiento muy característico en Andalucía que presenta una estructura y morfología próximas a modelos urbanos de ciudad, pero con una indudable vinculación a la actividad agropecuaria. La actividad agrícola se basaba tradicionalmente en el minifundio, explotaciones de reducidas dimensiones orientadas fundamentalmente al autoabastecimiento. Esta marca en el sistema de explotación se traduce en la traza urbana y el modelo de unidad de vivienda: parcelas estrechas y profundas con patios traseros y dependencias ligadas al almacenamiento de grano o enseres de labranza.

El urbanismo de los años 80 del siglo pasado en adelante supone una disrupción respecto al modelo original, sustituyendo la vivienda unifamiliar por viviendas plurifamiliares en bloques de mediana superficie que se desarrollan en altura presentando entre 5 y 7 plantas de altura.

La convivencia de ambos modelos de diferente escala da lugar a un escenario urbano heterogéneo.

Hoy día, la economía local continúa ligada al sector primario y ello conlleva una forzosa temporalidad del empleo que responde a la demanda de las campañas agrícolas predominantes (espárrago y aceituna).

Los cambios funcionales y sociales han devenido en tensiones permanentes de cambio entre viejas y nuevas funciones de la ciudad. Ello da lugar a la apertura de nuevos escenarios en los que hay que regular dicha tensión entre las realidades físicas estáticas urbanísticas y las sociales y económicas con mayor dinamismo del nuevo siglo. La ciudad, y en concreto el casco histórico, son fiel reflejo de ello, desembocando en el deterioro físico del tejido urbano, en la degradación social, y en la pérdida de vitalidad funcional. A ello hay que sumar la implementación de un modelo de desarrollo disperso y zonificado (antagonista del modelo compacto de ciudad mediterránea) y el desequilibrio en cuanto a equipamientos, servicios y función residencial que experimenta el núcleo urbano de Loja. Hay que recordar que el modelo de ciudad mediterránea se apoya en un patrón compacto y multifuncional que asegura en gran medida un modelo sostenible que proporciona las capas de uso y de servicios que demanda el ciudadano, garantizando un equilibrio pragmático: unos usos no desplazarán y, en ausencia de alguno, la ciudad seguirá funcionando. Si superponemos los usos residencial,

comercial, servicios, cultural y turístico, aseguramos el establecimiento de relaciones perdurables en el tiempo que generan beneficio económico y social.

Para mejor comprensión, realizaremos una lectura analítica de cada una de las funciones, detectando las deficiencias y campos de mejora que presenta la ciudad.

Como indicábamos en el párrafo anterior, la ciudad no ha sabido o no ha podido canalizar adecuadamente una respuesta a las tensiones generadas por el cambio de modelo sociocultural y residencial. El resultado es un preocupante devenir en una descomposición de la trama urbana y del tejido social, que podemos circunscribir fundamentalmente al casco histórico y barrios perimetrales.

En materia urbanística y arquitectónica estamos asistiendo a una desmaterialización de la malla urbana, de forma que las ruinas física y económica ocupan los inmuebles y tiñen la calle. Un paseo a pie de calle por zonas emblemáticas como la Calle Real (zona centro), Calle Tamayo (Barrio Alto) o Calle Pérez Garzón (en la zona del Puente) puede ser ejemplo de la magnitud de la afectación. Ello se traslada a dos niveles fundamentales: el vaciamiento de población que está experimentando la ciudad tradicional y el perjuicio estético que torna el ámbito urbano en un lugar casi hostil. En otra escala, pero no menos importante, situaríamos los problemas de seguridad y salubridad que acarrea (posibles derrumbes, plagas, vertidos no controlados...), así como la inexistencia de un catálogo de materiales, colores, texturas y mobiliario urbano que definan el ámbito de intervención y que permitan conferir una imagen coherente frente a la estética disgregada imperante.

El abandono progresivo del modelo de vivienda tradicional que, como hemos visto, no ha podido adaptarse a las nuevas formas de habitar, se ha traducido en el vaciado del casco histórico, el envejecimiento progresivo y preocupante del mismo y, parcialmente, la llegada de población inmigrante de renta inestable.

La actividad comercial igualmente ha resultado afectada por la pérdida palpable de población y, en parte, por una inadaptación a las nuevas formas de consumo. Así, zonas comerciales tradicionales como Plaza Joaquín Costa, Calle Las Tiendas o Duque de Valencia, donde perviven escasos negocios, están prácticamente desintegradas. Incluso el mercado municipal presenta una ocupación muy baja, destinando a puestos de venta solo una parte de la planta baja. Este edificio es una pieza muy particular a la que se accede desde una plaza trasera o desde una vía rodada, cuando está franqueada por el espacio público que antecede al Pósito y que se presenta como un atractivo a la continuidad espacial y funcional del mercado.

A nivel social, se detectan bolsas de pobreza y marginalidad importantes en la vertiente Sur y Oeste del promontorio de la Alcazaba, así como en el área dibujada por Fuente de la Mora, el eje Don Gregorio-Las Parras-Camino Bajo y Pérez Garzón.

El centro histórico, depositario de la memoria urbana, concentra la mayor parte del patrimonio cultural, pero no percibe el beneficio que, a priori, supone una herramienta de potencial económico como el turismo.

Desde un punto de vista funcional, cabe destacar la presencia administrativa/representativa gracias a la implantación de oficinas municipales, que no consigue su objetivo como el revulsivo que necesita el casco histórico, ya que limita su uso a la primera mitad del día, lejos de la multifuncionalidad que demanda un sistema urbano vital.

Loja no es solo ladera, es valle y es Vega. El paso del Genil abre fértiles tierras de cultivo y un paisaje cultural y físico reconocibles que forman parte del imaginario y cultura colectivos. Loja

y el Genil mantienen una relación ambivalente. Por un lado, la ciudad ha vivido tradicionalmente de espaldas al río, y éste se comporta como una frontera física, por otra parte, la Vega está sometida a una importante presión urbanística, que supone una amenaza para la preservación de este espacio y su potenciación como lugar de gran interés paisajístico, social, patrimonial y agroambiental.

Loja cuenta con un importante patrimonio natural: parajes singulares y rutas de Sierra, pistas de despegue para vuelo libre, vía ferrata, rutas de ribera, manantiales... Tampoco es desdeñable el listado de bienes culturales: el conjunto de la Alcazaba, iglesias, ermitas, yacimiento de Sierra Martilla... Sin embargo, a priori, no existe una vertebración clara de ambos patrimonios que permita desarrollar todo su potencial sin necesidad de entrar en competencias con núcleos próximos, sino reivindicando la singularidad del municipio.

La identidad de Loja es difusa no solo para el visitante, sino para los mismos habitantes de Loja, que en la mayoría de los casos no tiene un conocimiento del medio que constituye una palanca para el vínculo y anclaje al territorio.

La planimetría desarrollada nos permite gráficamente inferir, para cada uno de los contextos o ámbitos que conforman la ciudad (residencial, comercial, equipamiento), dos conclusiones:

- El desequilibrio factor imperante
- El territorio requiere de un nuevo modelo que le permita regenerarse y adaptarse no sólo a las nuevas necesidades sino a su continuo y desbordante dinamismo.

La planimetría adjunta nos permite leer por funciones las relaciones establecidas en la ciudad.

El estudio de población muestra la implantación de islas de diferente entidad sobre la malla urbana, siendo los círculos de mayor tamaño cuanto mayor es la carga demográfica y variando la intensidad del color en función de la estabilidad de rentas de esta.

- En la ladera Sur la población se desplaza hacia el Este en modelos de vivienda plurifamiliar de alta densidad. La zona del Mesón de Arroyo acapara una cuota destacable, mientras que la zona centro se diluye.
- La ladera Norte ha conseguido establecer cuotas importantes en el Barrio San Francisco y las nuevas urbanizaciones (Cerro, Bujeo, Viso y Peñas) siguen dispersando la población en un modelo urbanístico residencial de viviendas unifamiliares aisladas. El esquema muestra claramente el éxodo que ha experimentado la ciudad tradicional.

En el plano de actividad comercial apreciamos nuevamente el establecimiento del eje Este como la nueva columna vertebral de la ciudad. El Barrio San Francisco casi podría funcionar como una entidad independiente respecto a esta función, y el resto presenta una actividad de baja intensidad y en algunos casos testimonial, con especial dramatismo en el centro histórico.

En cuanto a la implantación de equipamientos, es la margen izquierda del río la que, como un imán, acapara no sólo los equipamientos más potentes, sino directamente todos los de última implantación. Es curioso que se integren sobre un viario en fondo de saco elementos tan potentes como la ciudad deportiva, el CHARE y el Centro Cívico, dejando en el aire cuestiones relevantes como la evacuación en condiciones de seguridad de un área tan sensible.

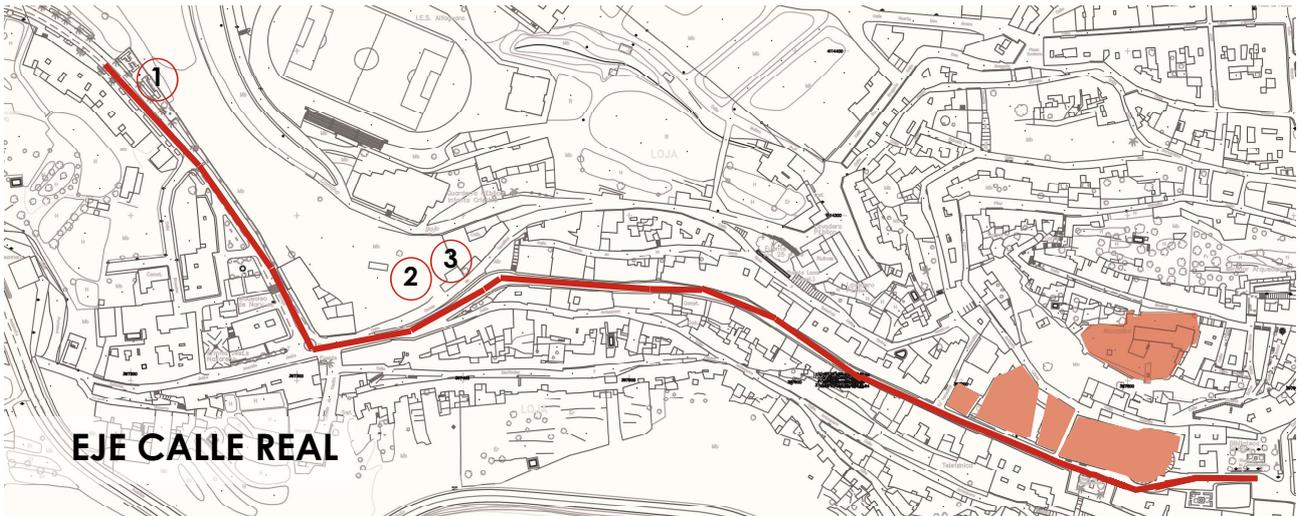
En contraposición a las funciones estudiadas, los usos representativos y equipamientos administrativos se ubican fundamentalmente en el casco histórico, y ello conlleva que se

mantenga en la zona un pulso mínimo en horario de mañana. El corazón histórico de la ciudad deja de latir en el momento en que cierran estos centros.

Nos parece muy interesante superponer todos los estratos de uso para inferir, sin más referencia geográfica que el río, el estado vital de la ciudad. Así vemos claramente:

- la dispersión, no solo de población, sino de las actividades económicas y
- como el centro se diluye y el nuevo modelo de ciudad dispersa lo repudia.

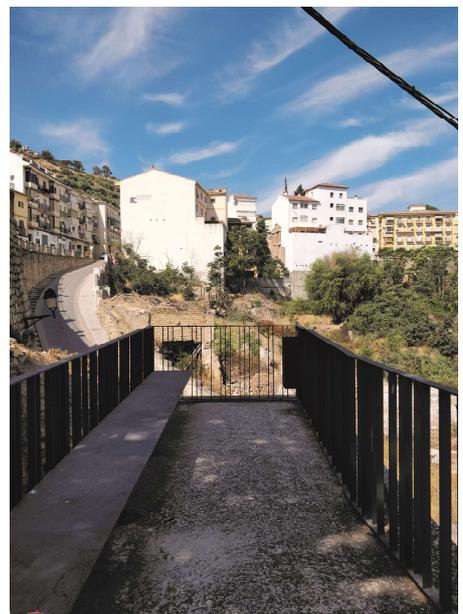
Como vemos, se trata de una realidad compleja con muchos ámbitos de intervención y diferentes estratos de imbricación que, al mismo tiempo supone un interesante campo de retos y oportunidades proyectuales y de transformación de la ciudad.



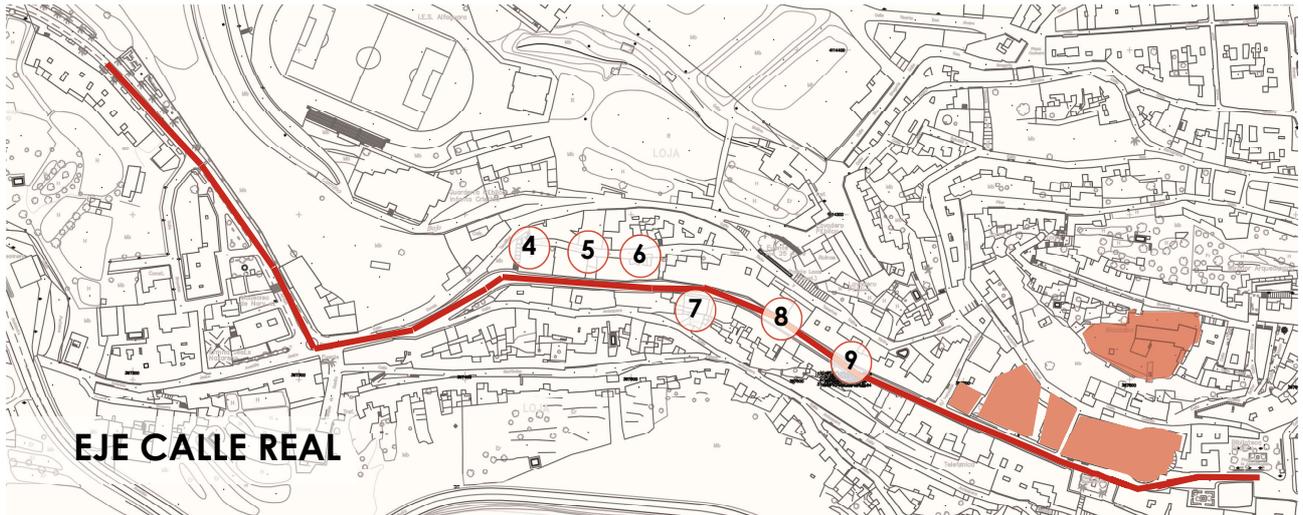
1

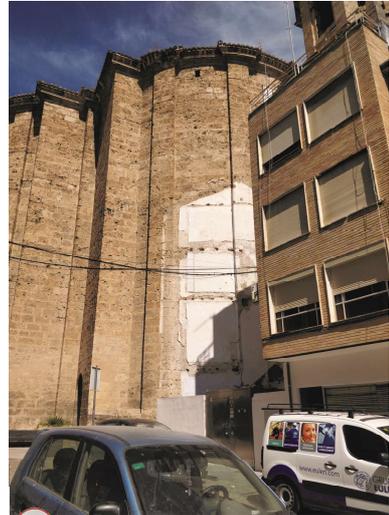
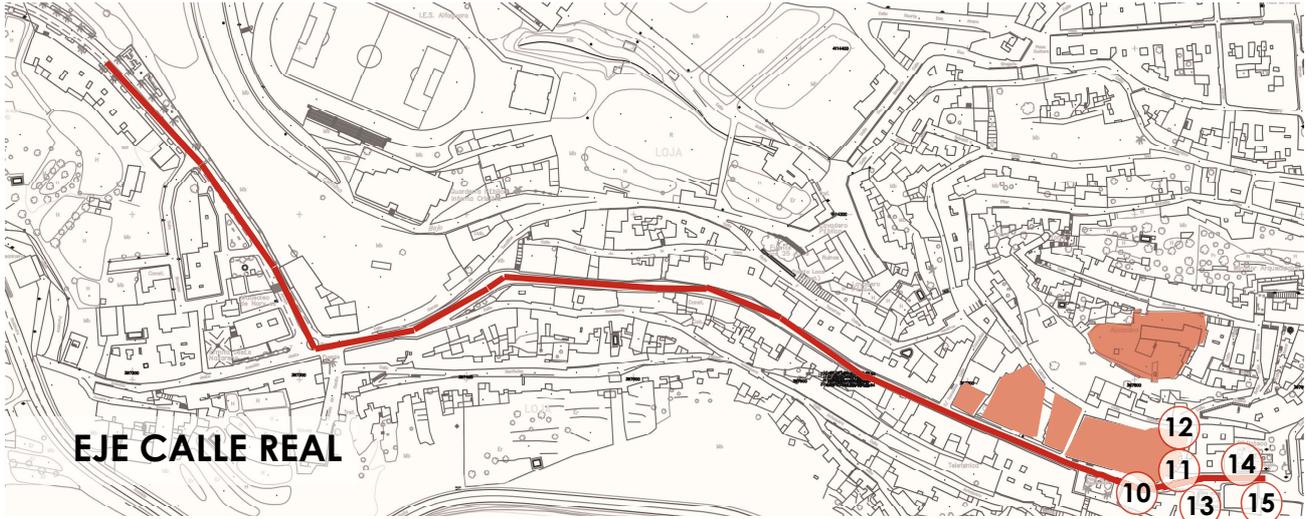


2

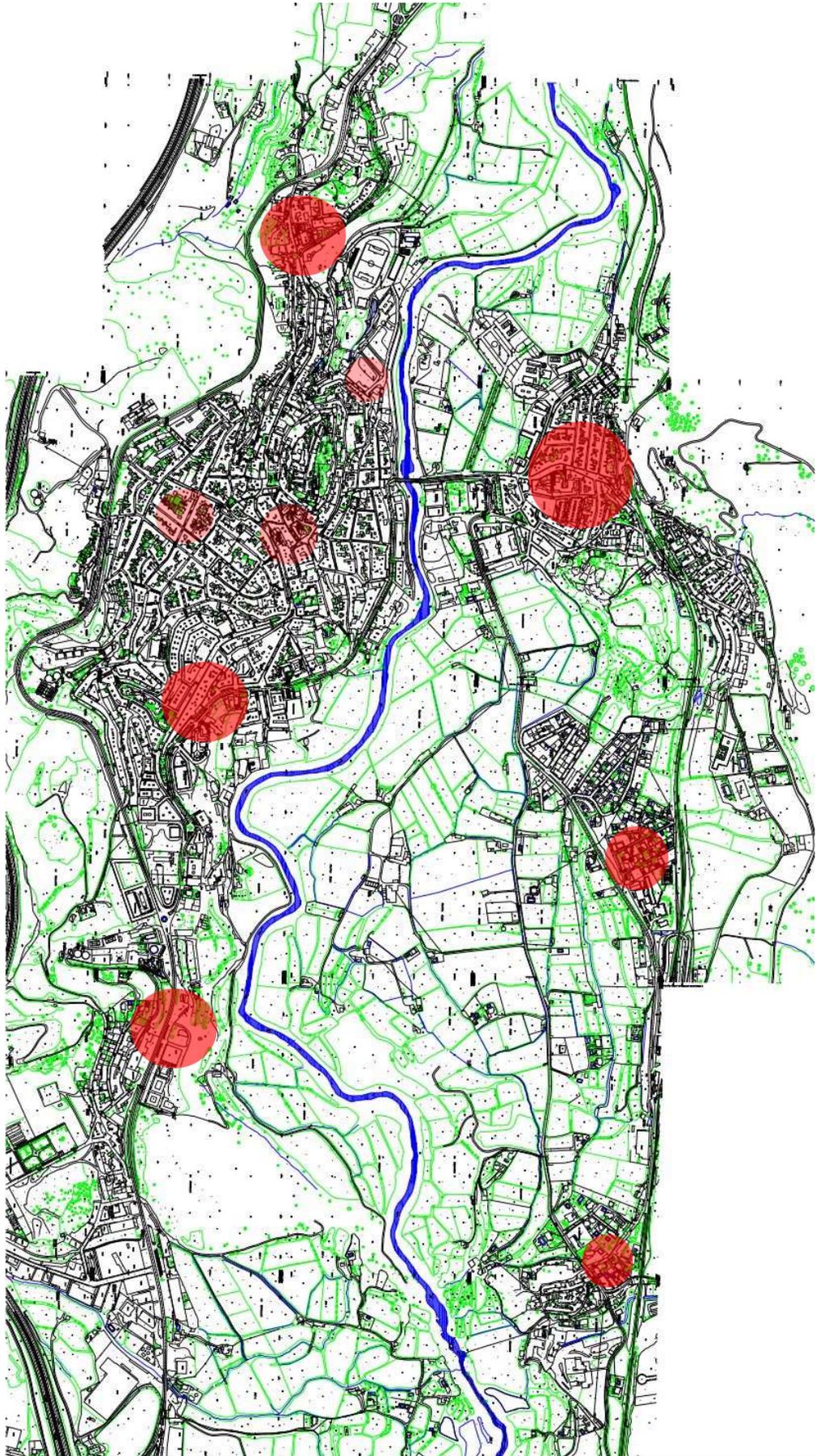


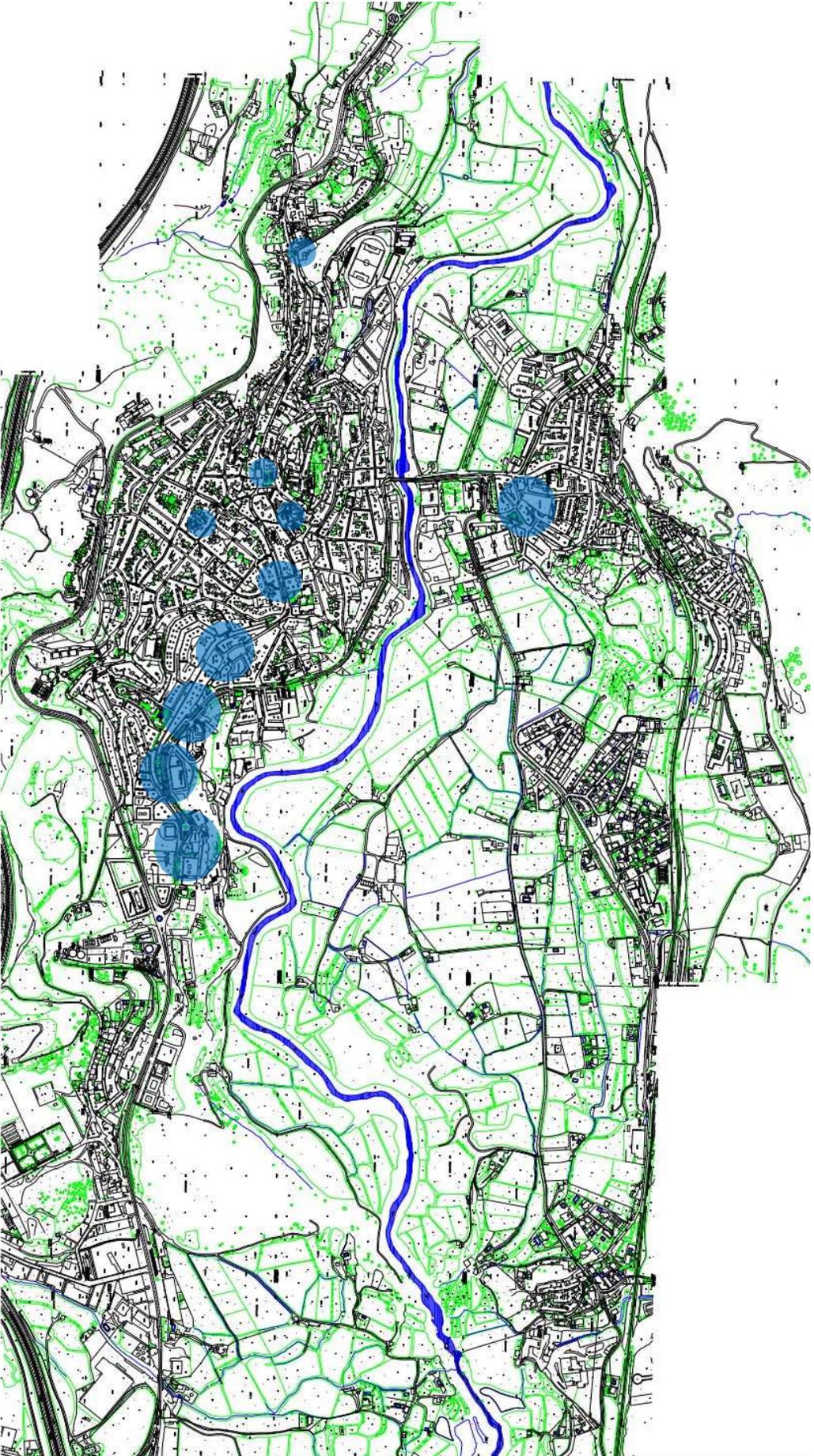
3



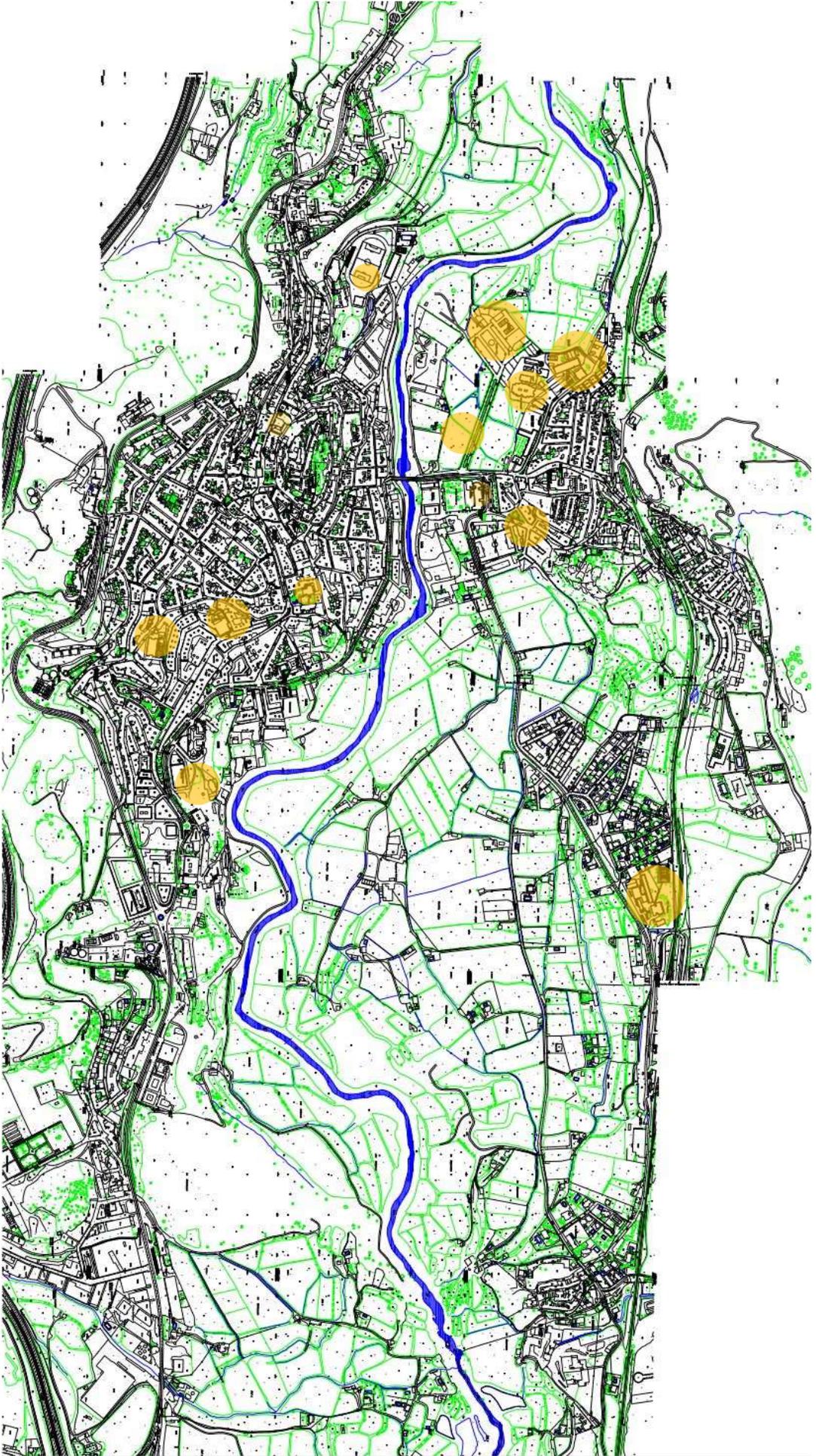


RELACIONES ENTRE ISLAS DE POBLACIÓN



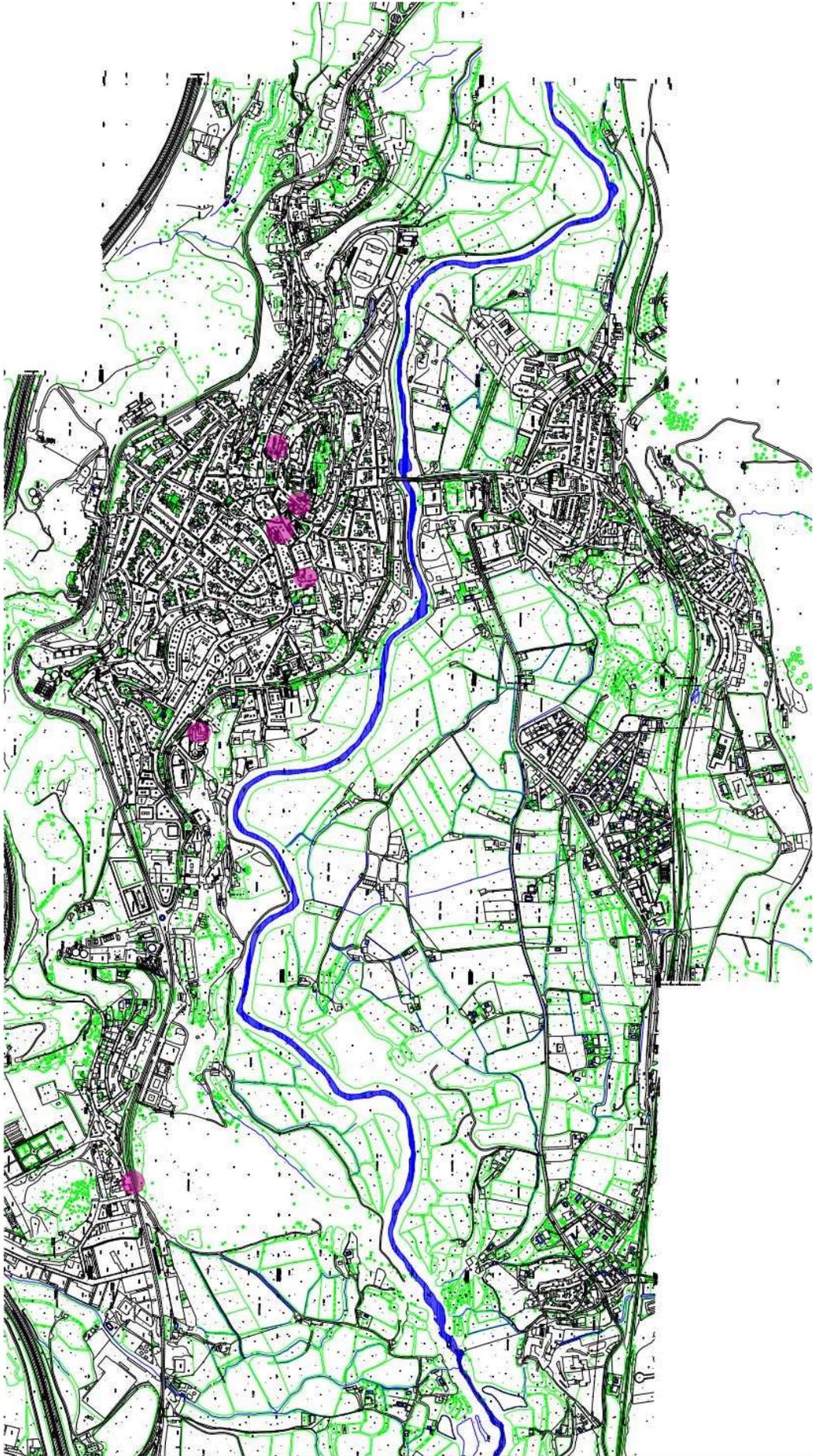


ACTIVIDAD COMERCIAL



**EQUIPAMIENTOS CULTURAL, DOCENTE, DEPORTIVO Y SANITARIO**

**EQUIPAMIENTO ADMINISTRATIVO/INSTITUCIONAL**





## **2.3.- Análisis Delphi**

El Método Delphi es un tipo de investigación destinada a sondear a personas “expertas” para establecer a partir de sus opiniones los escenarios posibles.

Nos ha permitido consultar sobre aspectos futuros en sus respectivos campos de conocimiento teniendo en cuenta varias garantías:

### **Anonimato:**

Cada entrevista se ha realizado de forma personalizada, reduciendo la capacidad de influencia de otros entrevistados/as en el análisis individual.

### **Reiteración:**

Se han hecho hincapié en varios temas principales desde varias perspectivas.

### **Entrevistas abiertas y semi estructuradas:**

Se han realizado en un clima que ha permitido expresar opiniones abiertas sobre una estructura de conversación, no reduciéndose a contestar un cuestionario cerrado.

### **Presentación pública:**

Los resultados son presentados junto con un análisis estadístico y urbanístico.

El Panel de opiniones ha estado compuesto por 25 personas pertenecientes a diferentes actividades sociales, educativas, políticas y económicas. En su inmensa mayoría son nacidos en la Loja y viven en ella, aunque también se ha incluido en el Panel personas no residentes pero relacionadas con el municipio. Las entrevistas se han realizado en el mes de Julio y Agosto de 2021.

La estructura de las entrevistas se ha concentrado en 5 bloques temáticos:

1. Situación actual.
2. Cambios a realizar.
3. Apuestas de crecimiento.
4. Posición ideal para el futuro.
5. Valoración de aspectos sectoriales.

Exponemos los argumentos de mayor consenso expresados en los 4 primeros bloques temáticos de opinión y reflexión:

### **1.- Situación Actual.**

Momento de gran incertidumbre por la situación pandémica. Loja cuenta con un mapa competo de servicios públicos, pero no cuenta con una oferta de empleo que permita a la población joven con una alta formación permanecer en la localidad. La economía se basa en la agricultura. Loja cuenta con buenas infraestructuras de comunicación que no aprovecha como sí lo hace Antequera. Su población tiene acceso no solo a los servicios de Loja sino que disfruta de una amplia oferta de servicios públicos privados en las áreas metropolitanas de Granada y Málaga. La población y la actividad social se ha desplazado hacia los Barrios en detrimento del Centro Histórico. Existe una participación activa en los entornos asociativos centrada en causas concretas de intervención.

### **2.- Cambios a realizar.**

Integración de la diversidad cultural y zonas de exclusión social para que no se produzcan problemas en el futuro, revertir la situación del Centro Histórico y planificar la promoción de la ciudad con ofertas ciertas de atención al público. Impulsar actitudes de emprendimiento social y empresarial con apoyo institucional, como forma de superar situaciones que requieren un esfuerzo conjunto de colaboración.

### **3.- Apuestas de crecimiento.**

Utilizar los recursos propios de Loja, la naturaleza, la centralidad estratégica en Andalucía y las conexiones por carretera, para aumentar la generación de empleo cualificado, realizando una oferta cultural, deportiva, empresarial y de ocio a la comarca, la zona metropolitana y los ámbitos regionales – nacionales. Incidir en la formación específica de aquellas áreas necesarias para desarrollar los sectores económicos por los que puede apostar Loja, junto con la promoción de espacios físicos específicos de desarrollo industrial. Existe un consenso en que los recursos de Loja tienen grandes posibilidades de desarrollo.

### **4.- Posición ideal de futuro.**

Un deseo generalizado es que la población joven más formada encuentre en Loja oportunidades de desarrollo personal, junto a que la ciudad encuentre un equilibrio en su desarrollo urbanístico-social entre en Centro Histórico y los Barrios.

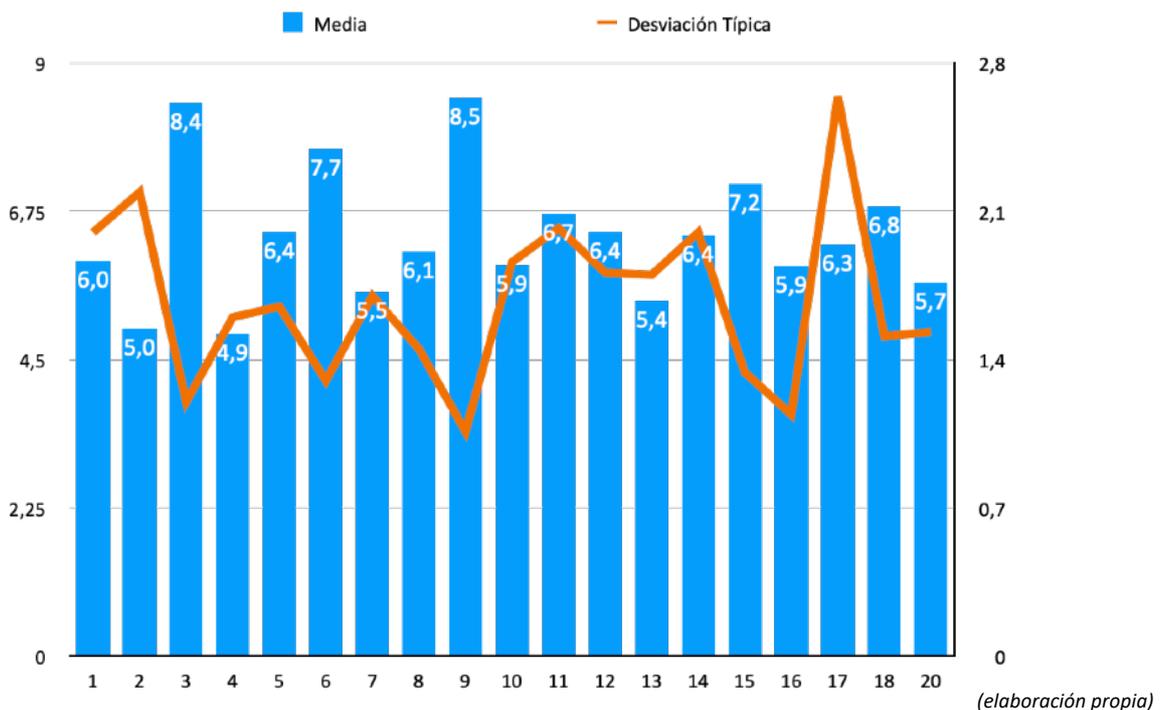
### **5.- Valoración de aspectos sectoriales:**

Respecto al bloque temático 5 exponemos el resultado de las valoraciones numéricas expresadas en el Panel de personas entrevistadas

Las cuestiones valoradas (de 0 a 10) han sido:

- 1 Momento actual de Loja
- 2 Explotación de los recursos de Loja
- 3 Oportunidades de desarrollo de Loja
- 4 Situación sociolaboral
- 5 Grandes infraestructuras
- 6 Calidad de vida
- 7 Situación de los Servicios Públicos
- 8 Pequeñas infraestructuras públicas
- 9 Conexión a internet fijo y móvil
- 10 Relación con el medio ambiente
- 11 Oferta Cultura
- 12 Oferta turística
- 13 Movilidad integral
- 14 Situación Educativa
- 15 Situación Deportiva
- 16 Situación Social
- 17 Oferta de Viviendas
- 18 Situación Agrícola
- 19 Situación de la Industria
- 20 Situación del Comercio

GRÁFICO 52: PANEL DELPHI DE CUESTIONES VALORADAS DE 0 A 10



En la gráfica se reflejan los resultados obtenidos en las entrevistas y efectuamos un análisis de los mismos atendiendo a la media de cada resultado y su desviación típica. La desviación típica nos indica la dispersión en las respuestas dadas. Un menor valor de desviación indica mayor consenso.

Los tres asuntos sectoriales mejor valorados corresponden a las cuestiones sobre oportunidades de desarrollo, calidad de vida y conexión a internet y móvil. Los tres asuntos con menor puntuación son: explotación de los recursos, situación sociolaboral, y la movilidad.

Los asuntos en los que se produce mayor consenso son los relativos a las oportunidades de desarrollo, la calidad de vida, la conexión a internet y móvil y la situación social. Respecto a los asuntos que generan menor consenso se encuentran la explotación de los recursos, la oferta cultural, la oferta educativa y la oferta de viviendas.

#### **Valoraciones más y menos destacadas**

---

+ Conexión a internet	- Situación sociolaboral
+ Oportunidades de desarrollo	- Explotación de los recursos
+ Calidad de vida	- Movilidad

---

#### **Valoraciones de mayor y menor consenso en las respuestas**

---

+ Conexión a internet	- Oferta de vivienda
+ Situación social	- Explotación de los recursos
+ Oportunidades de desarrollo	- Oferta cultural
+ Calidad de vida	- Oferta educativa

---

Este método nos ha sido útil para completar el análisis estadístico y urbanístico, basándonos en las percepciones ciudadanas y realizar un pronóstico de futuro. El equipo consultor de la Agenda Urbana de Loja ha materializado las conclusiones extraídas del Panel Delphi y del estudio de los datos estadísticos y urbanísticos en el DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Debilidades).

## 2.4.- Análisis DAFO

Con el doble motivo de presentar de forma ágil el resultado de la investigación Delphi, junto con el estudio estadístico, y la correspondencia con un modelo de planificación estratégica generalmente acepado por las organizaciones públicas nacionales, presentamos el DAFO de Loja basado en los **10 ejes de la Agenda Urbana Española**.

Así mismo presentamos un resumen de los 5 aspectos más importantes a destacar en cada apartado del DAFO.

### Debilidades

- 1 Desconexión con anejos, río y vega
- 2 Ausencia motor económico conectado a cadenas de valor regionales
- 3 Modelo de movilidad no integrado y poco sostenible
- 4 Envejecimiento de la población
- 5 Culturas no integradas
- 6 Tasa de desempleo, calidad del empleo, e impacto en la mujer
- 7 **Centro urbano degradado y en proceso abandono**

### Amenazas

- 1 Errónea planificación territorial y desarrollo enfocado a expansión
- 2 Descenso población -20.000 habitantes y aumento demanda servicios personas mayores
- 3 Completa desconexión social y económica con los Anejos
- 4 Zonas de pobreza y desintegración social
- 5 Riesgos en acuíferos por infraestructuras
- 6 Tendencia decremento económico y poblacional: pérdida de talento
- 7 **Generar falsas expectativas a los turistas**

### Fortalezas

- 1 Localización geográfica central en Andalucía y comunicaciones A92/AVE
- 2 Riqueza patrimonio histórico, cultural, natural y paisajístico
- 3 Aumento de la conciencia de sostenibilidad
- 4 Abundancia y buena calidad del agua
- 5 Red de servicios cabecera de comarca
- 6 Casos de éxito en empresas agroalimentarias y hostelería/restauración
- 7 Disponibilidad de suelo industrial

### Oportunidades

- 1 Capacidad de relación con otras ciudades
- 2 Agua como activo económico e identidad cultural
- 3 Conciencia ciudadana por la sostenibilidad. Evolución de la participación hacia gobernanza
- 4 Zonas a regenerar urbanísticamente: cultura y turismo vinculados a la conservación
- 5 Conexión del territorio: Desarrollo en torno al patrimonio cultural, histórico, natural y paisajístico
- 6 Importancia estratégica del sector agroalimentario
- 7 Capacidad en suelo industrial, y desarrollo y especialización logística



## 1.- Territorio Paisaje y Diversidad

### Debilidades

- D01 Orografía compleja para la movilidad
- D02 Desarrollo disperso en el núcleo y municipio
- D03 Planificación rígida (centro) y laxa (periferia)
- D04 Desconexión con el Río y la Vega
- D05 Desconexión entre núcleo y Anejos

### Fortalezas

- F01 Localización geográfica central en Andalucía
- F02 Buenas comunicaciones carretera - ave
- F03 Riqueza patrimonio natural y paisajístico
- F04 Riqueza patrimonio histórico
- F05 Activo económico del sector primario

### Amenazas

- A01 Escasa planificación territorial
- A02 Desarrollo territorial enfocado a la expansión
- A03 Envejecimiento población
- A04 Déficit acciones integrales de regeneración
- A05 Descenso población -20.000 habitantes

### Oportunidades

- O01 Desarrollo patrimonio natural y paisajístico
- O02 Atractivo de los bienes culturales
- O03 Agua, activo económico e identidad cultural
- O04 Turismo deportivo en espacios naturales
- O05 Incorporar Río-riberas: lugar disfrute y desarrollo



## 2.- Modelo de Ciudad

### Debilidades

- D01 Accesibilidad y barreras arquitectónicas
- D02 Centro urbano degradado / proceso abandono
- D03 Cableado aéreo
- D04 Complejidad ordenación trazado histórico
- D05 Modelo de movilidad no sostenible
- D06 Zonas comerciales peatonales
- D07 Zonas de paseo urbano - conexión naturaleza
- D08 Faltan infraestructuras aparcamiento en centro

### Fortalezas

- F01 Calidad de vida
- F02 Bien comunicada para la actividad logística
- F03 Atención a la importancia de la participación
- F04 Conciencia sobre la sostenibilidad
- F05 Zonas de naturaleza en el Municipio

### Amenazas

- A01 Desplazamiento nuevas viviendas a las afueras
- A02 Falta de inversión pública y privada en el centro
- A03 Desconexión social y económica con los Anejos
- A04 Falta de integración de culturas
- A05 Zonas de pobreza y desintegración social

### Oportunidades

- O01 Capacidad de conexión con grandes Ciudades
- O02 Conexión - atracción pueblos cercanos
- O03 Historia-cultura-turismo vinculados conservación
- O04 Turismo sostenible y deporte naturaleza
- O05 Inversiones Nex-Generation EU
- O06 Multiculturalidad como factor enriquecedor



## 3.- Cambio Climático y Resiliencia

### Debilidades

- D01 Consumo energético en edificios
- D02 Uso masivo del coche privado contaminante

### Fortalezas

- F01 Aumento de la conciencia de sostenibilidad
- F02 Clima y medio proclive a usar energías limpias

### Amenazas

- A01 Polución del aire por combustión fósil
- A02 Riesgos en acuíferos por infraestructuras

### Oportunidades

- O01 Fondos para mejorar la eficiencia energética
- O02 Conexión de Loja con el Río y zonas naturales
- O03 Conciencia ciudadana por la sostenibilidad



## 4.- Gestión Sostenible de los Recursos y Economía Circular

### Debilidades

- D01 Infraestructuras locales no eficientes en energía
- D02 Aprovechamiento social de la riqueza del agua

### Fortalezas

- F01 Riqueza patrimonio natural y paisajístico
- F02 Abundancia y buena calidad del agua

### Amenazas

- A01 Dependencia energética fósil
- A02 Incremento necesidades energéticas
- A03 Desalineamiento estrategias en torno al agua

### Oportunidades

- O01 Patrimonio natural forestal
- O02 Iniciativas ciudadanas de reciclaje
- O03 Recuperación patrimonio relacionado con agua



## 5.- Movilidad y Transporte

### Debilidades

- D01 Patrón único de movilidad en coche privado
- D02 Acumulación de tráfico en vía principal
- D03 Orografía urbana en grandes pendientes
- D04 Déficit transporte público urbano e interurbano
- D05 Dispersión demográfica
- D06 Ausencia estrategia movilidad sostenible

### Fortalezas

- F01 Comunicación por carretera
- F02 Conexión alta velocidad

### Amenazas

- A01 Dependencia de vehículo privado
- A02 Ausencia red transporte sostenible metropoli
- A03 Incremento niveles contaminación atmosférica
- A04 Problemas de movilidad zonas limítrofes

### Oportunidades

- O01 Introducción de las TIC en la gestión transporte
- O02 Fondos europeos para la movilidad sostenible
- O03 Nuevas soluciones de transporte sostenible
- O04 Rediseño estrategia de movilidad sostenible



## 6.- Cohesión Social e Igualdad de Oportunidades

### Debilidades

### Amenazas

- D01 Envejecimiento de la población
- D02 Empleos de temporada
- D03 Culturas no integradas
- D04 Emigración de la población juvenil más formada
- D05 Población en exclusión social
- D06 Barrio/zonas en proceso de degradación
- D07 Población con recursos inestables en el centro

#### **Fortalezas**

- F01 Importante tejido de asociaciones sociales
- F02 Red de servicios cabecera de comarca
- F03 Población activa juvenil cualificada

- A01 Desigualdad económica y social en distritos
- A02 Brecha alta formación juvenil y mercado laboral
- A03 Relevo generacional agrícola en el municipio
- A04 Aumento demanda servicios personas mayores
- A05 Segregación población (cultura / procedencia)
- A06 Pérdida población activa juvenil cualificada

#### **Oportunidades**

- O01 Evolución de la participación hacia gobernanza
- O02 Zonas a regenerar urbanísticamente
- O03 FP alineada con demanda de mercado
- O04 Redacción participada de la Agenda Urbana
- O05 Historia como nexo unión cultura e identidad



## **7.- Economía Urbana**

#### **Debilidades**

- D01 Incapacidad para retener a jóvenes + formados
- D02 Alta dependencia del sector agrícola
- D03 Tasa de desempleo, precariedad, temporalidad
- D04 Impacto del desempleo en la mujer
- D05 Oferta comercial
- D06 Oferta turística
- D07 Escaso dinamismo empresarial en el centro
- D08 Conexión grandes cadenas de valor regionales
- D09 Constante proceso de desindustrialización

#### **Fortalezas**

- F01 Localización geográfica central en Andalucía
- F02 Oferta de restauración y hotelera alta calidad
- F03 Atractivo parque y entorno natural
- F04 Empresas del agua de éxito
- F05 Empresas de acuicultura de éxito
- F06 Empresas de restauración de éxito
- F07 Empresas agroalimentarias de éxito
- F08 Oferta turística-restauración Riofrío
- F09 Río y riberas

#### **Amenazas**

- A01 Éxodo actividad comercial del centro
- A02 Tendencia decremento económico y poblacional
- A03 Inexistencia de zonas desarrollo empresarial
- A04 Pérdida de la población más formada: Talento
- A05 Efectos negativos renovación de la PAC
- A06 Atracción zonas comerciales metropolitanas
- A07 Desconexión oferta de los Anejos
- A08 Generar falsas expectativas al turista

#### **Oportunidades**

- O01 Efectos positivos renovación de la PAC
- O02 Importancia estratégica agroalimentaria
- O03 Actualizar proyectos parques industriales
- O04 Desarrollo y especialización logística
- O05 Nuevas fórmulas de producción energética
- O06 Programas fomento empresarial-emprendimiento
- O07 Nexo conexión del Poniente y Granada-Málaga
- O08 Aumento demanda turismo natural y deportivo
- O09 Competiciones deportivas regionales-nacionales



## 8.- Vivienda

### Debilidades

- D01 Dispersión de la oferta de viviendas
- D02 Ámbitos de infraviviendas
- D03 Barreras de protección a la rehabilitación
- D04 Parque de viviendas a rehabilitar en el centro

### Fortalezas

- F01 Disponibilidad de viviendas a precio moderado
- F02 Calidad de vida residencia en las afueras
- F03 Modelo de vida tranquila en los Anejos

### Amenazas

- A01 Desequilibrio habitacional del caso histórico
- A02 Escasez de oferta para trabajadores eventuales

### Oportunidades

- O01 Programa público rehabilitación y eficiencia
- O02 Financiación Next Generation EU



## 9.- Era Digital

### Debilidades

- D01 Actual demanda local laboral
- D02 Insuficiente nivel de digitalización turística

### Fortalezas

- F01 Oferta de formación tecnología
- F02 Motivación ciudadana digital post pandemia

### Amenazas

- A01 Escaso aprovechamiento oportunidad digital

### Oportunidades

- O01 Inversión en innovación tecnológica
- O02 Especialización empresarial digital
- O03 Transformación digital agraria
- O04 Digitalización turística Poniente



## 10.- Instrumentos y Gobernanza

### Debilidades

- D01 Unión en proyectos globales
- D02 Integración de diferentes culturas y procedencia

### Fortalezas

- F01 Nivel participación en temas solidarios
- F02 Asociaciones sociales y empresariales estables
- F03 Buena relación Ayuntamiento y Asociaciones

### Amenazas

- A01 Nivel de planificación urbanística sostenible

### Oportunidades

- O01 Colaboración institucional con la Diputación
- O02 Colaboración institucional Poniente Granadino
- O03 Redacción participada de la Agenda Urbana

## 3.- ESCENARIOS Y RETOS.

### 3.1.- Escenarios Estratégicos para Loja.

La formulación de escenarios en el marco de la planificación estratégica permite anticipar el futuro para comprenderlo e influir sobre él. Este ejercicio aparentemente teórico permite adaptar las estrategias al cumplimiento de unas determinadas circunstancias clave y dotarlas un mayor grado de sostenibilidad en el tiempo.

Del estudio del diagnóstico, y atendiendo a la evolución del entorno provincial y regional, se han configurado 3 escenarios posibles para el municipio de Loja.

Dichos escenarios se fundamentan en la proyección de la evolución de dos variables (población y amplitud de sectores económicos alcanzados) y el impacto que pueden tener en el municipio atendiendo a sus datos históricos y la combinación de diferentes actuaciones que permitan alcanzar en mayor o menor medida a sus grandes retos.

#### **Escenario 1:**

#### **Loja pierde la frontera de los 20.000 Habitantes.**

Loja evoluciona en un marco estratégico regional sin definir una estrategia competitiva diferenciada, asumiendo una contribución a las cadenas de valor que le sean asignadas por el mercado y la estructura social de Andalucía. Los servicios municipales, aún con las dificultades lógicas de un municipio territorialmente disperso, continúan prestándose con calidad y mejorando su eficiencia. En este escenario, las personas jóvenes más formadas continuarán buscando y encontrando trabajo fuera del municipio. Del mismo modo, las empresas que necesiten trabajos con menos formación y sean intensivas en mano de obra temporal seguirán resolviendo sus problemas de falta de mano de obra recurriendo a cuadrillas temporales de trabajadores extranjeros. El casco histórico continuará su proceso de degradación económica, social y urbanística que ya se está autoalimentando, y los barrios periféricos y anejos concentrarán a más personas y actividad social y económica. En Andalucía, las grandes ciudades seguirán aumentando su población, en mayor proporción crecerán las zonas metropolitanas de Sevilla, Málaga y Granada, mientras la despoblación de las zonas rurales se acrecienta. El crecimiento metropolitano de Granada y la buena conectividad por carretera podrían contribuir al actual proceso de despoblación absorbiendo población residente con ocupaciones fuera de Loja. En este contexto la barrera de los 20.000 habitantes se podría ver reducida, perdiendo el municipio su estatus social y financiero de ciudad de más de 20.000 habitantes y aumentando el grado de dependencia de su población en las mayores franjas de edad. Los fondos de recuperación y Next Generation permitirían sustentar en un entorno temporal próximo esta situación, si bien quedaría seriamente comprometido el desarrollo a medio plazo del municipio pudiendo requerir de giros estratégicos de alto impacto.

## **Escenario 2:**

### **Loja desarrolla su oferta turística.**

Loja desarrolla una estrategia sectorial turística para competir en un ámbito regional. En el mercado turístico nacional y europeo crece la demanda del contacto con la naturaleza, como respuesta a la pandemia, donde las ofertas más sostenibles obtienen un mayor reconocimiento del mercado. En este escenario, en el casco histórico se mantiene el nivel de servicios públicos y recupera la actividad comercial gracias al dinamismo de la actividad turística que contribuye a mejorar su habitabilidad y alcanzar un equilibrio amable entre vecinos y turistas. La participación social encuentra cauces de conexión real entre las iniciativas ciudadanas y las apuestas institucionales que hagan posible la prestación de servicios públicos y privados más eficientes y eficaces, utilizando la tecnología y la inteligencia en los procesos de relación humana. Aumentarían las necesidades de contratación laboral del sector turístico (hostelería, ocio, aventura, deportes, restauración). La conexión de Loja y sus Anejos con la esfera de la Naturaleza sería más estrecha, tanto en el ámbito del cuidado como con el del disfrute. En este sentido, Loja pasaría a conectarse con una de las estrategias de desarrollo andaluz en torno al turismo deportivo y de naturaleza, inteligente y sostenible, aportando a esta cadena de valor una oferta propia. El mantenimiento de la barrera de los 20.000 habitantes seguiría estando amenazado, pero con mucha menor repercusión económica y social que en el escenario anterior. En este segundo escenario los fondos de Recuperación y Next Generation soportarían gran parte de las necesidades financieras de especialización turística.

### **Escenario 3:**

#### **Loja se incorpora a proyectos globales de crecimiento sostenible.**

Loja se dota de varios proyectos globales sustentados en la participación efectiva de empresas, sociedad civil y administraciones. Las diferentes culturas de la población de Loja evolucionan hacia una integración de su diversidad para ser más cuidadosos con el entorno y conseguir ser más competitivos. Se reducen las grandes desigualdades económicas y se regenera urbanísticamente el casco histórico del municipio, pasando a ser un motor de desarrollo social y disfrute de Loja. Este nuevo eje, junto con un equilibrio urbanístico en los barrios y anejos podría generar una nueva oferta de viviendas acorde con las necesidades de la población. Andalucía continúa creciendo en población, concentrando este proceso en 4 grandes metrópolis (Bahía de Cádiz, Granada, Málaga y Sevilla) y mantiene su actual mapa de equilibrio territorial de desarrollo con las ciudades medias de 20.000 a 50.000 habitantes. Es en este contexto, de grandes metrópolis y ciudades medias, donde la especial ubicación de centralidad geográfica de Loja y sus buenas conexiones son utilizadas por empresas para producir y distribuir estratégicamente sus productos, cooperando con pueblos como Antequera que ya disponen de conexión a plataformas logísticas. La situación de Loja como cabecera de comarca se utiliza educativamente para formar a la población joven en la especialización de profesiones que desarrollan los elementos críticos de la comarca (agroindustria, digitalización, logística y turismo). El Poniente de Granada evoluciona en su posición turística para formar una oferta conjunta y competir de forma global en el mercado turístico andaluz, convirtiendo a Loja en un punto de recepción turística en el que ofrecer servicios complementarios y especializados de aventura natural, deporte, gastronomía e históricos-culturales. Los elementos más característicos de Loja, el Río, la Vega, las fuentes y los Parques Naturales son integrados en el Pueblo, impregnando de naturaleza su evolución urbanística. Todos estos avances, junto al impulso de nuevas zonas de ubicación empresarial, que se desarrollan sectorialmente, aumentará los factores condicionantes de la productividad total del PIB de Loja y mejoran la posición de su mercado laboral. En este escenario más optimista, los fondos de Recuperación y Next Generation podrían impulsar un importante avance de Loja en el contexto andaluz procurando un modelo propio de competitividad empresarial, urbana y social.

### 3.2.- Retos para Loja

Desde el diagnóstico de la Agenda Urbana de Loja se establecieron 4 grandes retos atendiendo al estudio de las métricas estadísticas, al análisis urbanístico y el DAFO de las 10 áreas de la Agenda Urbana Española.

Estos retos han inspirado las siguientes fases de redacción de la Agenda Urbana, tanto para el equipo técnico del Ayuntamiento que ha coordinado toda la participación ciudadana y empresarial, a los propios participantes de dicho proceso, como al equipo redactor.

#### **1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo turístico, social, habitacional, comercial y ocio que complete un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**

La evolución social, de dotaciones, comercial y habitacional del Centro Histórico de Loja le estaba alejando de ser un lugar de referencia que conectase a los barrios. Los principales elementos de desarrollo urbano se estaban distanciando del centro, vaciándolo de contenido sin que el resto de barrios tuviese un elemento común de conectividad.

La consecución de este reto persigue un desarrollo equilibrado de todos los barrios y anejos de Loja. Para ello se presenta una concepción espacial de irradiación de una nueva estrategia y política urbanística, que, comenzando por el centro, sirva de motor al desarrollo en esta materia de todo el Pueblo. Esto no significa que el 100% de las acciones de regeneración urbana se centren en esta área geográfica central, sino que las acciones de regeneración de la trama urbana comiencen por el centro de forma que se extiendan para conectar los barrios inspirándolos y “permitiendo” a que las acciones que allí (barrios y anejos) se realicen tengan una coherencia de conectividad urbana. De esta forma permitiremos que el Centro Histórico preserve una identidad de “pueblo andaluz” dinámico, de disfrute ciudadano, social, con un comercio de cercanía que dé vida a sus calles y potencie las relaciones sociales, donde vivir vuelva a ser algo habitual y no derive, como en muchas otras poblaciones andaluzas o españolas, en un espacio deshabitado que pierde la identidad de conexión con sus habitantes o sus visitantes.

Serán necesarias actuaciones en equipamientos urbanos y en vivienda que regeneren este tejido y, muy especialmente, actuaciones de regeneración del patrimonio histórico, de los edificios y el uso que se les permita, desde su acceso hasta su utilidad. La conservación y el uso de estos elementos patrimoniales debe propiciar un equilibrio de sostenibilidad que permitan la atracción de públicos, la convivencia de las actividades comerciales y el disfrute habitacional.

Pero la orografía de Loja no es fácil; un trazado de calles estrechas y empinadas (en el centro) ha impedido hasta el momento el desarrollo de una movilidad moderna en cuanto a los parámetros de sostenibilidad ambiental. Sin duda, esta situación ha propiciado que los ciudadanos que no vienen en el centro terminasen realizando sus desplazamientos hacia otras zonas del territorio. En este sentido el Plan de Movilidad Sostenible deberá incidir en las fórmulas de control y fomento del tráfico rodado y acceso de peatones, permitiendo el uso de nuevos sistemas de uso de la movilidad más sostenible, con equipamientos de parking

disuasorios cercanos, fomentando el uso del transporte público y en un futuro no muy lejano el uso de nuevos vehículos no contaminantes. Este cambio en la movilidad del centro tendrá una incidencia muy importante en el resto de la ciudad para incentivar los puntos de recarga eléctrica y el uso de los vehículos eléctricos.

El comercio de cercanía es un elemento esencial de desarrollo urbano y mantenimiento del tejido urbano tradicional. En las zonas donde no hay comercio de cercanía es difícil desarrollar una vida urbana con relación social. Si bien todos los barrios deben tener su propio desarrollo comercial, más cierto es aún que el centro histórico debe preservar este modelo de vida mediterráneo que vertebra la vida cotidiana. El comercio, en este sentido, no solo realiza una labor de abastecimiento a habitantes y visitantes, sino que da vida a las calles, provocando una actividad social que de otra forma obliga a los ciudadanos a hacer largos recorridos y termina desplazando la actividad local hacia la periferia. El comercio de cercanía del centro histórico puede actuar como motor de dinamización y conexión de la ciudad y para ello habrá que aplicar actuaciones de revitalización y apoyo al pequeño comercio, fiscales, urbanísticas y de contenido cultural y social.

Por último, para lograr este reto de Loja, el tejido social, sus ciudadanos y ciudadanas, su actitud y participación en las actividades de dinamización serán esenciales. Las administraciones públicas deberán hacer más atractivo el centro histórico de la ciudad, pero será la ciudadanía quién haga uso de este espacio regenerado, que solo podremos decir que se ha regenerado si es utilizado y disfrutado por los habitantes de Loja. La Agenda Urbana deberá contener acciones y actuaciones que permitan que el tejido social, asociativo y de grupos de personas que desarrollan actividades cívicas (públicas y privadas) de forma conjunta tengan un papel determinante en la consecución de este reto.

2.- Utilizar su centralidad geográfica en Andalucía para cooperar con plataformas de transformación y distribución en los ejes de desarrollo regional.

La contribución que hace un territorio a su contexto regional es lo que condiciona su capacidad de desarrollo económico. El impulso económico de Loja no puede obviar su centralidad y capacidad de conexión regional.

La evolución de los mercados en los últimos contextos tecnológicos, de pandemia y de competitividad internacional, han demostrado la importancia estratégica del sector agro, que unida a la creciente necesidad de ejercer una logística más competitiva, hacen que Loja se pueda incorporar de forma decidida al desarrollo de las capacidades logísticas de productos agrícolas transformados y su comercialización.

En la cadena de valor regional e internacional de la alimentación se producen grandes valores añadidos, precisamente, en la transformación y distribución. Es aquí donde la incorporación de Loja a esta cadena puede producir una mayor transformación de su sistema productivo y donde puede realizar una mayor contribución al desarrollo regional.

Loja ya es un importante nexo de comunicación, donde la evolución de sus servicios de transporte puede convertirse en un gran centro logístico moderno, de desarrollo y servicios inteligentes, de conexión física y digital, que complemente la actual cadena de valor logística andaluza.

Esta especialización industrial debe provocar el desarrollo de las actividades económicas propias de Loja y la conexión con otras ciudades. Suelo, servicios e impulsos de desarrollo económico deberán proyectarse para provocar las conexiones logísticas y de transformación con otros pueblos en un entorno regional.

La inclusión de la tecnología en esta industria hará que aumente significativamente su competitividad, especialmente en la industria de la cadena alimentaria y ganadera, donde la especialización en la producción ecológica conectará con los nuevos usos y costumbres más sostenibles. De esta misma forma, la industria textil también podrá aprovechar la posición geográfica de Loja. El desarrollo inteligente de estos dos sectores bien puede provocar la creación de un verdadero parque tecnológico empresarial de desarrollo Smart de la logística alimentaria y textil, conectando a Loja con otros centros de transporte inteligentes en Andalucía.

Toda la actividad que provoque esta especialización industrial debe estar precedida, acompañada y desarrollada con posterioridad de un nuevo impulso del emprendimiento en Loja, que base su crecimiento económico en el desarrollo endógeno sin depender en exclusiva del exógeno de una gran inversión foránea. Personas emprendedoras, autónomas, pequeñas pymes, cooperativas, etc., deben permitir que las grandes empresas de Loja continúen su expansión, se creen nuevas empresas de mediano y gran tamaño, creando un ecosistema empresarial muy especializado que coopere con las grandes plataformas de distribución regionales.

3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino.

El término municipal de Loja cuenta con un importantísimo patrimonio natural que hay que integrar en su desarrollo sostenible, que permita el uso y disfrute, la atracción de públicos y a su vez permita la conservación.

Las zonas urbanas de Loja no pueden dar la espalda a su esencia natural de pueblo que está en contacto con la naturaleza. Es necesario implantar un plan de recuperación del valor patrimonial natural que conecte con la cotidianidad del desarrollo urbano. La naturaleza debe y puede estar integrada para realizar un urbanismo más amable y sostenible, permitiendo la renaturalización de las calles y el acceso desde éstas al Río y la montaña. Así mismo, se deberá

contemplar las acciones de prevención de los riesgos ambientales que garanticen una mayor conectividad con la naturaleza.

La conservación del Agua, como uno de los patrimonios de más interés social, educativo, de progreso económico, turístico y de sostenibilidad de Loja, se presenta como una de las actividades más importantes de equilibrio para la consecución de este tercer reto.

La conectividad de Loja con el Poniente Granadino tiene una especial relevancia en su estrategia turística por su capacidad de capitalización. Potenciar estas conectividades con los pueblos de alrededor, ser capaces de atraer de forma conjunta a turistas y al mismo tiempo atenderlos con criterios de calidad puede ser el objetivo principal de su futuro Plan Estratégico de Turismo Sostenible, en coordinación en el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino del Poniente.

El fomento del deporte de naturaleza debe buscar una posición de centralidad deportiva, que a través de la organización de grandes eventos deportivos consiga una capitalidad que exceda el ámbito comarcal y conecte directamente con los procesos regionales deportivos.

Que Loja ya esté trabajando en el desarrollo del Pacto Internacional de Alcaldes por la acción local en clima y energía es un gran adelanto en la consecución de este reto, que necesitará en futuros ejercicios de una continuidad en el impulso y la ejecución. Este pacto consiste en acelerar la descarbonización de sus territorios, fortalecer su capacidad para adaptarse a los impactos ineludibles del cambio climático y conseguir que la ciudadanía disfrute del acceso a una energía segura, sostenible y asequible.

La integración de la naturaleza en el desarrollo urbano requiere de un control y conservación en la que el uso de la tecnología se hace cada día más imprescindible. Tecnología que no es un fin en sí mismo, sino la herramienta para hacer más eficiente la gestión de los servicios públicos que deben cuidar el medio ambiente. En este sentido, Loja hará bien en incorporar a su gestión elementos tecnológicos que la hagan evolucionar hacia las denominadas Smart Cities, siendo conscientes de que en las próximas décadas las ciudades serán inteligentes, tanto en su gestión como en su dirección y uso, o no serán ciudades.

4.- Convertir el deseo de participación social-empresarial-institucional en un proceso inteligente de apuesta por proyectos globales de evolución de Loja.

La Agenda Urbana es un proceso de planificación inspiradora hacia los elementos de gestión y responsabilidad de futuro del Pueblo. Las personas son el elemento clave en que incidir con esta inspiración. La Agenda urbana no pretende ser un documento normativo de qué hay que hacer, sino de qué es lo que se debería hacer para conseguir un Pueblo más sostenible y contribuir así a un mayor progreso regional, nacional e internacional.

La Agenda Urbana debe provocar el impulso de una participación ciudadana, que de forma ordenada permita tomar decisiones con mayor consenso reglado en instituciones sólidas, acceder con calidad a la información disponible y coordinación de las iniciativas públicas y privadas trascendentales y cotidianas para Loja.

El uso que los ciudadanos y ciudadanas hagan de la ciudad será determinante en el éxito de ejecución de esta Agenda Urbana. Su sentimiento de pertenencia a Loja será clave. Por este motivo la ciudadanía debe sentirse conectada con la identidad de Loja, para preservarla, desarrollarla y usarla de forma sostenible sin que nadie se quede atrás, tal y como pretenden los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (ODS).

Para que nadie se quede atrás será preciso impulsar un plan global al de acciones de inclusión e igualdad transversales y de regeneración urbana que permitan un desarrollo urbano equilibrado, promover la conciliación familiar y potenciar la fijación al territorio de la población más joven, desde el punto de vista del empleo y el acceso a la vivienda.

La posición geográfica de Loja en el Poniente Granadino, su oferta turística, histórica y natural debe ser complementada con el desarrollo cultural ciudadano que le dé sentido a este sector económico. El desarrollo de esta centralidad es un elemento de conexión entre el desarrollo económico y el ciudadano.

En definitiva, la gestión de la ciudad no se puede circunscribir en exclusiva a la gestión pública municipal. La Ciudadanía, sus organizaciones, las empresas, las instituciones públicas y privadas que inciden en el devenir del Pueblo deben coordinarse y utilizar aquellas herramientas de gestión más eficientes y eficaces. En la interconexión inteligente de todas estas acciones, datos, información, reacciones, predicciones y actuaciones tendrá gran sentido la apuesta por la evolución hacia una Smart City donde los elementos más inteligentes sean los Smart Citizens (Ciudadanos Inteligentes).

## 4.- PLAN DE ACCIÓN.

El Plan de Acción es una propuesta que debe inspirar a las diferentes áreas del Ayuntamiento y a la sociedad de Loja a realizar sus contribuciones estratégicas a la Agenda Urbana a largo plazo y las operativas diarias. La clasificación se presenta centrada en los retos estratégicos de Loja y comprende las correspondencias con:

Los Objetivos de la Agenda Urbana Española **(OAU)**

Los Objetivos Específicos de la Agenda Urbana Española **(OEAU)**

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU 2030 **(ODS)**

Las palancas de los fondos Next Generation EU **(NGUE)**

## 4.1.- Fichas de las Acciones Estratégicas.

Las Acciones Estratégicas se presentan en formato de fichas sintéticas ordenadas por Retos de la Agenda Urbana de Loja.

Mostramos en este apartado una de las fichas tipo y la totalidad se presentan al final del documento como **ANEXO 1**.

Para una mejor comprensión visual los **indicadores** de evaluación se indican con los códigos de referencia de la Agenda Urbana Española, que se presentan en el **ANEXO 2**.

### Agenda Urbana Loja



**1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo social, habitacional, comercial, turístico y de ocio. Completar un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**

#### 1.8.- Plan de acción para la dinamización de la participación del tejido social en la reactivación del Centro Histórico

El C.H. es el depositario de muchos de los signos de identidad materiales e inmateriales del ciudadano y como tal el lojeño desea y necesita que se produzca a la mayor brevedad un cambio de tendencia en la evolución negativa del mismo que suponga la revitalización y reactivación de este área además, siendo partícipe activo de ese proceso. Así pues, las acciones se dividirán en dos vías: recuperación de los tonos social y habitacional.

A) Recuperación del pulso social: mejorando la seguridad ciudadana en beneficio de la población establecida y como argumento atrayente de nueva población, inclusión de actuaciones por parte de la ciudadanía y enriquecimiento de la oferta cultural tanto en espacios interiores como exteriores (Plazas de la Constitución, Nasar, Joaquín Costa e incluso trasera de la Casa del Marqués tras la última intervención de adecentamiento).

B) Pulso habitacional: plan de incentivos fiscales para la conservación de los inmuebles de C.H. así como un plan de estímulo para captar como población al funcionariado que procede de fuera del municipio.

#### AUE 2. Evitar la dispersión Urbana y revitalizar la ciudad existente

OE 2.1 Definir un modelo urbano que fomente la compacidad, el equilibrio urbano y la dotación de servicios básicos  
 OE 2.2 Garantizar la complejidad funcional y diversidad de usos  
 OE 2.5 Impulsar la regeneración urbana

2.1.1	2.1.3
2.2.1	2.2.2
2.5.1	2.5.2

#### AUE 6. Fomentar la cohesión social y búsqueda de la equidad

OE 6.2 Buscar la igualdad de oportunidades desde una perspectiva de género, edad y discapacidad

6.2.2	6.2.3
-------	-------

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1	7.1.2
-------	-------

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

5.14

ODS



## **4.2.- Financiación.**

En función de las acciones de que se trate, la implementación de la Agenda se compondrá de diversas fuentes de financiación, provenientes de distintos niveles de la administración y de entidades tanto públicas como privadas.

Sin embargo, ya que la Agenda supone una gran oportunidad de obtención de financiación a corto plazo, le otorgamos especial relevancia a los Fondos Next Generation, incluidos en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

A continuación presentamos un cuadro con las políticas de dicho plan alineadas con la Agenda Urbana.

Todas las fichas de las acciones estratégicas contienen una propuesta de financiación con cargo a dichas políticas, donde se han incluido los códigos de las principales correspondencias.

## Políticas palanca y componentes



### I. Agenda urbana y rural, lucha contra la despoblación y desarrollo de la agricultura

1. Plan de choque de movilidad sostenible, segura y conectada en entornos urbanos y metropolitanos
2. Plan de rehabilitación de vivienda y regeneración urbana
3. Transformación ambiental y digital del sistema agroalimentario y pesquero



### II. Infraestructuras y ecosistemas resilientes

4. Conservación y restauración de ecosistemas y su biodiversidad
5. Preservación del espacio litoral y los recursos hídricos
6. Movilidad sostenible, segura y conectada



### III. Transición energética justa e inclusiva

7. Despliegue e integración de energías renovables
8. Infraestructuras eléctricas, promoción de redes inteligentes y despliegue de la flexibilidad y el almacenamiento
9. Hoja de ruta del hidrógeno renovable y su integración sectorial
10. Estrategia de Transición Justa



### IV. Una Administración para el siglo XXI

11. Modernización de las Administraciones públicas



### V. Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora

12. Política Industrial España 2030
13. Impulso a la pyme
14. Plan de modernización y competitividad del sector turístico
15. Conectividad Digital, impulso de la ciberseguridad y despliegue del 5G



### VI. Pacto por la ciencia y la innovación. Refuerzo a las capacidades del Sistema Nacional de Salud

16. Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial
17. Reforma institucional y fortalecimiento de las capacidades del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación
18. Renovación y ampliación de las capacidades del Sistema Nacional de Salud



### VII. Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades

19. Plan Nacional de Competencias Digitales (*digital skills*)
20. Plan estratégico de impulso de la Formación Profesional
21. Modernización y digitalización del sistema educativo, incluida la educación temprana de 0 a 3 años



### VIII. Nueva economía de los cuidados y políticas de empleo

22. Plan de choque para la economía de los cuidados y refuerzo de las políticas de inclusión
23. Nuevas políticas públicas para un mercado de trabajo dinámico, resiliente e inclusivo



### IX. Impulso de la industria de la cultura y el deporte

24. Revalorización de la industria cultural
25. España hub audiovisual de Europa (*Spain AVS Hub*)
26. Plan de fomento del sector del deporte



### X. Modernización del sistema fiscal para un crecimiento inclusivo y sostenible

27. Medidas y actuaciones de prevención y lucha contra el fraude fiscal
28. Adaptación del sistema impositivo a la realidad del siglo XXI
29. Mejora de la eficacia del gasto público
30. Sostenibilidad a largo plazo del sistema público de pensiones en el marco del Pacto de Toledo

## 5.- GOBERNANZA, PARTICIPACIÓN Y SEGUIMIENTO.

El conjunto de acciones de que consta el Plan de Acción de la Agenda Urbana de Loja parte de los retos del municipio identificados en la fase de diagnóstico.

A través del hilo inspirador de los retos de Loja se ha diseñado, en consonancia con lo dispuesto en el texto de la Agenda Urbana Española, un proceso participativo que ha constado de dos grandes bloques:

1.- Proceso participativo ciudadano: Contar con el alineamiento ciudadano en la redacción de la Agenda Urbana de Loja es clave, tanto en su redacción como en su implementación futura. A tal fin, la participación ciudadana ha sido canalizada a través de dos grandes ejes.

- Plataforma digital de participación ciudadana y posteriores sesiones de trabajo.
- Panel ciudadano de expertos.

2.- Proceso participativo de responsables de área del ayuntamiento: En paralelo al proceso de participación ciudadana, ha contribuido a recopilar el catálogo de acciones de que ya se desarrollan en el municipio, y entroncarlo con los retos planteados y las aportaciones ciudadanas.

Las grandes cifras que resumen este proceso son las siguientes:

- Número de ciudadanos inscritos en la plataforma digital: 99
- Número de participantes en el panel de expertos ciudadanos: 26
- Número de responsables de áreas municipales consultados: 17
- Número de participantes en las reuniones presenciales de expertos: 40
- Número de interacciones a través de la plataforma digital: 87
- Número de reuniones presenciales con los ciudadanos inscritos en la plataforma digital: 3
- Número de reuniones presenciales con el panel de expertos ciudadanos: 2

La información que se presenta en esta Agenda comprende una guía de trabajo exhaustiva de cómo acometer las diferentes acciones estratégicas, en un desglose individual de fichas de acción.

Mediante el sistema de codificación y correspondencias con los Objetivos de la Agenda Urbana Española y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, esta Agenda está preparada para integrarse en estrategias de mayor nivel territorial, realizar evaluaciones por organismos públicos, así como servir de marco de referencia estratégico para solicitar financiación en el marco de los Next Generation EU.

## 5.1.- Seguimiento y Evaluación

Para todas las Acciones Estratégicas recogidas en esta Agenda Urbana de Loja se ha incluido su correspondencia con los indicadores de gestión de la Agenda Urbana Española. De esta forma esta Agenda puede ser evaluada siguiendo los protocolos de actuación de la AUE y ser comparada con la gestión y resultado de las Agendas de otras ciudades. Este es el motivo por el que se ha procedido a incluir los indicadores exactos de la AUE, buscando su mayor similitud y aplicabilidad en la Agenda de Loja. En el Anexo encontrarán que cada ficha de las Acciones contiene los códigos de estos indicadores (cuantitativos y cualitativos), cuyo desglose está incluido en el resumen de la AUE (objetivos, objetivos específicos e indicadores) del capítulo 6 de esta Agenda Urbana de Loja.

Desde el equipo redactor de esta Agenda Urbana se recomienda que las evaluaciones que se transmitan al Ministerio correspondiente en materia de Agenda Urbana se incluyan los indicadores cualitativos y cuantitativos propuestos en esta Agenda.

Así mismo, se recomienda al equipo gestor de la Agenda Urbana de Loja que utilice como método adicional de evaluación, a los marcados indicadores de la Agenda Urbana Española, un sistema de seguimiento basado en varios estados de la naturaleza de las acciones incluidas en esta Agenda:

Evaluación de Acciones Estratégicas:

- En Estudio.
- Iniciada.
- % ejecutado.
- Rediseño.

Una combinación similar de estos estados de la naturaleza de las acciones estratégicas, aplicados a todas las acciones o a una selección de ellas, es el sustento de información sintética desde el que tomar decisiones de inversión o impulsos político-técnicos posteriores en función del resultado de este tipo de evaluaciones.

A continuación, se presenta una tabla con el desglose de todas las Acciones Estratégicas, clasificadas según los retos propios de Loja y con el desglose de sus actividades.

Para cada conjunto de Acciones se propone un plazo aproximado de ejecución y la adopción de un código que indique cuál es la prioridad temporal (A,B,C) y la contribución esperada a la globalidad de la Agenda (A,B,C) según criterios del equipo redactor.

En el impulso, implementación y seguimiento que realice el equipo gestor de la Agenda Urbana del Ayuntamiento de Loja, estas clasificaciones podrían cambiar con el transcurso del tiempo, por su criterio o por los cambios y evoluciones de situaciones generales, específicas o normativas.

El motivo de incluir esta tabla es facilitar el seguimiento de la Agenda Urbana de Loja con una sencilla metodología de evaluación que permita ir tomando decisiones ágiles.

Retos / (AE) Acciones Estratégicas de la Agenda Urbana de Loja. Actividades		Previsión Ejecución										Evaluación												
		P	C	22	23	24	25	26	27	28	29	30	E	I	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %	R
<b>Reto 1</b>	<b>Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo social, habitacional, comercial, turístico y de ocio. Completar un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos</b>																							
AE 1.1	Reformulación de estrategias y políticas urbanísticas municipales	A	A																					
AE 1.2	Diseñar y consensuar un conjunto de acciones de regeneración de la trama urbana	C																						
A	Estudiar y diseñar la entrada a la localidad por el flanco Oeste de manera que se construya la puesta en escena de la que se carece en la actualidad		A																					
B	Promoción de la participación ciudadana en la ejecución de pequeñas acciones urbanísticas sostenibles centradas en el centro histórico tales como concursos de terrazas y patios		B																					
C	Implementación del dossier técnico para la inclusión en el programa de regeneración del espacio público en el barrio y entorno de la Alcazaba		C																					
AE 1.3	Plan de reestructuración y equilibrio en materia de equipamiento urbano	B																						
A	Implementación de un plan de uso de los parques y jardines urbanos		C																					
B	Desarrollo e implementación de un plan de accesibilidad que defina tanto zonas habilitadas como parkings, como zonas vigiladas donde no se permita el aparcamiento		A																					
C	Desarrollo e implementación de un Plan Parcial de Prevención y Acción Rápida en el Casco Histórico en materia de servicios públicos de mantenimiento		B																					
D	Dotación de nuevos equipamientos deportivos en el centro		A																					
AE 1.4	Plan integral de regeneración y mejora del tejido habitacional	A																						
A	Creación de una oficina de asesoría al ciudadano que lo guíe tanto en los procesos de rehabilitación en viviendas catalogadas en diferente grado como las que no lo están. De esta manera se daría respuesta a una demanda insatisfecha hasta el momento y se garantizaría la culminación exitosa de las iniciativas		A																					
B	Implementación de un programa de transformación de infravivienda		A																					
C	Plan de especial de promoción a la vivienda en régimen de alquiler en el CH facilitando intermediación y ayudas		C																					
AE 1.5	Plan de acción para la regeneración y uso sostenible del patrimonio histórico de la ciudad	C																						
A	Plan de acciones estratégicas de rehabilitación en el marco del casco histórico y patrimonio de Loja: recoge todas las acciones referidas a rehabilitación y abre canal de comunicación permanente con la ciudadanía para ampliar catálogo de intervenciones		A																					
B	Rehabilitación del Monumento de la Fuente Santa de manera que se contribuya a la recuperación del equilibrio del entorno periurbano		C																					
C	Estudio de viabilidad de proyectos culturales y de patrimonio en torno a islas de patrimonio y a una redefinición en el contexto del concepto discontinuo del patrimonio de la localidad		B																					



Retos / (AE) Acciones Estratégicas de la Agenda Urbana de Loja. Actividades		Previsión Ejecución										Evaluación													
		P	C	22	23	24	25	26	27	28	29	30	E	I	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %	R	
AE 1.8	Plan acción para la dinamización de la participación del tejido social en la reactivación del Centro Histórico	C																							
A	Recuperación del pulso social: mejorando la seguridad ciudadana en beneficio de la población establecida y como argumento atrayente de nueva población, inclusión de actuaciones por parte de la ciudadanía y enriquecimiento de la oferta cultural tanto en espacios interiores como exteriores (Plazas de la Constitución, Nasar, Joaquín Costa e incluso trasera de la Casa del Marqués tras la última intervención de adecentamiento)	A																							
B	Pulso habitacional: plan de incentivos fiscales para la conservación de los inmuebles de C.H. así como un plan de estímulo para captar como población al funcionariado que procede de fuera del municipio	C																							
<b>Reto 2</b>	<b>Utilizar la centralidad geográfica en Andalucía para cooperar con plataformas de transformación y distribución en los ejes de desarrollo regional.</b>																								
AE 2.1	Potenciación de la movilidad y la logística en el marco de la centralidad geográfica en Andalucía	B																							
A	Implantación de un Centro de Transporte y Logística capaz de integrarse en la Asociación de Centros de Transporte de España	A																							
B	Integración de la nueva estación ferroviaria ubicada en la ladera Norte en el Corredor Mediterráneo	A																							
AE 2.2	Racionalización y optimización de los recursos del tejido industrial	A																							
A	Racionalización, optimización y ampliación del suelo industrial, así como de los servicios que se le presta	B																							
B	Modificación de la Normativa vigente para ampliar el tamaño medio de las naves industriales a través de planes de reconversión y la promoción consorcios público/privados	C																							
C	Elaboración de un catálogo de parcelas y naves disponibles para ofertarlos en el contexto regional a través de las plataformas adecuadas	C																							
D	Desarrollo de un Plan Parcial de prevención de incendios en polígonos industriales y empresas	C																							
AE 2.3	Regeneración, modernización y diversificación de las actividades económicas	B																							
A	Apoyo al desarrollo de una línea de especialista en agricultura y ganadería ecológicas, alineados con el espíritu y texto de la Ley 16/2021, de 14 de diciembre, por la que se modifica la Ley 12/2013, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria	A																							
B	Impulso de la actividad textil a través de la implantación de un hub de innovación textil que desarrolle el proceso industrial y comercial completo: transformación digital, diseño, análisis de las tendencias de consumo, marketing, comercialización, distribución e internacionalización	A																							
C	Estudio para determinar qué actividad permite implantar un parque tecnológico empresarial atendiendo al conocimiento, la investigación, la prestación de servicios, así como la promoción del empleo y la productividad	A																							







Retos / (AE) Acciones Estratégicas de la Agenda Urbana de Loja. Actividades	P	C	Previsión Ejecución										Evaluación												
			22	23	24	25	26	27	28	29	30	E	I	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%	R		
A Campaña de sensibilización de pertenencia a Loja y aprecio y reconocimiento de su patrimonio		A																							
B Plan integral de comunicación que desarrolle los conceptos de sensibilidad medioambiental, movilidad sostenible, identidad, apoyo al comercio local, etc.		C																							
AE 4.2 Plan global de acciones transversales de apoyo a la inclusión social, la igualdad de oportunidades y género, y la regeneración de la economía urbana		A																							
A Inclusión social: Asesoramiento en los ámbitos social, laboral, económico y de vivienda, acompañamiento durante los procesos de asesoramiento. Impulso a un programa global de protección a la infancia, familias e individuos en riesgo de exclusión; dependientes y personas mayores así como desarrollo de proyectos juveniles basados en los valores democráticos, medioambientales, de voluntariado y emprendimiento		B																							
B Que la igualdad formal alcance la igualdad real está directamente ligado a la adopción de políticas públicas de Igualdad de Oportunidades a todos los niveles administrativos y sociales promoviendo la participación activa y equilibrada de todas las personas en todos los ámbitos de la vida pública y privada independientemente de su sexo. Para ello se adoptará un plan paliativo del desempleo femenino que procure la estabilidad laboral y la conciliación, que se alinearán con los planes de fomento del empleo autónomo previstos en esta AU		B																							
C Estímulo a la generación de empleo estable a través de la implantación de un aula-taller homologable que permita la impartición de formación de oficios y atención sociosanitaria		A																							
AE 4.3 Promover medidas de conciliación de la vida familiar		A																							
A Rediseño y mejora de las rutas de transporte escolar unido al establecimiento de corredores seguros para acceder a los centros docentes		A																							
B Dotación de comedores a los centros escolares		A																							
C Ampliación en plazas y carta de servicios el Centro Social para personas con capacidades especiales de manera que se dé una atención prolongada en el tiempo y cuyo último eslabón sea la consecución de un trabajo estable generado por un Centro Especial de Empleo que les permita ser autónomos		A																							
AE 4.4 Medidas de apoyo para la fijación al territorio de la población, con especial atención a jóvenes		A																							
A Apuesta por la formación como bolsa de empleo cualificada		A																							
B Incentivar el tejido asociativo juvenil de manera que se recojan y desarrollen sus inquietudes y necesidades (emprendimiento, ocio alternativo, formación, soft skills...) y a su vez sean mecanismo de interlocución con la ciudadanía, la administración y los centros educativos		C																							





## 6.- AGENDA URBANA ESPAÑOLA (AUE)

### 6.1.- ¿Qué es la Agenda Urbana Española?

Es un documento marco de referencia para las áreas urbanas, promovido por el Gobierno de España el 22 de febrero de 2019. Establece un abanico de políticas urbanas de carácter social, económico y medioambiental, que pueden ser puestas en práctica por cualquier municipio del entorno rural o urbano y por cualquier ciudad, con independencia de su tamaño, y que incumbe al territorio en su conjunto.

Esto obligará a un alineamiento de las políticas urbanas regionales y municipales.

Su planteamiento es acorde con los retos planteados y con la visión estratégica de las dos Agendas Urbanas internacionales suscritas en el año 2016 (ONU y UE). También se enmarca en el ODS 11, que busca ciudades sostenibles, inclusivas, seguras y resilientes. Pero no es solo el ODS 11. Todos los ODS aparecen de forma transversal en esta agenda urbana. Las ciudades guardan relación con los 17 ODS.

La Agenda se concibe como un documento estratégico, sin carácter normativo, que está imbuido de enfoques programáticos con vocación de utilidad y, por supuesto, de consenso. Apuesta por un modelo urbano deseable hacia el futuro y trata de abanderar una nueva visión del Urbanismo que podría llamarse 1.0 (flexible, actualizable e integrador).

### 6.2.- Estructura de la AUE

Su estructura es la siguiente:

- 1.- Diagnóstico
- 2.- Marco estratégico y modelo territorial urbano. (10 objetivos estratégicos)
- 3.- Indicadores de seguimiento
- 4.- Implementación de la AUE. Los planes de Acción
- 5.- Plan del ministerio
- 6.- Proceso de participación de la AUE.

### **6.3.- Diagnóstico de la AUE**

Se ha realizado un diagnóstico cualitativo y cuantitativo de la situación de las ciudades y la población urbana española. El diagnóstico plantea 4 grandes retos

#### **A) Reto social:**

- 80% de la población española en ciudades. Despoblación áreas rurales
- Envejecimiento de la población
- Pobreza y desigualdad social en las ciudades

#### **B) Reto territorial y modelo urbanístico.**

- No hay parque público de vivienda
- Necesitamos abandonar el modelo expansivo y apostar por rehabilitar y regenerar. Urbanismo disperso y diseminado.
- Volver al modelo de ciudad mediterránea.

#### **C) Reto energético y cambio climático**

- Somos muy vulnerables al cambio climático (Mucha costa)
- Alta dependencia energética.
- Pérdida de riqueza medioambiental y cultural

#### **D) Reto planeamiento de ciudades**

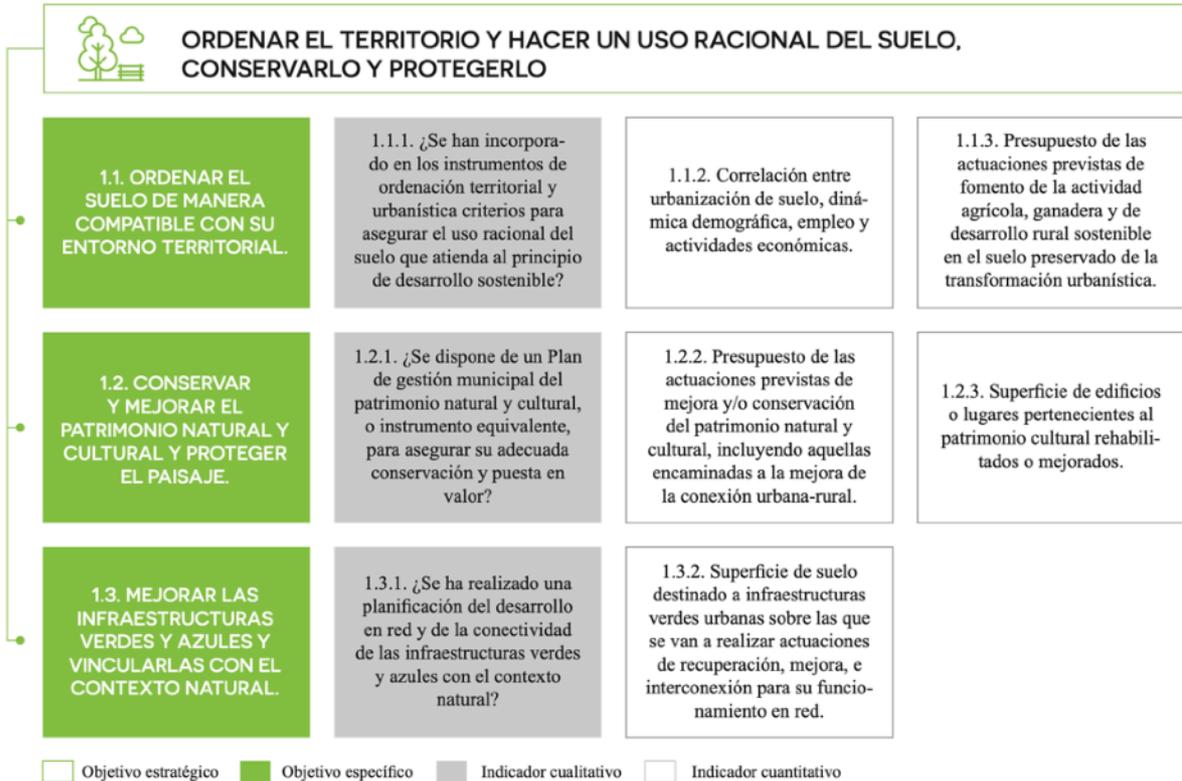
- Urbanismo más ágil y participado
- Necesidad de cambiar normas
- Capacidad de adaptarse en marcos temporales más cortos.

## 6.4.- Marco estratégico

### 6.4.1.- Objetivos de la Agenda Urbana Española

- 1 Ordenar el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo 
- 2 Evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente 
- 3 Prevenir y reducir los efectos del cambio climático y mejorar la resiliencia 
- 4 Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular 
- 5 Favorecer la proximidad y la movilidad sostenible 
- 6 Fomentar la cohesión social y buscar la equidad 
- 7 Impulsar y favorecer la Economía Urbana 
- 8 Garantizar el acceso a la Vivienda 
- 9 Liderar y fomentar la innovación digital 
- 10 Mejorar los instrumentos de intervención y la gobernanza 

# 1 | TERRITORIO, PAISAJE Y BIODIVERSIDAD



## 2 | MODELO DE CIUDAD

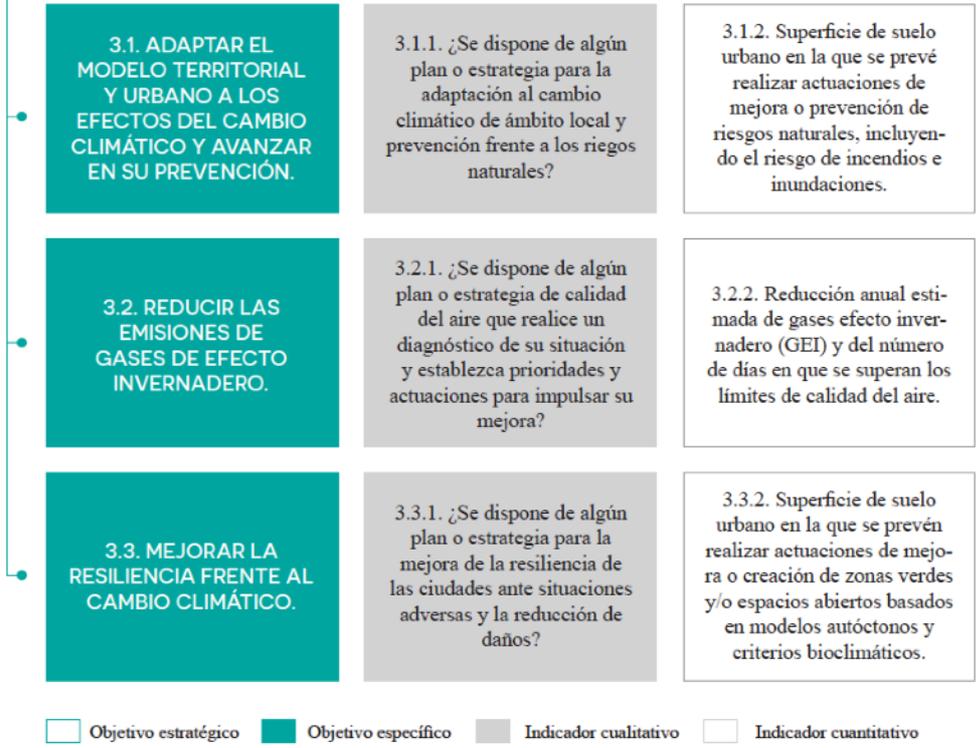


Objetivo estratégico
  Objetivo específico
  Indicador cualitativo
  Indicador cuantitativo

# 3 | CAMBIO CLIMÁTICO



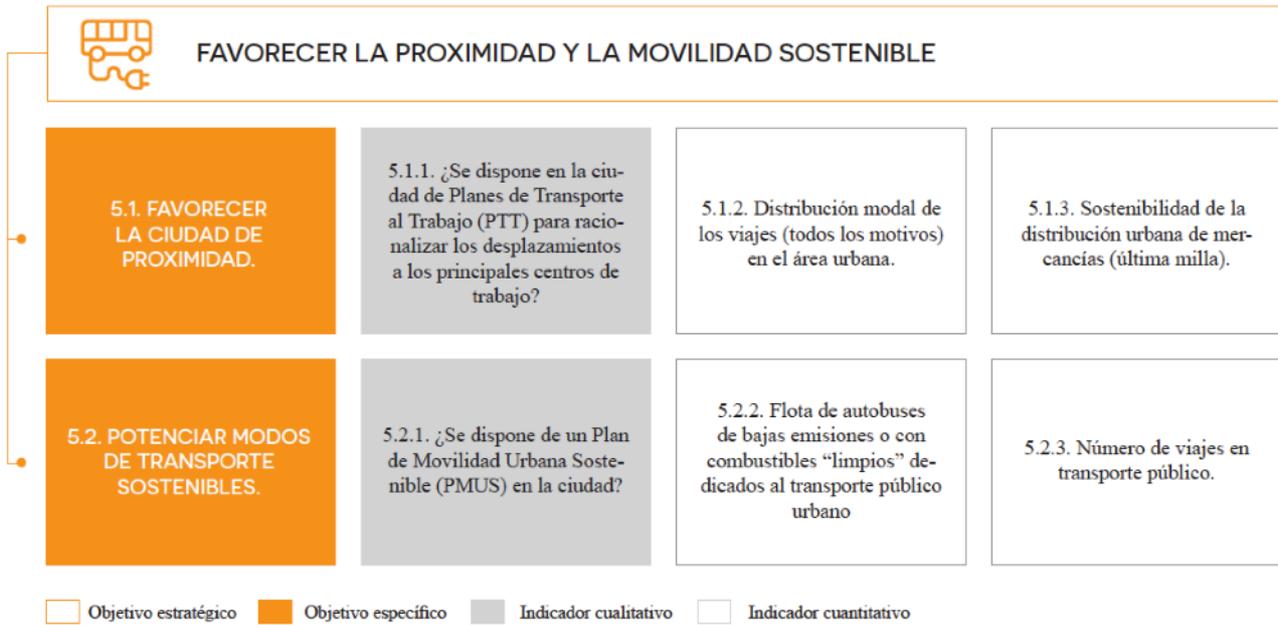
## PREVENIR Y REDUCIR LOS IMPACTOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO Y MEJORAR LA RESILIENCIA



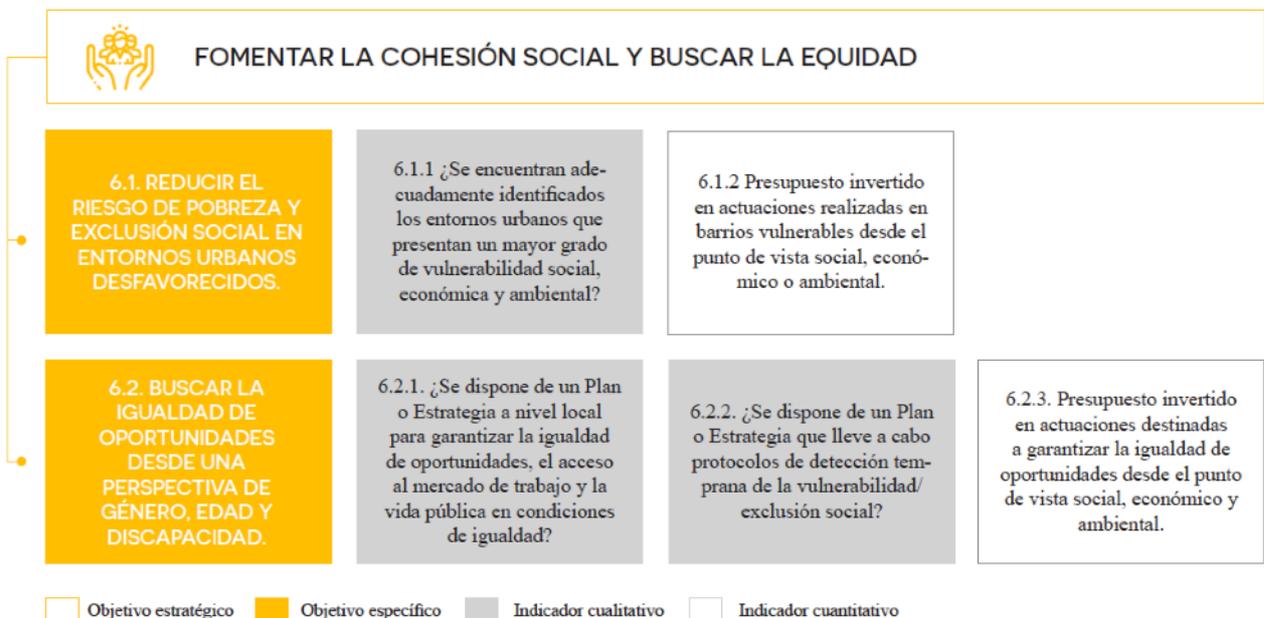
## 4 | GESTIÓN SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS Y ECONOMÍA CIRCULAR



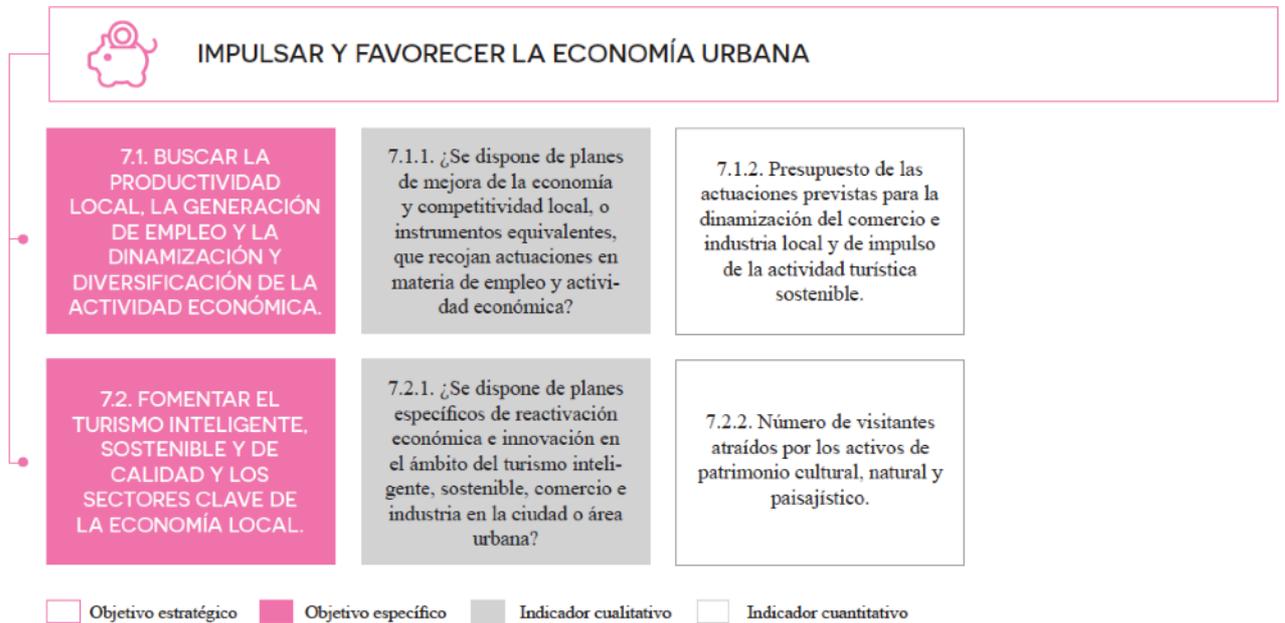
## 5 | MOVILIDAD Y TRANSPORTE



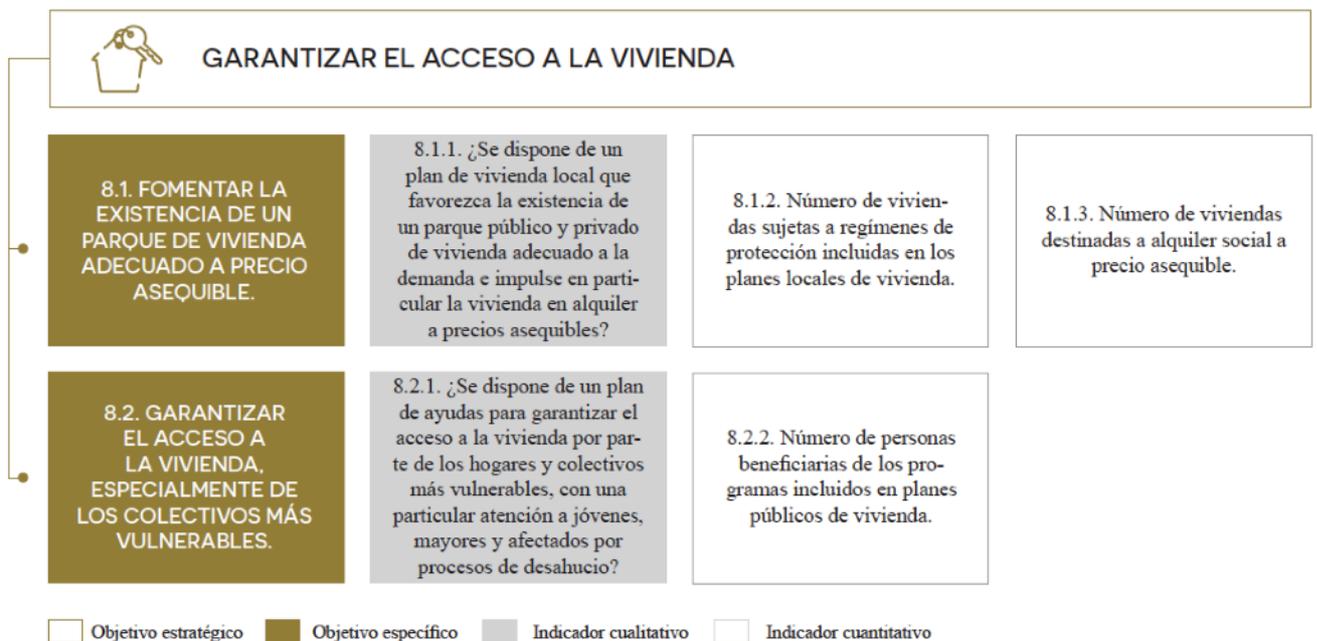
## 6 | COHESION SOCIAL E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES



## 7 | ECONOMÍA URBANA



## 8 | VIVIENDA



## 9 | ERA DIGITAL



# 10 | INSTRUMENTOS



## **ANEXOS**

Anexo 1. Fichas de las acciones estratégicas

### **ANEXO 1. FICHAS DE LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS**

# Agenda Urbana Loja



 Reto

 Acción Estratégica

 Objetivo AUE  
Objetivo Específico

 Indicador cualitativo

 Indicador cuantitativo

**1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo social, habitacional, comercial, turístico y de ocio. Completar un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**

## 1.1.- Reformulación de estrategias y políticas urbanísticas municipales

Dado el escenario de dispersión de población tanto en los distintos núcleos que conforman el municipio como en los barrios residenciales periféricos emergidos a partir de los 90, se hace necesario hallar un acuerdo con la Junta de Andalucía de manera que la modificación del PGOU posibilite redireccionar el rumbo de la ciudad hacia un modelo compacto y verde como uno de los principios de la sostenibilidad .

### AUE 1. Ordenar el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo

OE 1.1 Ordenar el suelo de manera compatible con su entorno territorial

1.1.1

1.1.2

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

1.2

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE**  
**Objetivo Específico**

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

**1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo social, habitacional, comercial, turístico y de ocio. Completar un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**

## 1.2.-Diseñar y consensuar un conjunto de acciones de regeneración de la trama urbana

El deterioro de la traza urbana y, por ende, de los tejidos sociales y comerciales conlleva a establecer una estrategia capaz de vertebrar una serie de intervenciones que permitan su regeneración y recuperación. Este esquema de acciones permitirá no solo detener, sino revertir el proceso degenerativo, devolviendo la vida a cada una de las células desarrolladas a continuación:

- A) Estudiar y diseñar la entrada a la localidad por el flanco Oeste de manera que se construya la puesta en escena de la que se carece en la actualidad.
- B) Promoción de la participación ciudadana en la ejecución de pequeñas acciones urbanísticas sostenibles centradas en el centro histórico tales como concursos de terrazas y patios.
- C) Implementación del dossier técnico para la inclusión en el programa de regeneración del espacio público en el barrio y entorno de la Alcazaba:
  - C.1) Mejora de la accesibilidad al barrio a través de la actuación en el Huerto de María Ruíz.
  - C.2) Permeabilización de la trama mediante la creación de conexiones peatonales en la Cuesta de los Aldabones.
  - C.3) Ordenación de la confluencia de las calles Lepanto y Antonio López liberando el espacio de vehículos.
  - C.4) Recuperación para el dominio público el espacio del entorno de la calle Pilar Mancilla.
  - C.5) Adecuación del entorno de la Torre Ochavada que permitan la puesta en valor de la misma.
  - C.6) Regeneración de la trasera de la manzana occidental que flanquea el lienzo de muralla del recinto de la Alcazaba.
  - C.7) Rehabilitación de la Calle Real con especial atención a la accesibilidad.

### AUE 1. Ordenar el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo

- OE 1.1 Ordenar el suelo de manera compatible con su entorno territorial
- OE 1.2 Conservar y mejorar el patrimonio natural y cultural y proteger el paisaje

1.1.1	1.1.2
1.2.1	1.2.2

### AUE 2. Evitar la dispersión Urbana y revitalizar la ciudad existente

- OE 2.5 Impulsar la regeneración urbana

2.5.1	2.5.2
-------	-------

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

1.2

**ODS**



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE**  
Objetivo Específico

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

**1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo social, habitacional, comercial, turístico y de ocio. Completar un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**

## 1.3.- Plan de reestructuración y equilibrio en materia de equipamiento urbano

El análisis en materia de equipamientos muestra claramente una dispersión desequilibrada de los mismos sobre el tapiz del territorio de manera que se crea una desigualdad patente en detrimento de la equidad entre ciudadanos. Es por ello que esta acción centra el foco en actuar sobre los siguientes nodos:

- A) Implementación de un plan de uso de los parques y jardines urbanos.
- B) Desarrollo e implementación de un plan de accesibilidad que defina tanto zonas habilitadas como parkings, como zonas vigiladas donde no se permita el aparcamiento.
- C) Desarrollo e implementación de un Plan Parcial de Prevención y Acción Rápida en el Casco Histórico en materia de servicios públicos de mantenimiento.
- D) Dotación de nuevos equipamientos deportivos en el centro.

### AUE 2. Evitar la dispersión Urbana y revitalizar la ciudad existente

- OE 2.1 Definir un modelo urbano que fomente la compacidad, el equilibrio urbano y la dotación de servicios básicos
- OE 2.2 Garantizar la complejidad funcional y diversidad de usos
- OE 2.3 Garantizar la calidad y la accesibilidad de los espacios públicos

2.1.1	2.1.3
2.2.1	2.2.2
2.3.1	2.3.2

### AUE 3. Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia

- OE 3.3 Mejorar la resiliencia frente al cambio climático

3.3.1	3.3.2
-------	-------

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

1.2

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE Objetivo Específico**

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

**1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo social, habitacional, comercial, turístico y de ocio. Completar un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**

## 1.4.- Plan integral de regeneración y mejora del tejido habitacional

El estado del parque de vivienda en el Centro Histórico en una elevada proporción se encuentra en alto grado en ruina técnica o económica, viéndose ello acuciado por el sometimiento a los trámites establecidos por la Delegación de Cultura. Esta situación supone, por una parte, la demora insostenible en los plazos habituales para el desarrollo de proyectos de construcción y rehabilitación, y, por otra parte, una frustración en el ciudadano por afrontar en solitario un proceso burocrático largo, pesado y en ocasiones difícil de resolver si no se cuenta con ayuda que pueda redireccionar el proceso.

A) Creación de una oficina de asesoría al ciudadano que lo guíe tanto en los procesos de rehabilitación en viviendas catalogadas en diferente grado como las que no lo están. De esta manera se daría respuesta a una demanda insatisfecha hasta el momento y se garantizaría la culminación exitosa de las iniciativas.

B) Implementación de un programa de transformación de infravivienda.

C) Plan de especial de promoción a la vivienda en régimen de alquiler en el CH facilitando intermediación y ayudas.

### AUE 2. Evitar la dispersión Urbana y revitalizar la ciudad existente

OE 2.2 Garantizar la complejidad funcional y diversidad de usos

OE 2.6 Mejorar la calidad y la sostenibilidad de los edificios

2.2.1

2.2.2

2.6.1

2.6.3

### AUE 8. Garantizar el acceso a la vivienda

OE 8.1 Fomentar la existencia de un parque de vivienda adecuado a precio asequible

8.1.1

8.1.3

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

1.2

**ODS**



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE Objetivo Específico**

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

**1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo social, habitacional, comercial, turístico y de ocio. Completar un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**

## 1.5.- Plan de acción para la regeneración y uso sostenible del patrimonio histórico de la ciudad

Loja cuenta con un notable patrimonio histórico y cultural sin entrar en controversias con nodos potentes en este ámbito en el mismo marco geográfico. Lo que en un principio se debería traducir en una fortaleza patente capaz de imbuir a la ciudad se presenta como una materia difusa, muchas veces desconocida y carente de la puesta en valor que merece y necesita. Sin perder de vista que la ordenación monumental tiene una doble vocación, el enriquecimiento de la ciudad, la recepción del patrimonio por las manos del ciudadano, y la atracción de visitantes que se traduciría en un motor de desarrollo económico se propone:

A) PLAN DE ACCIONES ESTRATÉGICAS DE REHABILITACIÓN EN EL MARCO DE CASCO HISTÓRICO Y PATRIMONIO DE LOJA: RECOGE TODAS LAS ACCIONES REFERIDAS A REHABILITACIÓN Y ABRE CANAL DE COMUNICACIÓN PERMANENTE CON LA CIUDADANÍA PARA AMPLIAR CATÁLOGO DE INTERVENCIONES.

A.1) Rehabilitación integral del recinto de la Alcazaba como principal baluarte del conjunto-histórico monumental en pro de transformarse en un nodo cultural.

B) Rehabilitación del Monumento de la Fuente Santa de manera que se contribuya a la recuperación del equilibrio del entorno periurbano.

C) Estudio de viabilidad de proyectos culturales y de patrimonio en torno a islas de patrimonio y a una redefinición en el contexto del concepto discontinuo del patrimonio de la localidad.

D) Mejora de la información y señalización turística de monumentos, así como rutas monumentales y horarios. Alineamiento de empresas privadas y administración en cuanto a comunicación de horarios y disponibilidad, con habilitación de mecanismo de comunicación permanente entre ambos. Plan de visibilización de monumentos difíciles de visitar como el convento de Santa Clara.

### AUE 2. Evitar la dispersión Urbana y revitalizar la ciudad existente

OE 2.6 Mejorar la calidad y la sostenibilidad de los edificios

2.6.1

2.6.2

### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1

7.1.2

OE 7.2 Fomentar el turismo sostenible y de calidad y los sectores clave de la economía social

7.2.1

7.2.2

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

5.14

ODS



# Agenda Urbana Loja



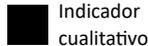
Reto



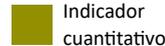
Acción  
Estratégica



Objetivo AUE  
Objetivo Específico



Indicador  
cualitativo



Indicador  
cuantitativo

**1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo social, habitacional, comercial, turístico y de ocio. Completar un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**

## 1.6.- Plan de movilidad urbana sostenible

Dada la dispersión de núcleos de población, así como la accidentada orografía de la localidad y las condiciones particulares de los barrios en cuanto a accesibilidad y movilidad (ejemplo de ello son los cuellos de botella generados en los entornos escolares y en el acceso Este de la ciudad en las horas punta) es necesario abordar el ordenamiento desde la globalidad hasta la escala de detalle atendiendo a criterios funcionales y de sostenibilidad.

A) Revisión y corrección en su caso del PMUS que contemple la generación de parkings disuasorios e incluya la incorporación de propuestas ciudadanas recogidas en una mesa celebrada previamente con presencia de miembros de distintos ámbitos sociales.

B) Impulso a la Movilidad Sostenible Inter núcleos a través de una adecuada carta de servicios de transporte público sostenible a escalas local y comarcal conectadas en la estación de autobuses pendiente de construir y que se extienda a los polígonos industriales como focos generadores de desplazamientos rodados.

C) Estímulo a los desplazamientos peatonales frente a los rodados o economía al menos de los mismos. Una parte significativa de estos desplazamientos rodados se generan los centros educativos, así que el establecimiento de corredores escolares peatonales en condiciones de seguridad significaría una reducción significativa de los mismos y simultáneamente promovería hábitos saludables en la población infantil y juvenil.

D) Fomento de nuevas formas de transporte sostenibles como la bicicleta o el patinete eléctrico, para ello se dispondrán reservas de estacionamiento público accesibles y seguros tanto en aparcamientos como en la vía pública.

E) Estudiar la viabilidad de la peatonalización permanente del área del casco histórico comprendida entre la esquina Cuesta Campos/ Joaquín Costa y la esquina Victorino Benlloch/Duque de Valencia. Por otra parte, habría que estudiar la posibilidad de peatonalizar una zona más amplia del C.H. durante fines de semana y períodos específicos del año como las vacaciones escolares.

### AUE 5. Favorecer la proximidad y la movilidad sostenible

OE 5.1 Favorecer la ciudad de proximidad

5.1.1

5.1.2

OE 5.2 Potenciar modos de transporte sostenible

5.2.1

5.2.3

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

1.1

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE Objetivo Específico**

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

**1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo social, habitacional, comercial, turístico y de ocio. Completar un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**

## 1.7.- Plan de regeneración e impulso del motor económico comercial

Durante los últimos diez años aproximadamente el tejido comercial se ha ido degrading de manera paulatina y a un ritmo constante que se ha visto acentuado por efecto de los cambios en los modelos de consumo, la pandemia y la crisis económica asociada a la misma. Así pues, el horizonte actual es la desaparición del comercio tradicional e histórico así como la nula captación de nuevas iniciativas comerciales. Por ello urge reactivar la trama comercial y el impulso económico que supone.

A) Impulso al modelo que representa el Centro Comercial Abierto de Andalucía de manera que todos los agentes económicos representen un papel activo en pro de la recuperación de la tradición comercial bajo un mismo concepto de oferta comercial, cultural y de ocio con una imagen propia y permanente.

B) Rehabilitación del edificio del Mercado de Abastos contemplando una mejora de la visibilidad, señalización y extensión/prolongación a la Plaza Joaquín Costa recuperando así la tradición comercial e histórica de dicho enclave de manera que la acción se traduzca en un impulso de actividad a todo el entorno. Diversificación de establecimientos implementando puestos de artesanía, hostelería, etc.

C) Colaboración mixta institucional/empresarial/social para la apertura de un taller especial de empleo destinado a jóvenes discapacitados que tienda puentes a la futura diversificación de actividades (artesanía, servicios...) que propicien tanto la inserción social como laboral facilitando la estabilidad económica de los mismos.

### AUE 2. Evitar la dispersión Urbana y revitalizar la ciudad existente

OE 2.3 Garantizar la calidad y la accesibilidad de los espacios públicos

2.3.1

2.3.2

### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1

7.1.2

OE 7.2 Fomentar el turismo sostenible y de calidad y los sectores clave de la economía social

7.2.1

7.2.2

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

5.13

**ODS**



# Agenda Urbana Loja



**1.- Transformar el Centro Histórico en un motor de desarrollo social, habitacional, comercial, turístico y de ocio. Completar un mapa urbano equilibrado con Barrios y Anejos.**

## 1.8.- Plan de acción para la dinamización de la participación del tejido social en la reactivación del Centro Histórico

El C.H. es el depositario de muchos de los signos de identidad materiales e inmateriales del ciudadano y como tal el lojeño desea y necesita que se produzca a la mayor brevedad un cambio de tendencia en la evolución negativa del mismo que suponga la revitalización y reactivación de este área además, siendo partícipe activo de ese proceso. Así pues, las acciones se dividirán en dos vías: recuperación de los tonos social y habitacional.

A) Recuperación del pulso social: mejorando la seguridad ciudadana en beneficio de la población establecida y como argumento atrayente de nueva población, inclusión de actuaciones por parte de la ciudadanía y enriquecimiento de la oferta cultural tanto en espacios interiores como exteriores (Plazas de la Constitución, Nasar, Joaquín Costa e incluso trasera de la Casa del Marqués tras la última intervención de adecentamiento).

B) Pulso habitacional: plan de incentivos fiscales para la conservación de los inmuebles de C.H. así como un plan de estímulo para captar como población al funcionariado que procede de fuera del municipio.

### AUE 2. Evitar la dispersión Urbana y revitalizar la ciudad existente

- OE 2.1 Definir un modelo urbano que fomente la compacidad, el equilibrio urbano y la dotación de servicios básicos
- OE 2.2 Garantizar la complejidad funcional y diversidad de usos
- OE 2.5 Impulsar la regeneración urbana

2.1.1	2.1.3
2.2.1	2.2.2
2.5.1	2.5.2

### AUE 6. Fomentar la cohesión social y búsqueda de la equidad

- OE 6.2 Buscar la igualdad de oportunidades desde una perspectiva de género, edad y discapacidad

6.2.2	6.2.3
-------	-------

### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

- OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1	7.1.2
-------	-------

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

5.14

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE**  
Objetivo Específico

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

## 2.- Utilizar su centralidad geográfica en Andalucía para cooperar con plataformas de transformación y distribución en los ejes de desarrollo regional

### 2.1.- Potenciación de la movilidad y la logística en el marco de la centralidad geográfica en Andalucía

Loja goza de una privilegiada posición central en la geografía andaluza potenciada por ser prácticamente el punto medio en el eje transversal que supone la A92 a lo que hay que sumar la proximidad a Málaga capital y a las conexiones (aéreas, terrestres y marítimas) que oferta lo que le permite convertirse en un nodo logístico de primer orden. Para desarrollar este potencial:

- A) Implantación de un Centro de Transporte y Logística capaz de integrarse en la Asociación de Centros de Transporte de España.
- B) Integración de la nueva estación ferroviaria ubicada en la ladera Norte en el Corredor Mediterráneo.

#### AUE 5. Favorecer la proximidad y la movilidad sostenible

OE 5.2 Potenciar modos de transporte sostenible

5.2.1

5.2.3

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1

7.1.2

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

5.12

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE**  
Objetivo Específico

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

## 2.- Utilizar su centralidad geográfica en Andalucía para cooperar con plataformas de transformación y distribución en los ejes de desarrollo regional

### 2.2.- Racionalización y optimización de los recursos del tejido industrial

La céntrica posición del municipio sobre el territorio autonómico puede permitir a Loja convertirse en un potente centro industrial siempre y cuando sea capaz de ser el polo de atracción de nuevas actividades que encuentren estímulo y estrategias de continuidad para ello. Ante este escenario es imperativo innovar y diferenciarse del resto de tejidos industriales establecidos en el marco geográfico común.

- A) Racionalización, optimización y ampliación del suelo industrial, así como de los servicios que se le presta.
- B) Modificación de la Normativa vigente para ampliar el tamaño medio de las naves industriales a través de planes de reconversión y la promoción consorcios público/privados.
- C) Elaboración de un catálogo de parcelas y naves disponibles para ofertarlos en el contexto regional a través de las plataformas adecuadas.
- D) Desarrollo de un Plan Parcial de prevención de incendios en polígonos industriales y empresas.

#### AUE 3. Prevenir y reducir los cambios climáticos y mejorar la resiliencia

OE 3.3 Mejorar la resiliencia frente al cambio climático

3.3.1

3.3.2

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1

7.1.2

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

5.13

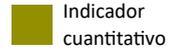
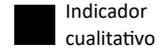
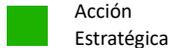
**Concejalías implicadas** Agenda Urbana, Presidencia, Next Generation, Fondos Europeos, Empleo e Igualdad

**Previsión presupuesto** 300.000,00 €

**ODS**



## Agenda Urbana Loja



### 2.- Utilizar su centralidad geográfica en Andalucía para cooperar con plataformas de transformación y distribución en los ejes de desarrollo regional

### 2.3.- Regeneración, modernización y diversificación de las actividades económicas

La coyuntura en la que nos encontramos está llamada a ser un punto de inflexión en los modelos productivos e industriales de manera que deben orientarse para conseguir una economía más segura encauzada a la incorporación de temas medioambientales y sociales. Frente al tejido ligado al sector primario, hasta avanzados los 80 y primeros de los 90 del siglo pasado, Loja tuvo un peso significativo en el sector textil que se desvaneció con el traslado global de la producción a Asia, por lo que ese nicho de negocio sigue vacío a pesar de la reversión de esa situación global. Ambos sectores, la innovación agroalimentaria como la industria textil se presentan como motores de regeneración de la economía.

A) Apoyo al desarrollo de una línea de especialista en agricultura y ganadería ecológicas, alineados con el espíritu y texto de la Ley 16/2021, de 14 de diciembre, por la que se modifica la Ley 12/2013, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

B) Impulso de la actividad textil a través de la implantación de un hub de innovación textil que desarrolle el proceso industrial y comercial completo: transformación digital, diseño, análisis de las tendencias de consumo, marketing, comercialización, distribución e internacionalización.

C) Estudio para determinar qué actividad permite implantar un parque tecnológico empresarial atendiendo al conocimiento, la investigación, la prestación de servicios, así como la promoción del empleo y la productividad.

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.11

7.1.2

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

5.13

ODS



## Agenda Urbana Loja



 Reto

 Acción  
Estratégica

 Objetivo AUE  
Objetivo Específico

 Indicador  
cualitativo

 Indicador  
cuantitativo

**2.- Utilizar su centralidad geográfica en Andalucía para cooperar con plataformas de transformación y distribución en los ejes de desarrollo regional**

### 2.4.- Impulso a las nuevas figuras empresariales y de gestión cooperativa

Promoción de la diversificación y diferenciación del tejido empresarial, apostando por la innovación, el fomento e impulso de nuevas figuras empresariales y de gestión cooperativa en el marco de la PPACC y resto de acciones previstas en la lucha contra el cambio climático. Desarrollo de un amplio abanico de acciones de promoción y difusión que permitan mejorar el conocimiento de la diversidad de los cultivos de agricultura y ganadería en la provincia y plantear distintas medidas agroambientales vinculadas a la adaptación, para que haya un reflejo en el Programa de Desarrollo Rural de Andalucía en el nuevo marco (2021-2026)

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1

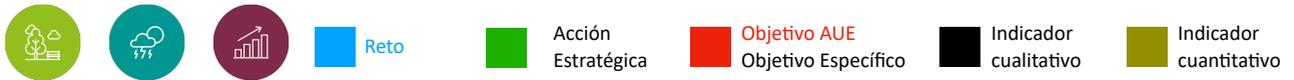
7.1.2

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

5.13

ODS





**3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino**

**3.1.- Plan integral de recuperación, puesta en valor y conservación del Patrimonio Natural**

Tradicionalmente Loja ha vivido de espaldas al importante hito paisajístico que supone el curso del río a través de la fértil vega. Las riberas del Genil en primer lugar, así como de otros cauces de menor rango se han visto degradadas a nivel paisajístico y medioambiental lo que las convierte en elementos especialmente vulnerables ante los efectos adversos del cambio climático (pérdida de biodiversidad y fragilidad frente hipotéticos incendios forestales). En municipios donde la tendencia demográfica negativa tiene especial incidencia, como es el caso de Loja, la recuperación del patrimonio natural ocupa una posición angular ya que la conservación y gestión sostenible de los ecosistemas, biodiversidad, montes y cauces se traducen en una generación de riqueza local, así como de oportunidades que revertirán en la fijación de la población y en la estabilización de rentas. Todo ello sin mencionar la mejora de la calidad de vida de los habitantes del territorio. Así, el concepto Smart City permite articular las siguientes acciones bajo el concepto de ciudad amable, accesible y sostenible.

A) Elaboración Mapa de inundación y plan de prevención local (medida prevista PPACC) de manera que todas las actuaciones en el área se diseñen y ejecuten bajo total garantía de seguridad.

B) Restauración de ecosistemas (renaturalización y recuperación de la biodiversidad) así como la creación de una red de infraestructuras verdes que frente a la fragmentación hilvane un manto continuo legible sobre la geografía local:

B.1) Recuperación y renaturalización de las Riberas del Río Genil en lo que sería la II fase del Parque Fluvial de manera que la ciudad reconozca en el río un espacio amable al que abrirse y en el que respirar.

B.2) Generación de un sendero peatonal vertebrado por el Monumento Natural de los Infiernos con el Parque Fluvial hasta alcanzar los Infiernos Bajos.

B.3) Plan de renaturalización, preservación y recuperación del paisaje urbano de manera que se alinee con el entorno natural y que se recuperen las visuales históricas de la ciudad a su ámbito más inmediato.

B.4) Diseño de un programa para la rehabilitación del patrimonio y monumentos naturales.

C) Implantación de un Plan de recuperación de los espacios resultantes de la variante ferroviaria de Loja.

D) Implantación de un plan de actualización, señalización y uso de senderos, huella indeleble en el territorio de usos pasados que conecta con el medio rural y con la naturaleza; patrimonio inmaterial que se extiende tanto por parajes de ribera como de sierra.

E) Planes sostenible de montes y reforestación. Plan estratégico de cumplimiento de los aprovechamientos (en especial los pastos), gestión sostenible de recursos y regulación de las normas de disfrute. F) Anillo verde: Parques periurbanos Pinos+Frontil+Entrevías+Extensión de B+C.

G) Redacción de Plan director de infraestructura verde a través de un proceso participativo. Entre las acciones fundamentales: generar cartografía e inventario actualizado de las infraestructuras verdes existentes, uso de residuos de poda para reutilizar en la propia plantación o fabricación de compost, redacción de ordenanza sobre el uso y planificación futura del IV, planificación de campañas de concienciación sobre el buen uso de IV y aportación de datos a la ciudadanía

H) Plan parcial de prevención y acción rápida del servicio de bomberos en espacios naturales.

I) Creación de una zona de acampada.

<b>AUE 1. Ordenar el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo</b>	
OE 1.2 Conservar y mejorar el patrimonio natural y cultural y proteger el paisaje	1.2.1      1.2.2
OE 1.3 Mejorar las infraestructuras verdes y azules y vincularlas con el contexto natural	1.3.1      1.3.2
<b>AUE 3. Prevenir y reducir los cambios climáticos y mejorar la resiliencia</b>	
OE 3.3 Mejorar la resiliencia frente al cambio climático	3.3.1      3.3.2
<b>AUE 4. Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular</b>	
OE 4.2 Optimizar y reducir el consumo de agua	4.2.1      4.2.2

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU: 2.4



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE**  
Objetivo Específico

**Indicador**  
cualitativo

**Indicador**  
cuantitativo

## 3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino

### 3.2.- Puesta en valor del agua como recurso natural, energético e identitario

El agua es un recurso fundamental del territorio convirtiéndose en eje central social y económico; pero también es patrimonio y lo es de manera especial en el caso de Loja donde, además, el elemento agua se vincula a determinados espacios singulares y representativos. Ello ya nos indica la necesidad de abordar la cuestión también desde las disciplinas paisajística y ambiental.

A) Desde el punto de vista cultural se elaborará un inventario de fuentes y manantiales diferenciando especial interés cultural o natural que permita el acondicionamiento tanto de los mismos como del entorno. Así, simultáneamente se proporcionará contenido al lema "Loja Fluye" y permitirá establecer nuevas relaciones con la ciudad.

B) Desde la perspectiva social y económica se implementará un plan de digitalización, transparencia y mejora de los servicios de parques y zonas verdes quedando intrínsecamente relacionados con las acciones 14.B.3 y 14.C.

#### AUE 4. Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular

OE 4.2 Optimizar y reducir el consumo de agua

4.2.1

4.2.2

#### AUE 9. Liderar y fomentar la innovación digital

OE 9.1 Favorecer la sociedad del conocimiento y avanzar hacia el desarrollo de las ciudades inteligentes (Smart Cities)

9.1.1.

9.1.2

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

2.4

ODS



# Agenda Urbana Loja



## 3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino

### 3.3.- Naturaleza como factor de cambio y dinamizador del tejido económico del municipio

Ante la evidencia que supone el cambio climático y la fragilidad de los territorios no resilientes, la estrategia planteada por los principios de la economía circular supone por una parte la asunción de la responsabilidad por parte de ciudadanos y administraciones y por otra el descubrimiento de la misma como un impulsor de desarrollo y un nicho de riqueza significativo.

A) Desarrollo de un mapa completo que recoja las depuradoras de todos los núcleos.  
 B) Desarrollo de la estrategia local de economía circular y creación de una mesa de coordinación con áreas implicadas y con colectivos de especial sensibilidad.  
 C) Aprovechar los recursos naturales para la creación de empleo. Potenciación de los centros de apoyo y lanzadera para la creación de empresa a través del desarrollo de programas de emprendimiento y el aprovechamiento de recursos en coworking y CIE. Mantenimiento de programas específicos de ayuda a las pymes.  
 D) Plan de comunicación exterior de Loja -promoción económica-.

#### AUE 4. Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular

OE 4.2 Optimizar y reducir el consumo de agua

4.2.1	4.2.2
-------	-------

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

OE 7.2 Fomentar el turismo sostenible y de calidad y los sectores clave de la economía local

7.1.1	7.1.2
7.2.1.	7.2.2

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU: 2.4

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE**  
Objetivo Específico

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

## 3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino

### 3.4.- Naturaleza y deporte como palanca de desarrollo de nuevas actividades económicas sostenibles

Loja ofrece escenarios naturales que hacen que la experiencia deportiva y la interacción con el medio sean únicos. Este elemento diferenciador conduce a entender como de gran calado el impacto del deporte en la economía presentándose el binomio deporte-naturaleza como un resorte económico de primera magnitud.

A) Elaboración de Guía de recursos para el deporte, ocio y naturaleza -mesa de coordinación interdepartamental.

B) Inclusión del deporte urbano y de naturaleza (turismo activo, escalada, vía ferrata...) en el plan estratégico de turismo. Dar visibilidad a los recursos naturales e implementar actividades innovadoras. Coordinación con áreas de deporte y naturaleza desde el Ayuntamiento, en el marco de un programa de desarrollo de mesas de colaboración y coordinación interdepartamental.

C) Impulso a la capitalidad deportiva comarcal.

D) Promoción de eventos deportivos de carácter nacional, carreras, o incluso campeonatos de videojuegos como FIFA o Fortnite...

E) Plan de actividades de ocio y deporte en las instalaciones municipales y naturaleza para los estudiantes de la escuela de bomberos.

#### AUE 2. Evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente

OE 2.2 Garantizar la complejidad funcional y diversidad de usos

2.2.1

2.2.2

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1

7.1.2

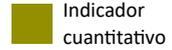
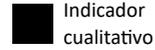
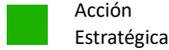
**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

9.26

ODS



# Agenda Urbana Loja



## 3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino

### 3.5.- Elaboración de un Plan Estratégico de Turismo Sostenible

El turismo sostenible se fundamenta en la capacidad para generar su actividad minimizando el impacto sobre el medioambiente, respetando los ecosistemas y la cultura autóctona con los que interactúa siendo además un motor generador de empleo e ingresos para la población local. Para ello hay que optimizar los recursos medioambientales, preservar la originalidad de la cultura local y garantizar un equilibrio de las actividades económicas perdurables en el tiempo. Así, los procesos devendrán en la generación de empleo, la obtención de ingresos y servicios sociales, así como la equidad entre rentas y la reducción de pobreza.

A) Implementación de un Plan estratégico de desarrollo turístico de carácter transversal entre áreas municipales y el sector empresarial secundado por un potente plan de comunicación que alinee intereses públicos y privados de manera que suponga un efecto multiplicador y coloque a Loja como líder turística del Poniente granadino. Dicho plan tendrá una partida presupuestaria estable que permita su coordinación, así como una actualización revisable y actualizable de forma permanente.

B) La cultura gastronómica, obviada tradicionalmente, será incluida en el plan.

C) Promoción de acuerdos con agencias de turismo externas que oferten packs tematizados (agua, naturaleza, deportes de riesgos, rutas fotográficas...).

D) Apertura de un punto permanente de información turística así como la promoción de acuerdos con freetours que gestionen visitas guiadas estables los fines de semana.

E) Fomento de espectáculos tradicionales orientados a público extranjero alojado en los establecimientos hosteleros del municipio.

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.2 Fomentar el turismo sostenible y de calidad y los sectores clave de la economía local

7.2.1

7.2.2

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

5.14

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE**  
Objetivo Específico

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

## 3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino

### 3.6.- Optimización del consumo eléctrico

Controlar el consumo energético es una herramienta clave para la gestión del medio ambiente urbano. Optimizar este recurso vinculado aun fuertemente a las fuentes fósiles de generación energética no solo representa una medida de ahorro, sino una medida de concienciación a la ciudadanía para que adopte medidas equiparables en los entornos domésticos y laborales cuando sea factible. Las medidas previstas en PACE y PPACC deben ser el marco de inspiración y desarrollo sobre el que se articulen las acciones a desarrollar en la AU de Loja.

A) Iluminación de espacios y edificios públicos:

A.1) Erradicación de los sistemas de vapor mercurio, sodio y luz mezcla.

A.2) Implementación de la tecnología led.

B) Adecuación y mejora de la envolvente térmica de los edificios públicos.

C) Implantación de un Plan Integral de Mantenimiento Preventivo de las instalaciones lumínicas y de producción de calor de los espacios y edificios municipales.

#### AUE 1. Ordenar el territorio y hacer uso racional del suelo, conservador y protegerlo

OE 1.2 Conservar y mejorar el patrimonio natural y cultural y proteger el paisaje

1.2.1

1.2.3

#### AUE 4. Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular

OE 4.1 Ser más eficientes energéticamente y ahorrar energía

4.1.1

4.1.2

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

3.7

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE Objetivo Específico**

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

## 3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino

### 3.7.- Generación de energía

El actual modo de vida implica un consumo energético fuertemente vinculado a los combustibles fósiles y a un uso de la energía que en muchas ocasiones dista de ser racional, desembocando en la emisión de importantes cantidades de gases responsables del efecto invernadero y, por tanto, del cambio climático. La producción de energía a través de sistemas renovables en las instalaciones públicas contribuirán a minimizar dicho impacto y a ejemplarizar una conducta que poco a poco la ciudadanía deberá asumir.

A) Estudio de un proyecto de generación de energía fotovoltaica aprovechando empleando las grandes superficies libres de sombras proyectadas que suponen las cubiertas de pabellones deportivos, colegios, hospital y otros inmuebles municipales). Se trataría de una energía limpia y verde ya que procede de una fuente renovable.

B) Generación de ACS a través de placas solares en todas aquellas instalaciones municipales donde sea viable.

#### AUE 1. Ordenar el territorio y hacer uso racional del suelo, conservador y protegerlo

OE 1.2 Conservar y mejorar el patrimonio natural y cultural y proteger el paisaje

1.2.1

1.2.3

#### AUE 4. Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular

OE 4.1 Ser más eficientes energéticamente y ahorrar energía

4.1.1

4.1.2

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

3.8

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE**  
**Objetivo Específico**

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

**3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino**

## 3.8.- Optimización de los recursos y consumo hídrico

Los recursos hídricos son un activo económico y medioambiental, es por ello que resulta crucial gestionarlos de manera eficaz, eficiente y sostenible siendo necesario disponer de las herramientas y procesos definidos para su correcta administración.

A) Implementación de un plan director del agua contemplando el proceso íntegro de captación, potabilización, consumo y recogida y depuración de aguas fecales así como la inclusión de infraestructuras verdes en dichos procesos.

### AUE 4. Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular

OE 4.2 Optimizar y reducir el consumo de agua

4.2.1

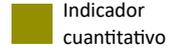
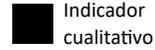
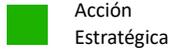
4.2.2

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

2.4

ODS





**3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino**

**3.9.- Plan de prevención y gestión de residuos**

La actividad humana implica la producción de residuos. El manejo inadecuado de esos residuos produce importantes problemas ambientales que van desde la contaminación del suelo y del agua hasta la proliferación de fauna que puede propiciar la propagación de enfermedades. Por ello es vital optimizar la Gestión de Residuos minimizando así el impacto medioambiental y económico de los procesos que comprenden dicha gestión.

- A) Implementación de un plan para la prevención de la generación de residuos, así como de gestión a través de un proceso participativo.
- B) Elaboración de la planimetría que refleje la ubicación de los contenedores, así como de las fracciones. Por una parte, esta herramienta permitiría optimizar las rutas de los vehículos eficiente de recogida y, se integraría en un plan de comunicación dirigido a la ciudadanía que contribuya a la concienciación colectiva sobre la importancia de la separación de residuos, así como el sobrecoste de no hacerlo de manera correcta.
- C) Estudio de un programa de compostaje comunitario, doméstico y escolar.

**AUE 4. Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular**

OE 4.2 Optimizar y reducir el consumo de agua

4.2.1

4.2.2

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

2.4

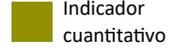
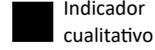
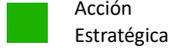
Concejalías implicadas      Agenda Urbana, Presidencia, Next Generation, Fondos Europeos, Empleo e Igualdad

Previsión presupuesto      300.000,00 €

ODS



## Agenda Urbana Loja



### 3.- Conectar el Pueblo con la naturaleza, cuidándola, integrándola y explotándola de forma sostenible para el turismo y el deporte, en cooperación con el Poniente Granadino

#### 3.10.- Implementación de la tecnología Smart como herramienta de control del consumo de recursos y su uso eficiente

La apuesta por la tecnología Smart como estrategia de futuro seguro y sostenible conlleva la implementación de una red de nuevas tecnologías que permitan el control y correcto funcionamiento de los sistemas hídricos o energéticos entre otros.

A) Implementación de un Plan de Digitalización, transparencia y mejora de la eficiencia del servicio de agua lo que vincula esta acción con las acciones 14.A, 31.B, 21.A. y 31.A.

B) Implementación de un Plan de digitalización, transparencia y mejora de la eficiencia de los procesos de gestión de residuos vinculada a la acción 22.

#### AUE 9. Liderar y fomentar la innovación digital

OE 9.1 Favorecer la sociedad del conocimiento y avanzar hacia el desarrollo de las ciudades inteligentes (Smart Cities)

9.1.1

9.1.2

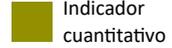
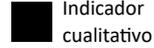
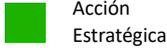
Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

3.8

ODS



# Agenda Urbana Loja



## 4.- Convertir el deseo de participación social-empresarial-institucional en un proceso inteligente de apuesta por proyectos globales evolución de Loja

### 4.1.- Promover un pacto social por el reconocimiento de la identidad del territorio y su patrimonio inmaterial

La implicación de la ciudadanía en las acciones participadas manifiesta su grado de madurez además de suponer una garantía de la proyección de futuro de las mismas. Loja, salvo por rasgos muy particulares (Carnaval, Semana Santa...), adolece de un sentimiento de orgullo respecto a la identidad territorial que se manifiesta en la vida de la comunidad, en su territorio, historia y patrimonio. Su conservación y puesta en valor contribuye a restaurar la identidad colectiva, a construir un entramado social compacto y a generar vínculos con el pasado, el presente y el futuro.

A) Campaña de sensibilización de pertenencia a Loja y aprecio y reconocimiento de su patrimonio.

B) Plan integral de comunicación que desarrolle los conceptos de sensibilidad medioambiental, movilidad sostenible, identidad, apoyo al comercio local, etc.

#### AUE 1. Ordenar el territorio y hacer uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo

OE 1.1 Ordenar el suelo de manera compatible con su entorno territorial

1.1.1

1.1.2

OE 1.2 Conservar y mejorar el patrimonio natural y cultural y proteger el paisaje

1.2.1

1.2.2

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1

7.1.2

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

1.2

**Concejalías implicadas** Agenda Urbana, Presidencia, Next Generation, Fondos Europeos, Empleo e Igualdad

**Previsión presupuesto** 300.000,00 €

**ODS**



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE**  
Objetivo Específico

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

## 4.- Convertir el deseo de participación social-empresarial-institucional en un proceso inteligente de apuesta por proyectos globales evolución de Loja

### 4.2.- Plan global de acciones transversales de apoyo a la inclusión social, la igualdad de oportunidades y género, y la regeneración de la economía urbana

Una sociedad coherente y avanzada trabaja por alcanzar la igualdad real de sus ciudadanos proporcionando el apoyo técnico a las personas que lo necesitan para conseguir su inclusión social y laboral facilitando la cobertura de sus necesidades básicas materiales e intelectuales, así como su participación en la comunidad. Para ello se trabajará en tres ejes fundamentales.

A) Inclusión social: Asesoramiento en los ámbitos social, laboral, económico y de vivienda, acompañamiento durante los procesos de asesoramiento. Impulso a un programa global de protección a la infancia, familias e individuos en riesgo de exclusión; dependientes y personas mayores así como desarrollo de proyectos juveniles basados en los valores democráticos, medioambientales, de voluntariado y emprendimiento.

B) Que la igualdad formal alcance la igualdad real está directamente ligado a la adopción de políticas públicas de Igualdad de Oportunidades a todos los niveles administrativos y sociales promoviendo la participación activa y equilibrada de todas las personas en todos los ámbitos de la vida pública y privada independientemente de su sexo. Para ello se adoptará un plan paliativo del desempleo femenino que procure la estabilidad laboral y la conciliación, que se alineará con los planes de fomento del empleo autónomo previstos en esta AU.

C) Estímulo a la generación de empleo estable a través de la implantación de un aula-taller homologable que permita la impartición de formación de oficios y atención sociosanitaria.

#### AUE 6. Fomentar la cohesión social y buscar la equidad

OE 6.1 Reducir el riesgo de pobreza y exclusión social en entornos urbanos desfavorecidos

6.1.1.

6.1.2

OE 6.2 Buscar la igualdad de oportunidades desde una perspectiva de género, edad y discapacidad

6.2.2

6.2.3

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1

7.1.2

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

8.22

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE Objetivo Específico**

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

## 4.- Convertir el deseo de participación social-empresarial-institucional en un proceso inteligente de apuesta por proyectos globales evolución de Loja

### 4.3.- Promover medidas de conciliación de la vida familiar

La sociedad contemporánea vive sometida a constantes fricciones y tensiones debido a las dificultades para conciliar la vida laboral, aun sujeta en gran medida a una presencialidad irrenunciable durante largas horas de producción, con la vida familiar o personal. Que la administración instaure políticas municipales orientadas a la conciliación de los ámbitos laboral y privado es vital tanto para mejorar la calidad de vida del ciudadano como para captar nueva población y fijarla al territorio.

A) Rediseño y mejora de las rutas de transporte escolar unido al establecimiento de corredores seguros para acceder a los centros docentes (medida 6.C).

B) Dotación de comedores a los centros escolares.

C) Ampliación en plazas y carta de servicios el Centro Social para personas con capacidades especiales de manera que se dé una atención prolongada en el tiempo y cuyo último eslabón sea la consecución de un trabajo estable generado por un Centro Especial de Empleo que les permita ser autónomos (7.C).

#### AUE 5. Favorecer la proximidad y la movilidad sostenible

OE 5.2 Potenciar modos de transporte sostenibles

5.2.1

5.2.3

#### AUE 6. Fomentar la cohesión social y buscar la equidad

OE 6.2 Buscar la igualdad de oportunidades desde una perspectiva de género, edad y discapacidad

6.2.1

6.2.3

**Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:**

8.22

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE Objetivo Específico**

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

## 4.- Convertir el deseo de participación social-empresarial-institucional en un proceso inteligente de apuesta por proyectos globales evolución de Loja

### 4.4.- Medidas de apoyo para la fijación al territorio de la población, con especial atención a los jóvenes

Los estudios previos del presente documento muestran las profundas brechas sociales nada desdeñables entre grupos importantes: jóvenes y población femenina (formación y desempleo). Una vez reconocida esa realidad, apremia abordarla desde una mirada valiente y propositiva para construir un nuevo modelo capaz de conjugar sendos ámbitos de manera transversal.

A) Apuesta por la formación como bolsa de empleo cualificada.

A.1) Ampliación de la carta de ciclos formativos reglados de manera que por una parte se evita la diáspora de estudiantes a otras localidades y, por otra, genera trabajadores cualificados que pueden desarrollar su actividad profesional en su territorio.

A.2) Extensión del Conservatorio Elemental a Conservatorio Profesional. Tradicionalmente Loja ha sido un vivero de grupos musicales de diferentes estilos, la demanda de plazas del centro educativo es altísima y el número de plazas de insuficiente; gran parte del alumnado continúa la formación musical profesional, pero han de desplazarse a un radio superior a los 50 km y para muchos de los estudiantes es inviable.

A.3) Promoción de Loja como sede de la UNED de manera que sea un vivero de formación continua a nivel local y comarcal.

B) Incentivar el tejido asociativo juvenil de manera que se recojan y desarrollen sus inquietudes y necesidades (emprendimiento, ocio alternativo, formación, soft skills...) y a su vez sean mecanismo de interlocución con la ciudadanía, la administración y los centros educativos.

C) Implantación de un Plan Estratégico del Área de Desarrollo Local de manera que queden definidos objetivos, inversiones, estrategias, procesos así como canales de comunicación y se erija como ente proactivo de promoción directa además de captador de subvenciones. Motor fundamental de dicho plan será la creación de un proyecto generador de empleo estable a través de la implantación de un aula-taller homologable con una doble vocación: formación de oficios y atención sociosanitaria que permita contribuir a minimizar la brecha social de género (vinculación con la acción 25.C).

D) Implementar un Plan Director de ayuda para el acceso a la vivienda vertebrado sobre los siguientes ejes:

D.1) Líneas de colaboración público-privadas que faciliten el acceso en régimen de alquiler a jóvenes tanto en régimen libre como en VPO.

D.2) Flexibilización amparada por el ayuntamiento de los umbrales de rentas mínimas para poder acceder a la vivienda protegida.

<b>AUE 2. Evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente</b>		
OE 2.1 Definir un modelo urbano que fomente la compacidad, el equilibrio urbano y la dotación de servicios básicos	2.1.1	2.1.2
<b>AUE 6. Fomentar la cohesión social y buscar la equidad</b>		
OE 6.2 Buscar la igualdad de oportunidades desde una perspectiva de género, edad y discapacidad	6.2.1	6.2.3
<b>AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana</b>		
OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica	7.1.1	7.1.2
<b>AUE 8. Garantizar el acceso a la Vivienda</b>		
OE 8.1 Fomentar la existencia de un parque de vivienda adecuado a precio asequible	8.1.1	8.1.3

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU: 1.2

ODS



## Agenda Urbana Loja



 Reto

 Acción Estratégica

 Objetivo AUE  
Objetivo Específico

 Indicador cualitativo

 Indicador cuantitativo

### 4.- Convertir el deseo de participación social-empresarial-institucional en un proceso inteligente de apuesta por proyectos globales evolución de Loja

### 4.5.- Plan de fomento, promoción y difusión de Loja como capital del Poniente de Granada

Loja es la capital del Poniente de Granada y desde esta posición debe promover un programa de potenciación de esta posición desde diferentes perspectivas, constituyendo foco y motor para el resto de municipios de la comarca:

- A) Impulso al Pacto por la Cultura reconociendo los mecanismos para su protección garantizando el acceso a la misma por parte de todos los ciudadanos a través de programaciones que equilibren tradición e innovación. El catálogo cultural está integrado por su patrimonio histórico-monumental, natural como por el conocimiento popular secular. Este pacto tendrá como fin último conseguir la capitalidad cultural del Poniente incluyendo la denominación "Loja" en los eventos a desarrollar.
- B) Ampliación de la carta de servicios administrativos, así como promoción de la capitalidad comarcal administrativa.
- C) Impulso al Hospital Comarcal como centro sanitario de referencia en un abanico más amplio que el actual.
- D) Diseño e implantación de un plan director del servicio de bomberos con la adecuada dotación material y humana del Parque de Bomberos de manera que Loja se conforme como referente en formación a los cuerpos de bomberos en el marco regional.

#### AUE 1. Ordenar el territorio y hacer uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo

OE 1.2 Conservar y mejorar el patrimonio natural y cultural y proteger el paisaje

1.2.1

1.2.3

#### AUE 2. Evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente

OE 2.1 Definir un modelo urbano que fomente la compacidad, el equilibrio urbano y la dotación de servicios básicos

2.1.1

2.1.3

OE 2.3 Garantizar la calidad y la accesibilidad de los espacios públicos

2.3.1

2.3.2

#### AUE 3. Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia

OE 3.3 Mejorar la resiliencia frente al cambio climático

3.3.1

3.3.2

#### AUE 7. Impulsar y favorecer la economía Urbana

OE 7.1 Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica

7.1.1

7.2.2

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

5.14

ODS



# Agenda Urbana Loja



**Reto**

**Acción Estratégica**

**Objetivo AUE**  
Objetivo Específico

**Indicador cualitativo**

**Indicador cuantitativo**

## 4.- Convertir el deseo de participación social-empresarial-institucional en un proceso inteligente de apuesta por proyectos globales evolución de Loja

### 4.6.- La Agenda Urbana de Loja como pacto social y de potenciación de la participación ciudadana en el diseño de las estrategias de futuro del municipio

Libertad, solidaridad, participación, diversidad e igualdad son los principios que rigen una sociedad avanzada capaz de asumir los retos que plantea un momento histórico como el que atravesamos. En ello juega un papel fundamental la formación, la información y el compromiso con los valores democráticos no solo en el ámbito docente, sino también desde la familia y siempre en el más amplio de los sentidos. Así, se propone que sea la ciudadanía quien asuma un papel central en las siguientes acciones:

- A) Implantación económica del Pacto por Loja con una doble vocación: Diseñar el Consejo Económico para el Desarrollo, así como reconocer públicamente las iniciativas ciudadanas como herramienta de estímulo a la participación.
- B) Generación de una estrategia multicanal para dar a conocer el alcance y potencial de la Agenda Urbana que impulse la participación ciudadana.
- C) Creación y difusión de la campaña "Yo Participo" de manera que sea el germen de un acuerdo social compacto entorno a la Agenda Urbana y su implementación.
- D) Creación de una agenda única para eventos culturales, deportivos y de ocio de manera que no haya competencia entre ellos y facilitando la asistencia a los interesados.

#### AUE 10. Mejorar los instrumentos de intervención y la gobernanza

OE 10.2 Asegurar la participación ciudadana, la transparencia y favorecer la gobernanza multinivel

OE 10.4 Diseñar y poner en marcha campañas de formación y sensibilización en materia urbana así como de intercambio y difusión de la información

10.2.1 + 10.2.2	
10.4.1	10.4.2

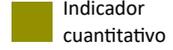
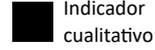
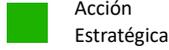
Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

1

ODS



# Agenda Urbana Loja



## 4.- Convertir el deseo de participación social-empresarial-institucional en un proceso inteligente de apuesta por proyectos globales evolución de Loja

### 4.7.- Plan de Smart City de la ciudad de Loja

Loja tiene como objetivo desarrollarse como ciudad sostenible en tres ejes fundamentales: económico, medioambiental y social. Para ello es imprescindible avanzar en el campo de las TIC de manera que se pueda proporcionar la red de infraestructuras responsables de garantizar la mejora de la calidad de vida de sus ciudadanos, así como una participación activa de los mismos, la optimización de recursos y un desarrollo sostenible.

A) Incorporación TIC en los ámbitos administrativo, turístico y deportivo como principio fundamental de las Smart Cities.

B) Compromiso transversal de la administración local junto con empresas y ciudadanía para formar a la población en TIC impulsando su empleo de manera que signifique una evolución real hacia el modelo Smart.

#### AUE 9. Liderar y fomentar la innovación digital

OE 9.1 Favorecer la sociedad del conocimiento y avanzar hacia el desarrollo de las ciudades inteligentes (Smart Cities)

9.1.1

9.1.2

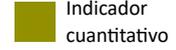
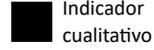
Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

1-3-4-5

ODS



# Agenda Urbana Loja



## 4.- Convertir el deseo de participación social-empresarial-institucional en un proceso inteligente de apuesta por proyectos globales evolución de Loja

### 4.8.- Plan de acción para transformar a la ciudadanía en actor central de la gestión de recursos

La ciudadanía lojeña tiene la posibilidad de ser partícipe insustituible en los procesos de planificación y programación de los recursos integrándose en las siguientes líneas de acción:

- A) Centro de interpretación del Agua -revitalización, plan de actividades, vincula "Loja Fluye" y a las acciones 14.A, 21.A y 31.B como nodo físico de promoción de la economía circular-. Darle un carácter funcional más que turístico.
- B) Campaña de comunicación para el uso eficiente del agua.
- C) Campaña de comunicación para el uso eficiente del parques y zonas verdes.

#### AUE 4. Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular

OE 4.1 Ser más eficientes energéticamente y ahorrar energía

OE 4.2 Optimizar y reducir el consumo de agua

4.1.1	4.1.2
4.2.1	4.2.2

Plan Recuperación, Transformación y Resiliencia. Next Generation EU:

1

ODS

