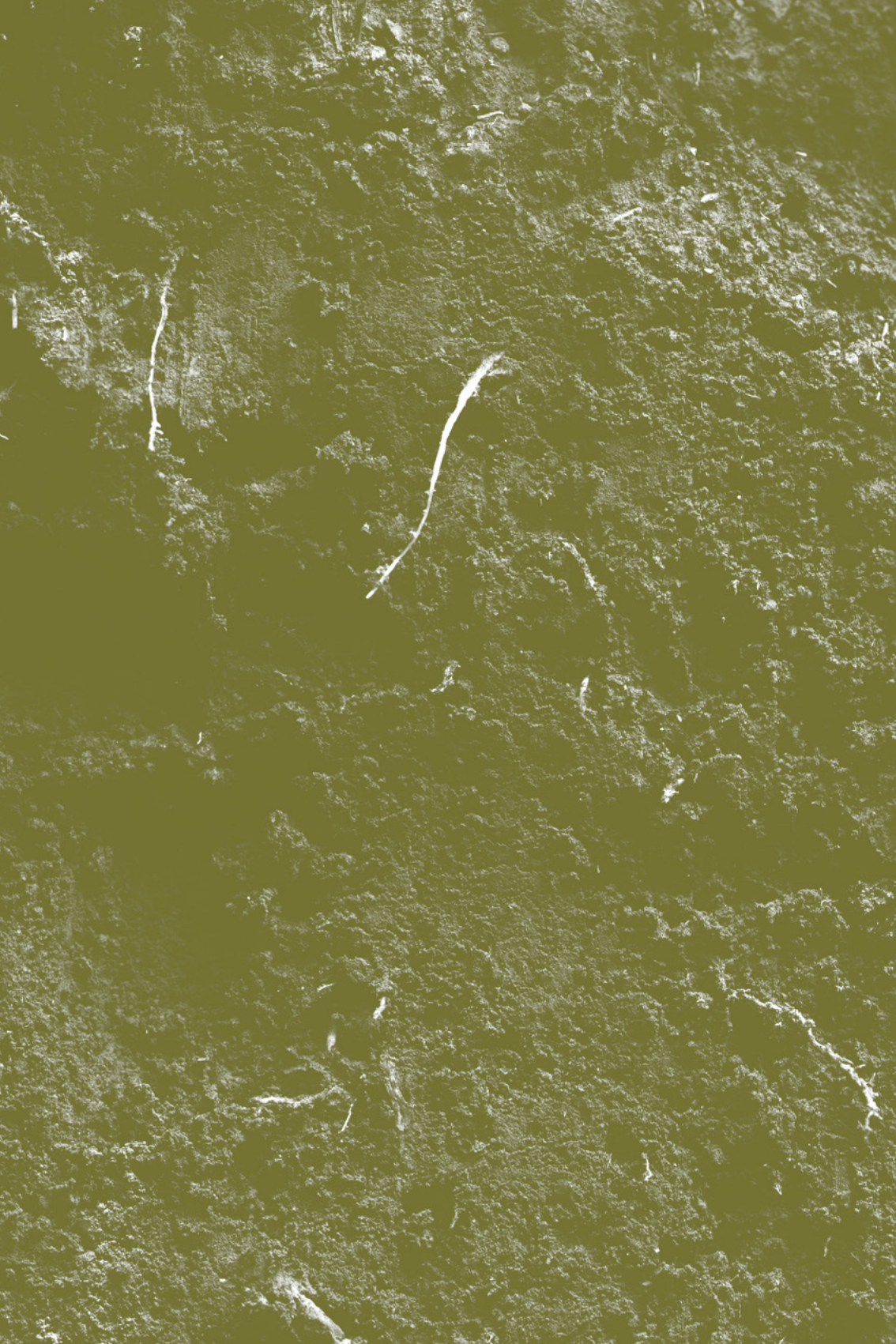




Turismo de calidad y sostenible: un modelo de pueblo en su lucha contra la despoblación en base a sus costumbres y su historia

Natividad Araque Hontangas¹

Introducción

Para situarnos en el contexto objeto de estudio, hay que señalar que Las Valeras es un municipio español de la provincia de Cuenca, en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. Compuesto por las localidades de Valera de Abajo y Valeria, que tenía una población de 1528 habitantes en 2025 (INE, 2025). Se tienen noticias de que este pueblo fue conquistado por Tiberio Sempronio Graco alrededor del año 179 a.C, aunque su fundador fue Valerio Flaco, pretor de la Celtibérica. Romanos, visigodos, musulmanes ocuparon esta localidad, hasta que fue reconquistada por el rey Alfonso VIII en 1217. En marzo de 1959 el pueblo de Valera de Arriba pasó a denominarse Valeria y después se unificaría con Valera de Abajo, en 1971, formando un solo municipio (Ayuntamiento de Las Valeras 2024).

La elección de este pueblo se ha debido a las estrategias innovadoras que impulsan en materia turística, para poner en valor su patrimonio cultural y evitar la despoblación. De esta manera, han conseguido resistir y eliminar las tendencias migratorias de los jóvenes a las ciudades. En este aspecto, partimos de que en España el 61 por ciento de los

¹ Departamento de Historia e Instituciones Económicas. Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca (UCLM), España. Correo: natividad.Araque@uclm.es

Figura 1. Localización del pueblo de Las Valeras en España



Fuente: <https://www.freecountrymaps.com/mapa/ubicacion/espana/571125943-es-fs8.png>

municipios totales tiene menos de 1001 habitantes y de que la población rural está más envejecida que el resto de la población española, debido a que la movilidad hacia zonas urbanas se produce en los segmentos de edad más jóvenes.

Por desgracia, la despoblación es un fenómeno inexorable en gran parte de los pequeños municipios españoles debido a la migración de sus habitantes, con la perspectiva de encontrar trabajo y mejor cualificación profesional. El artículo de David Rodríguez González (2024) relativo a la importancia del patrimonio cultural en el turismo, ha facilitado información trascendental para comprender la importancia que tienen las visitas culturales y las actividades deportivas al aire libre en el incremento del número de visitantes en cualquier localidad. Evidentemente, la ciudad romana de Valeria es por sí misma un potencial tu-

rístico del que se beneficia el municipio, con la realización de múltiples actividades que se irán comentado en otros apartados.

El objetivo basado en el análisis de la oferta está enlazado con el uso de herramientas digitales que sirven para promocionar su patrimonio cultural tangible e intangible a través de la adopción de herramientas digitales en busca de un turismo de calidad y sostenible, más allá del ámbito regional y nacional, de manera global. Evidentemente, las plataformas en línea pueden comprometer la exclusividad de la marca, pero han sabido adaptarse al reto de equilibrar la accesibilidad con la marca que promocionan (Andersen y Hansen, 2011). Sin embargo, la rápida digitalización de los estilos de vida de los consumidores, acelerada por las generaciones Z y Millennials, con amplios conocimientos tecnológicos, obliga a los promotores turísticos a utilizar estrategias atractivas para los consumidores nativos digitales, incluyendo el marketing de *influencers*, la realidad aumentada y las experiencias *online* integradas (Copeland y Lyu, 2020; Dobre *et al.*, 2021; Cao, 2023). La promoción turística de pueblos ha encontrado un campo importante en la utilización de experiencias virtuales, mediante la realidad aumentada (RA), entornos virtuales o avatares digitales, que se han convertido en una solución eficaz para conectar con estos nuevos consumidores, a la vez que aborda las preocupaciones de sostenibilidad en el sector (Augurio *et al.*, 2024; Mishra *et al.*, 2024).

De manera similar, los tokens no fungibles (NFT) han facilitado aún más la propiedad digital de activos turísticos, integrando autenticidad en los bienes virtuales (Fortagne y Lis, 2024). Se comenzó a utilizar contenido digital para llegar directamente a los consumidores “turistas”. La utilización de la web con imágenes y vídeos diseñados para que los futuros visitantes puedan tener una idea lo más real posible de lo que verán, fundamentalmente, todo este despliegue se utiliza para promocionar la ciudad romana de Valeria, las fiestas y los deportes que se desarrollan en el término municipal de Las Valeras y, por supuesto, también su gastronomía.

Metodología

Este estudio adopta un diseño cualitativo de estudio de caso único para investigar en profundidad las estrategias de innovación en materia de turismo y sostenibilidad en el pueblo de Las Valeras (Cuenca). El enfoque cualitativo del estudio de caso es especialmente adecuado porque permite una exploración en profundidad de las medidas adoptadas por el ayuntamiento de este pueblo para mejorar su economía y evitar la despoblación, respetando el medioambiente. El caso de Las Valeras es muy relevante dentro de la provincia de Cuenca, debido al impulso de acciones estratégicas turísticas para evitar la despoblación.

Esta elección metodológica permite un examen exhaustivo de las decisiones estratégicas matizadas y de los factores contextuales que serían difíciles de captar utilizando únicamente métodos cuantitativos. La recopilación de datos primarios se realizó en el Ayuntamiento de Las Valeras y en su Oficina de Turismo, para recoger información sobre la población y la evolución del número de visitantes. Las entrevistas con el alcalde de la localidad han sido vitales para aclarar algunos aspectos que las fuentes primarias no permitían averiguar. En la entrevista se utilizaron preguntas semiestructuradas, siendo un factor importante la flexibilidad para explorar temas como la sostenibilidad, la promoción del patrimonio tangible e intangible, lo que aportaban las fiestas, la arqueología, la gastronomía, empleando una codificación abierta para identificar y categorizar los temas y conocimientos clave (Price y Smith, 2021). Para mejorar la credibilidad y la fiabilidad de los resultados, los datos de las entrevistas se triangularon sistemáticamente con fuentes secundarias.

Los datos secundarios se obtuvieron, fundamentalmente, del Instituto Nacional de Estadística y la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, obteniendo información cuantitativa sobre la evolución del número de habitantes y de turistas. Estos datos secundarios incluyen cuadros estadísticos, con objeto de validar y contextualizar las conclusiones de la entrevista realizada al alcalde.

El análisis se estructura en varios apartados: Marcos teóricos sobre el turismo rural y sostenible; Estrategias para un turismo sostenible y de calidad en Las Valeras; Turismo sostenible y de calidad en su proyección demográfica y turística y, por último, conclusiones. Especial importancia tienen las diversas estrategias empleadas por los ayuntamientos para promocionar el turismo e impulsar la sostenibilidad de estas localidades. Los eventos clave, las decisiones estratégicas y los resultados identificativos de la narrativa se relacionan explícitamente con los marcos teóricos para explorar e interpretar exhaustivamente sus implicaciones. Este enfoque analítico respaldó el objetivo principal del estudio, donde los conocimientos teóricos generados aportan implicaciones para comprender la innovación en la promoción de un turismo sostenible.

Marcos teóricos sobre el turismo rural y sostenible

El pueblo de Las Valeras ha apostado por el desarrollo turismo sostenible, con objeto de que esta actividad pueda perdurar en el tiempo, junto con el patrimonio cultural del pueblo, de manera que lo puedan seguir disfrutando las próximas generaciones. Esta alternativa al turismo convencional es muy necesaria para paliar los efectos negativos del turismo (Portal Pueblos, n.d.). El clásico turismo de sol y playa en España ha cambiado; los turistas demandan cada vez más experiencias de inmersión, en las que la cultura de las localidades visitadas adquiere protagonismo.

Para hablar de turismo sostenible, es importante tener en cuenta las aportaciones de dos importantes instituciones: la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Federación EUROPARC y su Carta Europea de Turismo Sostenible (CEFAPIT, 2025 y OMT, n.d.). La Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) es una iniciativa de la Federación EUROPARC que tiene como objetivo promover el desarrollo sostenible del turismo en los espacios naturales europeos protegidos.

Una buena estrategia de turismo sostenible es la que consigue (Vilches *et al.*, 2023):

- Planificar proyectos para conservar los recursos naturales.
- Preservar la identidad cultural.
- Generar beneficio económico en la región en la que se desarrolla, crear puestos de empleo directos e indirectos, promover el mantenimiento de atractivos turísticos naturales y de las infraestructuras y estimular la rentabilidad de las PYMES locales.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por la ONU han tenido mucho peso en la definición de prácticas éticas para el turismo sostenible. Aun cuando sigue siendo voluntaria su integración, muchos destinos turísticos en España optan cada vez más por este tipo de turismo, como es el caso de Las Valeras, priorizando la preservación de la identidad cultural, el mantenimiento de atractivos turísticos naturales y la creación de puestos de empleo directos e indirecto

El turismo sostenible en España, tan marcado por las restricciones de la pandemia, ha tenido que renovarse y usar el ingenio para poder seguir desarrollándose. Los nuevos turistas se decantan cada vez más por alejarse de las multitudes. El turismo en 2021 estuvo muy marcado por el turismo responsable, la posibilidad de teletrabajo y la relación de la desconexión con la salud mental. Esto ha dado lugar a nuevos tipos de turismo (Gómez, 2024):

- Turismo consciente o *slow travel*: consiste en tener en cuenta la repercusión de la estancia del turista en el lugar, para hacerla lo más positiva posible.
- Los nómadas digitales: la conexión a Internet es la protagonista, para desarrollar también que el turista pueda tener una jornada laboral durante su estancia.
- Turismo de bienestar: el autocuidado y priorizar la salud mental son el motor de este estilo de viaje, con experiencias de tipo retiro.

El Ayuntamiento de Las Valeras persigue la puesta en práctica de un nuevo modelo turístico en base a criterios sostenibles alineados con los objetivos de la Agenda 2030. En este sentido, el turista rural está vinculado con los viajes a pueblos o villas, con la finalidad de conocer su estilo de vida, cultura y, sobre todo, para desconectar de la ajetreada vida urbana. Este tipo de turismo es tradicionalmente más respetuoso con el medioambiente por naturaleza, ya que su finalidad es buscar tranquilidad y disfrutar de un paisaje natural (Ministerio de Industria y Turismo, n.d.).

Varios son los estudios sobre despoblación en el mundo rural y, entre ellos, tenemos el de Alfonso Díez Rubio y Alfredo Peña Castaño (2020:111-119). En este estudio no sólo se aborda la importancia del turismo como dinamizador en el medio rural, sino también de la digitalización como un factor importante en la promoción del turismo en las pequeñas localidades y, por consiguiente, del emprendimiento. Otra publicación que contempla este fenómeno de turismo rural y digitalización es la de Miguel Ángel Echarte Fernández (2022: 137-156), que aborda el turismo rural y la digitalización como componentes importantes frente a la despoblación.

En las Valeras son conscientes de que impulsar un verdadero desarrollo rural supone realizar inversiones transformadoras en estos territorios para favorecer la movilidad y para lograr su plena conexión con el mundo global. Según Daniel Pérez, alcalde de dicha localidad, están apostando por la educación, la formación y la investigación de acuerdo con los nuevos retos. Además, consideran importante impulsar una clase emprendedora local sin excluir al capital exterior, lo cual supone conectar de manera sostenible los ámbitos urbano y rural, para lograr una mayor cooperación interterritorial. Todo ello para fomentar una plena conectividad territorial, con una adecuada cobertura de internet de banda ancha y de telefonía móvil en todo el territorio, a efecto de garantizar la comunicación y favorecer la creación de empresas de venta por Internet. Las Valeras sigue la política de proporcionar servicios

básicos a toda la población, mejorando la infraestructura básica de educación, transporte, servicios de agua potable, saneamiento, sanidad, ayuda a mayores y discapacitados, además de potenciar las oportunidades de empleo para sus habitantes (Pérez Osma, 2025).

Estrategias para un turismo sostenible y de calidad en Las Valeras

De la entrevista mantenida con el alcalde de la localidad y las guías publicadas por el Ayuntamiento, se desprende que el turismo se ha convertido en un motor de desarrollo sostenible, impulsando acciones para preservar y promover sus valores, cultura y tradiciones locales. Sin duda, la entrevista reforzada con documentación que aportó el alcalde para justificar sus palabras ha sido fundamental para la realización de este trabajo, porque era la única vía de conocer todas las actuaciones realizadas en el pueblo y que han reportado mejoras en cuanto a la conservación del patrimonio, el medioambiente, la gastronomía, la artesanía local y el empleo local, entre otras. Entre las estrategias adoptadas para fomentar el turismo en Las Valeras se encuentran:

1. Preservar y promover la cultura y el patrimonio local a través del compromiso con su patrimonio cultural tangible e intangible.

- *Protección de monumentos históricos*

Los monumentos históricos de Las Valeras han sido restaurados para aportar un mayor atractivo para el turismo: el Convento de los Carmelitas, con la talla del Cristo Yacente, la Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción y la Ermita del Santo Niño. En Valeria se puede admirar la iglesia de la Sey, una iglesia de tres naves erigida sobre un antiguo santuario prerromano al dios Airón (divinidad indígena especialmente venerada en Celtiberia), en cuyas paredes se pueden ver columnas y estelas funerarias romanas, piezas visigodas y su cubierta mudéjar. La iglesia de la Sey fue sede episcopal en época visigoda. Se encuentra en la plaza mayor de Valeria. En su museo se exponen

restos romanos, pintura barroca y renacentista y un importante conjunto de reliquias del siglo XVI (Ayuntamiento de Las Valeras, 2024).

El yacimiento arqueológico de Valeria es una joya con estructura urbanística hispano-romana. Estaba bien comunicada con las ciudades romanas de Ercávica y Segóbriga a través de la vía Complutum hasta Cartago Nova. El elemento más destacable es el Ninfeo, una fuente monumental con dependencias, talleres y tiendas construidas a uno de sus costados. También destacan otros monumentos como el foro, la basílica, las termas, los acueductos excavados o adaptados en la roca, el edificio de Exedra (aula de culto imperial) y el cripto-pórtico. Al sur existe una gran escalera monumental de acceso a la plaza y una serie de tabernas (tiendas). Toda la ciudad romana se encontraba delimitada por calles. También hay casas como la del Hoyo y la Colgada, antecedente de las viviendas medievales de Cuenca. De época medieval se conservan la muralla, la ermita de Santa Catalina y su necrópolis (Portal de Cultura de Castilla La Mancha, n.d.).

En Valeria se han creado espacios expositivos y se trabaja en un inventario arqueológico. Además, se realizan diversas actividades enfocadas al turismo: jornadas romanas, ciclos de conferencias, conciertos, exposiciones, concursos fotográficos, talleres diversos, proyección de películas sobre la Antigua Roma, representaciones teatrales de la época, recreación de un mercado, recreación de un campamento militar romano, cocina y degustación de platos típicos romanos, procesiones con bacantes o doncellas romanas, lectura de textos latinos, visita guiada al yacimiento de Valeria y a la Iglesia de la Virgen de la Sey.

El yacimiento arqueológico de Valeria recibe miles y miles de visitantes al año, en especial durante las Jornadas Romanas «A Valeria Condita», que han sido declaradas de interés turístico regional. También durante «Las Noches Mágicas de Valeria», cuando se recibe a gran cantidad de visitantes locales, provinciales, nacionales y, en menor medida, extranjeros. La entrada al yacimiento cuesta entre 2

y 4 euros, aunque hay tarifas reducidas para estudiantes, jubilados y grupos (Portal de Cultura de Castilla La Mancha, 2025). Asimismo, hay que mencionar el Centro de Interpretación y las visitas guiadas que han contribuido a incrementar el flujo turístico.

Especialmente interesante como un complemento más de las visitas, guiadas o no, a Valeria es la utilización de gafas virtuales. Se trata de una inmersión en la ciudad romana de hace dos mil años. La visión en tres dimensiones de todos los monumentos y de las calles acerca a las personas a una realidad virtual que les ayuda a valorar más cada una de las piezas que componen la ciudad romana de Valeria.

- *Promoción de artesanías locales*

La actividad artesana más importante en Valera de Abajo es la artesanía maderera. En este sentido, hay que mencionar el Museo de la Madera de Valera de Abajo, digno de visitar por sus excelentes piezas de madera que se exponen en su interior (Junta de Comunidades de Castilla La Mancha (a), n.d.).

Prácticas culturales que son únicas en su región, como son sus fiestas de moros y cristianos, la fiesta del Niño, las fiestas dedicadas a su patrona, la Virgen del Rosario, Semana Santa, Los Mayos, etc. Además, la gastronomía típica de las Valeras es otro atractivo para el turista, formando parte de las actividades que se realizan en Valeria, con sus visitas cenas y gran variedad de conciertos, a lo que se denomina Noches Mágicas de Valeria, junto al resto de las actividades de las que se habló en apartados anteriores (Ayuntamiento de Las Valeras, 2024).

2. Fomentar el desarrollo económico sostenible

Este pueblo está consciente de que el turismo es una fuente significativa de ingresos debido a que:

Fomenta el empleo local a través de la creación de empresas sostenibles que benefician a toda la comunidad. El aumento del turismo

ha dado lugar a la creación de casas rurales, restaurantes y cafeterías que han creado puestos de trabajo, potenciando la economía de Las Valeras y disminuyendo la despoblación. En este sentido, el Ayuntamiento de Las Valeras ofrece incentivos fiscales para atraer empresas turísticas. Además, se promueve la instalación de negocios vinculados al turismo rural y cultural, junto a la instalación de negocios vinculados al turismo rural y cultural (CEOE-CEPYME Cuenca, 2021).

Persigue la implementación de prácticas turísticas que reducen el impacto medioambiental y promueven la conservación de los recursos naturales, la existencia de brigadas de vecinos concienciados con la limpieza del entorno medioambiental.

3. Ofrecer experiencias auténticas y de calidad

Experiencias enriquecedoras que les conecten con la cultura y la vida local, que incluye la visita guiada a la antigua ciudad romana de Valería, participando en actividades musicales y gastronómicas, y la fuerte tradición carpintera de la zona, transmitida de generación en generación y origen de muchas empresas familiares. Los turistas pueden visitar las empresas madereras y ver el proceso de elaboración de puertas y ventanas. Participación en actividades tradicionales, como son las fiestas de Moros y Cristianos en honor al Santo Niño, que se celebran el tercer fin de semana de enero y son de interés turístico. La fiesta conmemora la reconquista cristiana de estas tierras conquenses (Pérez Osma, 2025).

Las jornadas romanas son organizadas por el Ayuntamiento, la asociación cultural La Gruda, la asociación de vecinos y la colaboración de la Diputación provincial de Cuenca. Cada año, se dedican a un emperador romano distinto (Adriano, Trajano, etc.). Durante la semana que duran estas jornadas y, en especial, el fin de semana, el pueblo se transforma y retrocede en el tiempo para adentrarse en la Hispania Romana. Sus gentes, tanto como los turistas, se visten para la ocasión con trajes romanos, peinados típicos de la época, abalorios y el ejército con sus caballos. De tal manera que se puede pasear

por las calles de Valeria, comprar en sus tabernas, saborear comidas y bebidas romanas, observar las luchas entre gladiadores y ver sus representaciones teatrales, entre otras actividades lúdicas.

Los turistas son agasajados con postres típicos de Valera de Abajo, como las rosquillas de sartén, los borrachos, los panecillos rellenos y tarta de queso con una elaboración especial (Tirado, 2021). El plato típico de Valera de Abajo es la fideuá gigante, que se prepara con mariscos, tomate y fideos y que se comparte entre todos los asistentes (Junta de Castilla La Mancha (b), n.d.).

En definitiva, se realizan estrategias para atraer a visitantes y mejorar la experiencia turística con componentes de autenticidad y sostenibilidad. Las nuevas estrategias turísticas se han visto fortalecidas por la promoción *online* y los datos sobre el número de turistas ha aumentado notablemente, desde casi los doscientos visitantes en julio de 2019 a ningún visitante a finales de 2019 debido a la pandemia del Covid-19, se ha llegado a aproximadamente a los 2600 visitantes en 2024. La mayoría se han alojado en las 13 casas rurales que hay en Las Valeras, cuyas habitaciones oscilan entre los 80 y 89 euros la noche en temporada alta, mientras que el alojamiento en la casa rural tiene un coste desde entre 90 y 180 euros en la Casa Riansares, dependiendo de las personas que lo alquilen (de 5 a 10 personas), a 28 euros la noche por persona (Córdoba, 2025 y Clubrural, n.d.).

La lucha contra la despoblación es contemplada por el pueblo de Las Valeras en base al desarrollo rural desde una perspectiva endógena, la generación de economías de escala en el ámbito rural, la innovación como motor de transformación. Especialmente importante se considera el emprendimiento con énfasis en jóvenes y mujeres, favoreciendo la creación de empresas de venta por Internet. La utilización de las nuevas tecnologías como oportunidad y vector de cambio, con una adecuada cobertura de Internet de banda ancha y de telefonía móvil en todo el territorio. El mantenimiento de la igualdad de derechos y el acceso a los servicios públicos, así como

la cooperación público-privada. Asimismo, es importante la buena conectividad física a través de buenas infraestructuras de transporte, más la mejora de los servicios públicos de transporte. Las cifras demográficas son alentadoras, la población ha pasado de los 1516 habitantes en 2018 a 1694 en 2024 (Pérez Osma, 2025; Europa Press, n.d.).

4. Actividades sostenibles en la naturaleza

La demanda de este requisito ha ido en aumento en los últimos años. Suele ir ligado al turismo rural. Busca que puedan llevarse a cabo diversas actividades en el entorno donde se hospedan los turistas. Podemos destacar el senderismo y los deportes acuáticos en ríos y playas como barranquismo, escalada, etc.

La fusión de las actividades en la naturaleza, junto a los viajes, han dado lugar a otros tipos de turismo, entre los que podemos destacar (Pérez Osma, 2025):

- El agroturismo: muy en auge en regiones diversas de España. La visita a las zonas rurales y a la actividad de sus ciudadanos dedicados a la agricultura y la ganadería. Su vegetación la conforman algunos pinos, romero, tomillo y espliego. Las tierras de cultivo se dedican a producir cebada, trigo, avena, centeno, almortas, pocas legumbres, azafrán y girasoles, para la producción de aceite. En este pueblo se cría ganado lanar y cabrío (Campón y Hernández, n.d.).
- El enoturismo: disfrutar de diferentes cepas de vino que se venden en bares, cafeterías y, principalmente, en la Bodega de El Lagar de Isilla en Valera de Abajo, que se dedica a la producción y venta de vinos y licores (Enoturismo, 2025).
- Turismo de aventuras: el paisaje de Las Valeras es impresionante por su belleza, la hoz del río Gritos, con gran cantidad de chopos y álamos es especialmente atractiva para el turismo en otoño. Entre los términos de Hontecillas y Valera de Abajo se encuentra la Cueva de la Judía, que es la mayor cueva de la provincia de Cuenca. Los montes y las llanuras propician la realización de actividades como el

senderismo, ciclismo, escalada, barranquismo, rafting, piragüismo y las rutas a caballo. Estos deportes de naturaleza incrementan la llegada de turistas, durante todo el año, amantes de la aventura y de ese tipo de deportes (Quiñones et al., 2019).

- Turismo salvaje: suele centrarse en estar en contacto con animales salvajes en sus propios hábitats. La gran cantidad de ciervos, jabalíes, perdices, conejos, liebres que habitan por los parajes de Las Valeras, atraen a muchos turistas para practicar la caza (Gobierno de Castilla La Mancha, n.d.).

Turismo sostenible de calidad en su proyección demográfica y turística

Según se ha comprobado en apartados anteriores, la historia de Las Valeras está ligada a: patrimonio cultural, arqueología, naturaleza y fiestas, con una clara influencia de la mezcla de las culturas romana, visigoda, musulmana y cristiana. De esa rica combinación artística y cultural se ha nutrido el turismo de esta localidad durante muchos años, aunque fue a finales del siglo XX cuando comenzó el auténtico despegue turístico, que se ha incrementado notablemente en el siglo XXI. Sin embargo, los turistas han cambiado y también la forma de promocionar el turismo. Del turismo local se ha pasado al turismo nacional e internacional gracias a internet y a las redes sociales.

En el siglo XX, la actividad principal de Las Valeras era la agricultura. Sin embargo, en la actualidad, el porcentaje de población activa que se dedica al sector primario es de un 20% nada más. En el siglo XXI este pueblo desempeña un papel importante en la región, fundamentalmente por la importancia que tiene su yacimiento romano de Valeria. En este aspecto, la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha define a la ciudad romana de Valeria como «motor turístico, patrimonial y cultural», impulsado reuniones con autoridades locales para mejorar su

gestión y convertirlo en un dinamizador económico de la comarca. Sin duda, su riqueza parte de que Valeria cuenta con centro de recepción de visitantes, museo parroquial, rutas de senderismo, escalada y alojamientos rurales. Asimismo, la iglesia de la Sey, con elementos romanos, visigodos y mudéjares, es otro punto de interés destacado (Ayuntamiento de Las Valeras, 2024).

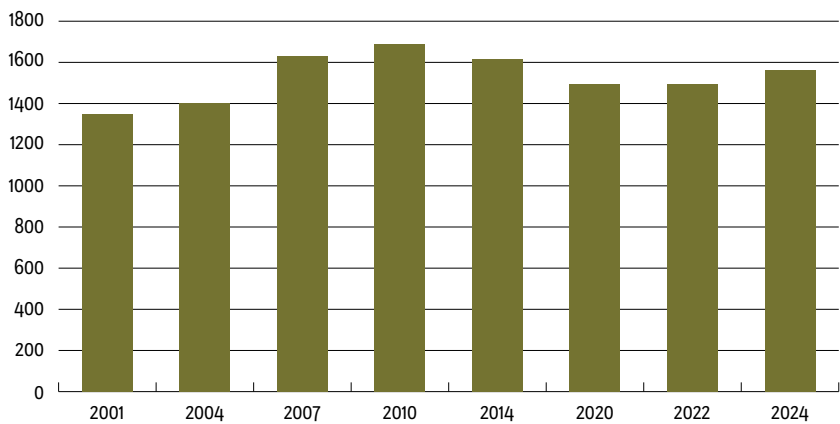
Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, el municipio de Las Valeras tenía una población de 1528 habitantes en 2025. La población se ha mantenido, con cierta estabilidad, excepto por el descenso que se produjo derivado del COVID-19 en 2020, cuando la cifra de habitantes disminuyó hasta 1494 en total. Posteriormente, ha ido incrementando su población debido al turismo, en Las Valeras hay unos 20 alojamiento rurales, lo cual es vital para el desarrollo del turismo rural. Además, la fabricación de puertas y ventanas de madera (con más de 90 negocios dedicados a la carpintería), son un atractivo para la llegada de trabajadores de este sector (*figura 2*).

En la *figura 3* se observa que la población de Las Valeras se nutre no sólo de autóctonos de esta localidad (40,56%), también hay gente de Cuenca capital (30,82%), de otras partes de Castilla La Mancha (0,53%), del resto de España (5%) y con un nutrido grupo de extranjeros (23,08%) procedentes de países latinoamericanos, Rumanía y Marruecos en su mayoría.

Los datos facilitados por la Oficina de Turismo de Valeria (Las Valeras) muestran como de los 500 visitantes que solamente hubo en 2020, debido a la pandemia, en el 2020 hubo un aumento muy considerable hasta los 6.200, para ascender a la cifra de los 9.000 turistas en 2025. Sin duda, este gran aumento se debe a la promoción y a las estrategias turísticas que se han mencionado en el apartado anterior y que han ayudado a conseguir la finalidad propuesta por el municipio.

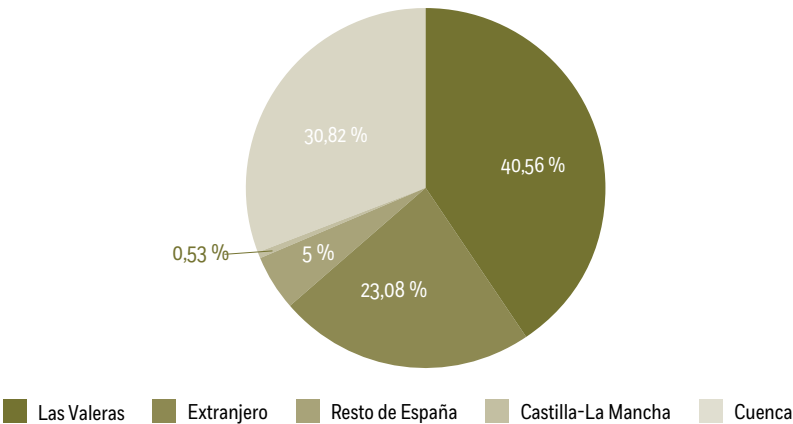
Las Valeras ayudan al incremento del turismo en la provincia de Cuenca, cuyos visitantes llegaron a la cifra de 502.645 en 2025, lo cual

Figura 2. Evolución de la población Las Valeras (2001-2024)



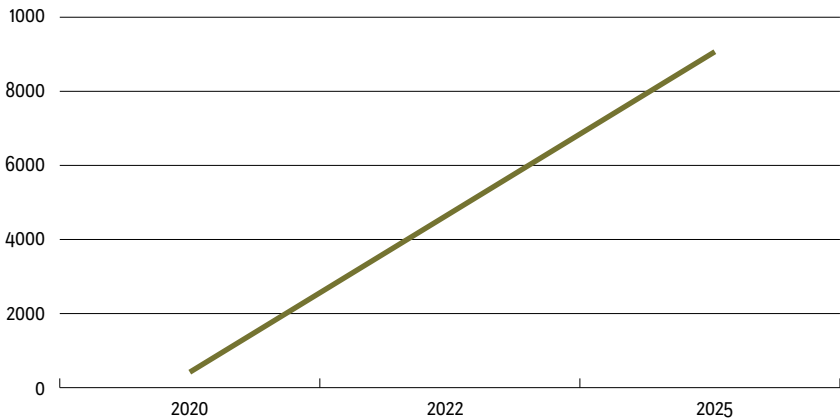
Fuente: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2869>

Figura 3. Distribución de los habitantes de Las Valeras por lugar de nacimiento (2022)



Fuente: <https://www.foro-ciudad.com/cuenca/las-valeras/habitantes.html>

representa un incremento del 2.38% respecto a 2024. Los turistas de Las Valeras representaban un 2% del total provincial en 2024, con 6200 visitantes (Córdoba, 2025), mientras que en 2025 el número de turistas se incrementó hasta llegar a los 9.000, según la Oficina de turismo de Valeria (**figura 4**).

Figura 4. Evolución del número de turistas en Las Valeras (2020-2025)

Fuente: Oficina de Turismo de Las Valeras.

Conclusiones

Del análisis del apartado anterior y de los datos estadísticos se desprende que las estrategias seguidas por el pueblo de Las Valeras son idóneas y han conseguido aumentar el número de turistas y, además, han estabilizado la población de la localidad, a pesar de que la juventud siempre tiende a buscar nuevos destinos para conseguir sus metas. Sin duda, la integración de población extranjera para trabajar en el sector turístico, conservación del patrimonio, carpintería, etc., también ha sido importante en la estabilización demográfica.

La creación de casas rurales y otros negocios asociados a la actividad turística han sido fundamentales en el desarrollo del turismo rural sostenible y de calidad, sin descuidar la importancia notable de promocionar la localidad a través de internet y redes sociales. Sin duda, la hospitalidad, los criterios de calidad y sostenibilidad, junto con la rica gastronomía han sido factores clave en el aumento de visitantes, la mayoría nacionales, que se integran en las fiestas, por ejemplo “Moros y Cristianos” y el resto de las actividades realizadas por los habitantes de las Valeras, según constata su alcalde en la entrevista realizada y que

justifica con la documentación aportada por la Oficina de Turismo y sus encuestas a los visitantes de esta localidad.

Los hallazgos de este estudio amplían las perspectivas teóricas existentes sobre la adopción de nuevas prácticas promocionales para un turismo rural de alta calidad y sostenible. Específicamente, se demuestra la importancia de hacer atractivo el patrimonio cultural tangible e intangible de un pueblo mediante el desarrollo de una gama de actividades, incluidas aquellas en las que los visitantes del pueblo pueden participar. Sin duda, esta investigación facilita estrategias a seguir por otros pueblos en materia turística.

Con esta investigación se ha conseguido el objetivo de análisis de la oferta y la demanda, dejando latente la importancia que tiene la promoción turística para proteger los monumentos históricos, promover las artesanías locales, fomentar el empleo local, degustar la gastronomía, desarrollar nuevas formas de turismo: agroturismo, enoturismo, turismo de aventura y turismo salvaje. Sin duda las cifras aportadas por la Oficina de Turismo muestran el éxito de la promoción y de las estrategias de turismo desarrolladas por el municipio de Las Valeras, llegar hasta los 9.000 visitantes en 2025, después del descabro de la pandemia de 2020, que rebajó el número de turistas a tan solo 500. Por consiguiente, este estudio demuestra la efectividad de las actividades y de las estrategias puestas en marcha en esta localidad y, por consiguiente, la batalla ganada contra la despoblación.

Es evidente que el gobierno regional debe involucrarse en brindar apoyo a los municipios para que puedan restaurar su patrimonio histórico y artístico. Este estudio se ha centrado en los pilares de la promoción turística en Las Valeras: el patrimonio cultural tangible e intangible, fomentando el desarrollo económico sostenible, desarrollando experiencias únicas, de alta calidad y enriquecedoras para los visitantes y, por supuesto, llevando a cabo actividades sostenibles en la naturaleza. Este municipio se ha adaptado con éxito a la promoción en línea y la digitalización y espera aumentar el turismo con experiencias virtuales tridimensionales.

Referencias

- Augurio, A., Castaldi, L. & Melanthiou, sustainability: a bibliometric D., Weber, Y. and Tsoukatos, E. (Eds.), "Global Business Transformation in a Turbulent Era: Proceedings" of the 17th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (Pisa, Italy, 11-13 September 2024), EuroMed Press, Cyprus, pp. 60-67.
- Andersen, N. & Hansen, R. (2011). *The adoption of Web 2.0 by luxury fashion brands*. CONF-IRM 2011: Service Management and Innovation with Information Technology, University of Auckland, Auckland, New Zealand. <https://aisel.aisnet.org/confirm2011/34/>
- Anónimo. (2021). La Junta destaca la fortaleza «patrimonial, cultural y turística» del yacimiento de Valeria e invita a la sociedad a conocerlo de forma responsable. *Cuenca news.es*. <https://www.cuencanews.es/noticia/79086/provincia/la-junta-destaca-la-fortaleza-patrim.onial-cultural-y-turistica-del-yacimiento-de-valeria-e-invita-a-la-sociedad-a-conocerlo-de-forma-responsable.html>
- Ayuntamiento de Las Valeras. (2024). *Guía turística. Las Valeras: historia, naturaleza y tradición*. Ayuntamiento de las Valeras, Valera de Abajo.
- Campón Cerro, A. M. y Hernández Mogollón, J. M. (n.d.). *Aproximación al concepto de agroturismo a través del análisis de la legislación española en materia de agroturismo*. Universidad de Extremadura. <https://idus.us.es/bitstreams/ffda331-46db-4a97-9e61-5a70of-de3e64/download>
- Cao, Y. (2023), Research on Digital Transformation Based Luxury Brands Marketing Strategy. En *Proceedings of the 6th International Conference on Economic Management and Green Development* (pp. 839-846). Springer Nature.
- CEFAPIT. (2025). *Turismo responsable en España 2025: claves para un modelo sostenible y con identidad*. <https://www.cefapit.com/turismo-responsable-en-espana-2025-claves-para-un-modelo-sostenible-y-con-identidad/>

- CEOE CEPYME Cuenca. (2021). *Invierte en Cuenca. Recoge las ventajas fiscales que Las Valeras ofrece a las empresas que se instalen allí*. https://www.ceoecuenca.es/portal/lang_es/rowid__1815703,60127/dTabID__1/p60811__216/tabid__25117/Default.aspx
- Clubrural. (n.d.). *Casas rurales en Las Valeras, Cuenca*. <https://www.clubrural.com/casas-rurales/cuenca/las-valeras>
- Córdoba, A. (2025). «El turismo en la provincia de Cuenca sube un 2.3% y alcanza 310.376 visitantes anuales». *Voces de Cuenca*. <https://www.vocesdecuenca.com/provincia/el-turismo-en-la-provincia-de-cuenca-suba-un-23-y-alcanza-310-376-visitantes-anuales/>
- Copeland, L. & Lyu, J. (2020). Millennial consumers on Instagram: implications for luxury brands vs. celebrity influencers. En N. Krey & P. Rossi (Eds.), *Proceedings of the 2020 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference* (pp. 97–98). Springer, Cham.
- Díez Rubio, A. y Peña Castaño, A. (2020). El futuro digital en el medio rural. *Economía Industrial*, 417, 111-119.
- Dobre, C., Milovan, A., Dutu, C., Preda, G. & Agapie, A. (2021). The common values of social media marketing and luxury brands: the Millennials and Generation Z perspective. *Journal innovations: a literature review, Digital Disruptive Innovation*, Vol. 21, p. 1740010. and luxury brands: the Millennials and Generation Z perspective”, *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, Vol. 16 No. 7, pp. 2532-2553.
- Echarte Fernández, M.A. (2022). El turismo rural y la digitalización como alternativas frente a la despoblación: el Caso de Castilla y León. En Jorge-Vázquez, J. y Chivite Cebolla, M.P. (Coord.). *La España vaciada en la era de la disrupción digital: el reto de la modernización del medio rural*, pp. 137-156.
- Enoturismo Spain. (2025). *31 mejores bodegas para visitar en Castilla-La Mancha*. <https://enoturismospain.com/noticias/enoturismo-castilla-la-mancha>

- Europa Press. (n.d.). *Datos estadísticos sobre turismo rural en Castilla-La Mancha* [Base de datos]. EPDATA. <https://www.epdata.es/datos/datos-graficos-estadisticas-municipio/52/valeras/7596>
- EUROPARC Federation. (n.d.). *Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos*. <https://redeuroparc.org/carta-europea-turismo-sostenible/> [redeuroparc.org]
- Fontagne, M. A. & Lis, B. (2024). Determinants of the purchase intention of the non-fungible token collectibles. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(2), 1032–1049.
- Gobierno de Castilla-La Mancha. (n.d.). *ZEC-ZEPA Hoz del río Gritos y páramos de Las Valeras ES0000160*. <https://www.castillalamancha.es/gobierno/agrimedambydesrur/estructura/dgapfyen/rednaturala2000/zeczepaES0000160>
- Gómez Lissarrague, A. & Moral Jiménez, M. V. (2024). Turismo *slow*: motivaciones turísticas en función de rasgos de personalidad y variables sociodemográficas. *Cuadernos de Turismo*, 53. <https://doi.org/10.6018/turismo.616121>
- Junta de Comunidades de Castilla La Mancha (a). (n.d.). *Museo de la Madera de Valera de Abajo*. Turismo de Castilla La Mancha. <https://www.turismocastillalamancha.es/patrimonio/museo-de-la-madera-de-valera-de-abajo-24261/descripcion/>
- Junta de Castilla La Mancha (b). (n.d.). *Jornadas Romanas: A Valeria Condit*. Turismo de Castilla-La Mancha. <https://www.turismocastillalamancha.es/fiestas/jornadas-romanas-a-valeria-condita-16877/descripcion/>
- Mishra, A., Kaintura, S., Yadav, Y. S., Joshi, V., Vaidya, H. & Kapruwan, A. (2024). GANs and augmented reality in virtual clothing try-on. En *Proceedings of the 2024 International Conference on Intelligent and Innovative Technologies in Computing, Electrical and Electronics (IITCEE)* (pp. 1-6). IEEE.
- Organización Mundial del Turismo. (n.d.). *Sustainable Development of Tourism*. <https://www.unwto.org/sustainable-development>

- Pérez Osma, D. (24 de octubre de 2025). Unpublished interview to Daniel Pérez Osma, Las Valeras.
- Portal de Cultura de Castilla-La Mancha. (n.d.). *Valeria*. Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. <https://cultura.castillalamancha.es/patrimonio/yacimientos-visitables/valeria>
- Portalpueblos. (n.d.). *Turismo en Las Valeras*. <https://portalpueblos.com/valeras/turismo-de-valeras>
- Price, H. E. & Smith, C. (2021). Procedures for Rliable Cultural Model Analysis Using VSemi-structural interviews, *Field Mehods*, 33(2), 185-201.
- Quiñónez-Bedón, M. F., Tapia-Pazmiño, J. G. & Andrade-Naranjo, D. S. (2019). El turismo de aventura: una estrategia para la nueva ruralidad. *Polo del Conocimiento*, 4(3), 119–137. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7164294.pdf>
- Rodríguez González, D. y Torres Mas, M. (2024). Patrimonio Cultural para todos: una experiencia turística de inclusión e inmersión total. *Apuntes: Revista de estudios sobre el patrimonio Cultural*, 37 (1).
- Tirado, M. (1991). *Valera de Yuso*. Bitácora.
- Vilchis-Chávez, A. R., Cruz Jiménez, G., Vargas Martínez, E. E. y Ramírez Hernández, O. I. (2023). La sustentabilidad en el turismo. Una revisión bibliográfica de su estudio. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 33(62). <https://doi.org/10.24836/es.v33i62.1364>

