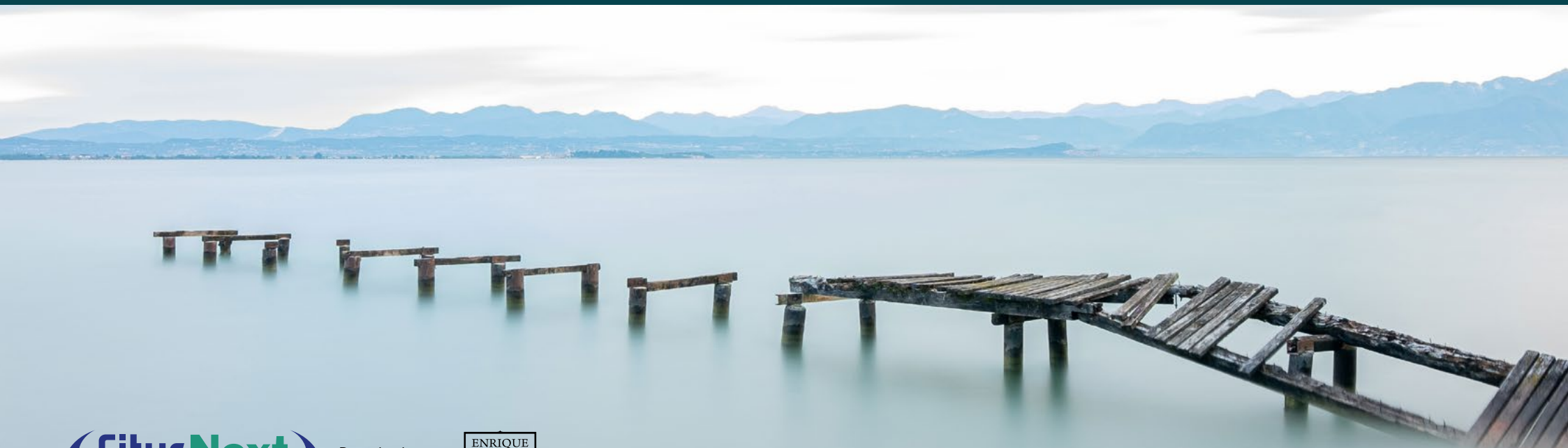


INFORME FITURNEXT 2024

# Hacia la revitalización territorial a través del turismo.



**FiturNext**  
OBSERVATORY

Patrocinado por:



ORGANIZA:



PATROCINADO POR:



Guía de cómo citar este informe: Rodríguez Bautista, F.J., Campos Olszewska, S., Creus Román, J. (2024). Hacia la revitalización territorial a través del turismo. Informe FiturNext 2024. Fitur, Ideas for Change.

# Equipo y colaboradores

EQUIPO  
FITURNEXT

## Javier Creus

Fundador Ideas for Change

## Francisco Rodríguez

Coordinación, investigación y programa FiturNext. Responsable turismo Ideas for Change

## Sandra Campos

Investigación. Consultora en Ideas for Change

## Giovanni Maccani

Investigación. Coordinador Investigación Ideas for Change

## Elsa Boloix

Comunicación y prensa FiturNext. Comunicación Ideas for Change

## Francisca García

Diseño FiturNext. Diseño y Dirección de Arte Ideas for Change

CONSEJO  
ASESOR

## Adela Moreda

Tourism Lead Specialist en el Banco Interamericano de Desarrollo - BID

## Alicia Montalvo

Gerente de Acción Climática y Biodiversidad positiva de CAF

## Cristina Figueroa

Profesora titular de la Universidad Rey Juan Carlos

## Concha Foronda

Catedrática de la Universidad de Sevilla y directora de la Cátedra de Turismo Inteligente

## Daniela Freund

Profesora e investigadora en la Universidad IQS

## Daniela Moreno

Consultora e investigadora especializada en turismo y género

## Peter Rømer Hansen

Asesor Estratégico y Fundador de Rømer Agency

## Santiago Quiroga

Director de Calidad y RSC en IFEMA

AUTORES DE  
ESTE INFORME

## Francisco Rodríguez

## Sandra Campos

# Índice

5	<b>Prólogo</b>	
6	<b>Introducción</b>	
PARTE I	<b>FiturNext, impacto y replicabilidad</b>	
8	Resumen edición FiturNext 2023	
9	Programa FiturNext 2023	
11	Evolución de las iniciativas ganadoras FiturNext 2023	
13	La replicabilidad en el sector turístico	
14	Apadrina un Olivo en Portugal	
PARTE II	<b>¿Cómo puede el turismo contribuir a la revitalización territorial?</b>	
	<b>Investigación sobre el reto:</b>	
20	Cifras despoblación	
20	Heterogeneidad de la problemática	
24	Patrón común - problemática	
28	Ejemplos soluciones y buenas prácticas	
32	Papel del turismo en la despoblación	
PARTE III	<b>Iniciativas</b>	
36	Explicación del sistema de valoración de las iniciativas	
37	Categorías e indicadores de revitalización territorial para medir el impacto	
39	Iniciativas ganadoras y finalistas	
PARTE IV	<b>Conclusiones</b>	
PARTE V	<b>Repositorio ediciones anteriores FiturNext</b>	
67	<b>Bibliografía y referencias</b>	

# Prólogo

Desde Enrique Tomás, patrocinar el Observatorio FiturNext ha sido una apuesta que este año encajaba más que nunca, ya que los objetivos del Observatorio -promover buenas prácticas turísticas en clave de sostenibilidad y centrado este año en la despoblación y la revitalización territorial- han estado totalmente alineados con el nuevo proyecto que la empresa ha presentado durante la feria: País Jamón Tour.



“País Jamón Tour” nace con el objetivo de revolucionar el mundo del jamón y convertirse en una iniciativa de país, que sitúe al jamón en el lugar que le corresponde. La propuesta es una expedición por la gastronomía, el flamenco, la dehesa y la tradición, que crea una experiencia turística única que se ha denominado “Belloturismo” Ibérico by Enrique Tomás.

País Jamón Tour es una propuesta innovadora, que se centra en el jamón como denominador común, y que se propone ofrecer una experiencia única que **potencie la riqueza cultural**

**española.** Un viaje al origen de una cultura añeja, y también vanguardista, el arte de fabricar el producto gastronómico más especial que existe: el jamón.

Este proyecto también se distingue por su compromiso con la sostenibilidad, valor que lo vincula aún más con FiturNext, y tiene el fin de potenciar la belleza de las dehesas de nuestro país, así como también los parajes rurales, la sostenibilidad de sus empresas, el arte arraigado en la gastronomía y el trabajo milenario alrededor de la gastronomía española.

Además, según el propio Enrique Tomás, *“País Jamón Tour no puede ser más sostenible... porque la verdadera sostenibilidad es tan sencilla como poner en valor lo que ya existe, y ayudar a que este valor se reconozca. Queremos ayudar a esas áreas rurales, que sufren despoblación, y que desde el observatorio Fiturnext se quieren poner de relevancia para combatir este y otros problemas. Y estamos convencidos de que llevando a la gente al origen y creando una experiencia,*

*con la “palanca” del jamón como eje, podemos ayudar a revitalizar la economía de esas zonas. Solo basta con mostrar lo que ya tenemos, porque somos un país con muchísimas zonas maravillosas que aún están por descubrir por el gran público”.*

La colaboración entre Fiturnext y Enrique Tomás ha sido, por consiguiente, todo un acierto, haciendo visible que la participación de empresas con los objetivos que ha establecido el Observatorio para 2024 no solo tienen mucho sentido si se alinean intereses, objetivos y motivación, sino que tienen unas posibilidades de éxito enormes analizado el impacto e interés generado.

El siguiente paso será disfrutar de la experiencia y comprobar que las buenas prácticas turísticas en clave de sostenibilidad y apostando por áreas que sufren de despoblación no solo ayudarán a esa revitalización territorial, sino al enriquecimiento de la oferta turística con productos innovadores que atraigan a más y más viajeros.

# Introducción

Con este informe hemos tratado de ofrecer una visión que muestre algunos aspectos destacados de la despoblación. Hay que tener muy en cuenta, como se verá a lo largo del texto, que se trata de un fenómeno muy heterogéneo, de ámbito global y, por tanto, con muchas variables que influyen en sus causas, desarrollos e impactos.

**La despoblación es un fenómeno demográfico y territorial que consiste en la disminución del número de habitantes de un territorio en relación a un periodo de tiempo previo.**

Este fenómeno puede comportar diferentes causas: ser el resultado de un crecimiento vegetativo negativo (mayor número de defunciones que de nacimientos), de un saldo migratorio negativo (la tasa de emigración del territorio es superior a la de inmigración) o de ambas causas simultáneamente<sup>1</sup>.

La conjugación de ambas variables a diferentes escalas, junto a los factores que las promueven, hacen que el

fenómeno de la despoblación se desarrolle de forma diferente y singular en cada territorio. Podríamos decir que **la despoblación es tan diversa como lo son cada uno de los territorios que la sufren.** De cualquier manera, algunas de las causas generales del fenómeno son comunes, como se verá en los siguientes apartados.

Entre los factores que más estimulan el proceso de despoblación encontramos los históricos y económicos, los sociales y culturales y los climáticos y geográficos. Estos factores provocan, entre otros efectos: **escasez de oportunidades laborales o educativas, una menor oferta de**

**vivienda y servicios básicos o la adopción de estilos de vida que,** en comparación con los núcleos urbanos mucho más poblados, **pueden crear la sensación de menor abundancia o bienestar.** Todo ello puede comportar la **generación de una dinámica demográfica peligrosa.** Perfiles jóvenes marchan en busca de mejores posibilidades, dejando espacios geográficos vacíos de jóvenes y adultos, una población ubicada en la franja reproductiva que debilita la natalidad y envejece paulatinamente los territorios.

Por su parte, **este desequilibrio territorial puede darse en diferentes escalas:** bien desde espacios rurales hacia el entorno urbano, principalmente hacia capitales provinciales, así como hacia grandes urbes, provocando un incremento de desigualdades y arduas dificultades para la cohesión territorial<sup>2</sup>.

**Esto es, además, un proceso reiterativo que se retroalimenta:** la falta de actividad económica suficiente y de servicios básicos en espacios rurales, unida a la oferta de empleo y oportunidades de las ciudades, genera emigración hacia núcleos urbanos de forma masiva. Este hecho conlleva la pérdida de capital humano en las

zonas de origen, influyendo de nuevo en la oferta de servicios y empleos, al reducirse aún más la actividad económica<sup>3</sup>.

Esta despoblación y concentración en ciudades provoca la denominada “*demotanasia*”, entendida como la desaparición lenta y silenciosa de la población de un territorio que emigra y deja la zona sin relevo generacional<sup>4</sup>.

Por si todo ello fuera poco, **las consecuencias** de este proceso de abandono de territorios van más allá de las **sociales, culturales o económicas.** También acentúa la **degradación de los paisajes y los ecosistemas terrestres,** acidificando y desertizando territorios, dejando, de esta manera, el escenario ideal para la propagación de incendios forestales<sup>5</sup>.

Por todo ello, uno de los propósitos de este informe es **homogeneizar la conceptualización de este fenómeno bajo el enfoque de turismo como vehículo de impacto positivo, así como incidir en aquellas líneas de acción claves que fomentan la revitalización demográfica de los territorios:** acciones orientadas hacia el ámbito social, laboral y económico, así como hacia la implementación de servicios básicos e infraestructuras.

PARTE I

# FiturNext, impacto y replicabilidad



# Resumen edición FiturNext 2023

En la edición 2023 fueron analizadas más de doscientas iniciativas a nivel internacional bajo el reto “cómo puede el turismo contribuir a la regeneración del medio natural”. De entre todas ellas, se seleccionaron doce finalistas para posteriormente, premiar a tres iniciativas ganadoras: Grupo Iberostar, Green Papper Travel y Plogging Tour.

Más adelante, se expondrá la evolución del grupo Iberostar, quienes han conseguido incrementar el impacto positivo de su iniciativa durante este último año.

Las doce buenas prácticas finalistas mostraban un alto grado de impacto positivo sobre los territorios donde se desarrollaban, así como un alto índice de replicabilidad. Destacó el elevado grado de maduración y consolidación de las tres iniciativas ganadoras, acentuando su repercusión en el medio natural gracias al análisis de impacto sobre los ecosistemas donde se desarrollaban.

Respecto al grado de contribución al reto de regeneración del medio natural, comprobamos el nivel de aporte a través de entrevistas directas con cada una de las doce finalistas, al tiempo que analizamos la documentación e información aportada a nivel de impacto sobre el medio ambiente en su vinculación al sector turístico. El estudio comprendía una dimensión cualitativa, donde se analizaron las mejoras en la calidad de los ecosistemas y el rol de residentes y visitantes en tal progreso, así como una dimensión cuantitativa, procurando contabilizar las mejoras

efectivas llevadas a cabo por cada una de ellas. Para ello, y como en ediciones anteriores, se diseñó un barómetro de impacto *ad hoc*, con el objetivo de analizar de forma homogénea el grado de impacto de las diferentes prácticas. Tal barómetro constaba de indicadores concretos para cada una de las categorías, así como indicadores transversales que calibraban el impacto positivo a nivel general.

Tras esto, el proceso siguió el mismo procedimiento que en ediciones anteriores. El Consejo Asesor de FiturNext fue el encargado de reevaluar cada una de las finalistas, con el propósito de obtener una visión externa y revalidar en su caso los datos obtenidos. En esta edición, además, ha habido cambios en la configuración del Consejo Asesor con la entrada de una profesional del ámbito del medio ambiente en sustitución de una académica que había formado parte del mismo desde sus inicios. El propósito de tales cambios no es otro que el de ir **adaptando y renovando el consejo de expertos y profesionales, de manera que se amplíe la visión del Observatorio y ayude a que este crezca y se mantenga a la vanguardia**

**de la industria turística.**

Por su parte, el informe de 2023 seguía apostando por la **replicabilidad, concepto ligado al ADN del Observatorio desde hace ya varios años**. La replicabilidad, entendida como palanca de crecimiento exponencial, junto a la generación de sinergias entre prácticas de impacto positivo condujo a proyectos como el de Starlight Iberá, donde se consiguió poner en valor la capacidad del turismo para incrementar la calidad de vida en espacios remotos y deprimidos.

Por último, es necesario destacar la gran afluencia de público profesional y general durante toda la Feria, así como la generación de redes de contacto y sinergias entre los asistentes a la misma. Asimismo, y una vez más, la repercusión en medios de comunicación y prensa obtenida estimuló la visibilidad del Observatorio y su constatación como agente impulsor de un sector turístico sostenible y de impacto social, económico y medioambientalmente positivo.



# Programa FiturNext 2023

Un año más, el Observatorio FiturNext contó con un stand en FITUR, un espacio donde se dieron cita profesionales, expertos y organizaciones turísticas como Turespaña, Seguittur o la Organización Mundial del Turismo, así como iniciativas ganadoras y finalistas de la edición 2023 y de la anterior. Las diferentes mesas y *keynotes* fueron grabadas y emitidas a través de la plataforma de FITUR Live Connect. De entre los numerosos diálogos mantenidos, destacaron:

JAVIER  
CREUS **Fundador de Ideas for Change**

Moderó la mesa *“De la responsabilidad social corporativa a la responsabilidad social sectorial”*, que contó con la participación de Miwi Clavera, Directora General de la Asociación Española de Directivos de Sostenibilidad (DIRSE), Antonia del Toro, Directora de RSC del Grupo Piñero y Óscar Rueda, Director de Presidencia de CAF, Banco de Desarrollo de América Latina. En la conversación se destacó **la importancia de la unión entre empresas para compartir y enfrentar los desafíos actuales y futuros, buscando soluciones de forma conjunta, así como las potencialidades de la colaboración entre empresas y sectores**, que pueden mejorar el mundo a partir de movimientos de sensibilización y concienciación sobre la sostenibilidad.

ALICIA  
MONTALVO **Gerente de Acción Climática y Biodiversidad positiva de CAF**

Moderó la mesa *“Turismo regenerativo: más allá de la sostenibilidad ambiental de destinos”*, en la que participaron Niels Olsen, Ministro de Turismo de Ecuador, Arturo Bravo, Viceministro de Turismo de Colombia, Elena Pita, Directora de la Fundación Biodiversidad y Federico Franato, Presidente de Parques Nacionales de Argentina. En ella se subrayó cómo los diferentes organismos de América Latina implementaban **agendas “verdes” en aras de la mitigación del cambio climático y la protección a la biodiversidad**, contribuyendo a restaurar y mejorar el patrimonio natural y cultural de sus territorios.

FRANCISCO  
RODRÍGUEZ **Cordinador de FiturNext y responsable de turismo en Ideas for Change**

Arbitró la mesa redonda *“Políticas públicas regenerativas”* en la que intervinieron Marta Domènech, Directora de Turismo de la Generalitat de Cataluña e Isabel Vidal Tomás, Directora de Turismo del Govern de las Islas Baleares. Entre otros temas, se destacó el **papel de las instituciones públicas en la conservación de los espacios naturales** que sustentan el turismo, así como su poder de sensibilización hacia el resto de actores de la industria.

De igual forma, tuvieron lugar una serie de **keynotes de la mano de organizaciones de turismo de gran relevancia.**

Beatriz García, de Segittur, Secretaría de Turismo del Gobierno de España, inició la ronda de conversaciones con *“la Sostenibilidad en el modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)”*, focalizando la importancia de este eje para el modelo DTI. Por su parte, Blanca Pérez Sauquillo, Subdirectora General de Marketing de TurEspaña, prosiguió con el valor de la sostenibilidad en la imagen de los destinos con *“Estrategia de marketing y comunicación de TurEspaña en turismo sostenible”*. Por último, Cordula Wohlmuther, Coordinadora de la Organización Mundial del Turismo (OMT), puso el broche final a estas relevantes conversaciones a través de *“Destinations- Catalysts of sustainable and regenerative development”*.

Por último, y al igual que en la anterior edición, participaron **las iniciativas ganadoras y finalistas**, manteniendo diferentes diálogos sobre sus proyectos, retos encontrados y siguientes pasos a emprender.

## CONVERSACIONES CON EL PÚBLICO

Durante los días de la feria, el stand de FiturNext acogió diferentes espacios para mantener conversaciones abiertas con el público en relación a:

---

**Cómo generar valor en tu destino o empresa a través de la regeneración del medio natural.**

---

**What ‘s Next? Hablemos del Reto 2024.**

---

Un año más, estos **espacios sirvieron como herramienta de networking** entre los asistentes y permitieron nuevas conexiones y contactos para la creación de sinergias.

Asimismo, se desarrolló por primera vez para el Observatorio, **un espacio de contacto y compromiso con los profesionales del turismo del futuro, dedicando la jornada del sábado a los universitarios.** Alumnos de turismo de diferentes universidades de la capital acudieron a una cita donde, con ayuda de consultores y de la mano de la metodología disruptiva Pentagrowth de Ideas for Change, iniciaron su andadura en la construcción de Destinos que Molan, en base a la sostenibilidad, la innovación, la inclusión y el impacto positivo<sup>6</sup>.



# Evolución de las iniciativas ganadoras

Desde la celebración de la pasada edición FiturNext 2023, las iniciativas ganadoras han continuado su labor hacia la regeneración del medio natural, fomentando el desarrollo de nuevos avances que incrementen una participación de residentes y visitantes que dejen mejor aquellos espacios donde se desarrolla la actividad turística, impulsando el impacto positivo sobre la industria. A continuación, presentamos lo más destacado de una de ellas.

## GRUPO IBEROSTAR - WAVE OF CHANGE.

La iniciativa regenerativa del grupo Iberostar “*Wave of Change*” fue ganadora del reto 2023 gracias a su apuesta por un **modelo de turismo y de gestión sostenible sobre toda su cadena de stakeholders, en pro de la salud costera y de los océanos.**

Desde la regeneración de los corales,

a proyectos de conservación y restauración de dunas, manglares y pasto marino, fomentan un modelo turístico responsable en base a acciones y educación, tanto a sus empleados como a los usuarios de sus alojamientos.

# FiturNext 2023





Durante el 2023, y gracias a la implementación de la inteligencia artificial en las cocinas de cuarenta y ocho hoteles, la compañía **ha logrado evitar en tan sólo los seis primeros meses** de su implementación, **el desperdicio de 1.600 toneladas de residuos alimentarios**, es decir, el equivalente a **1,5 millones de comidas en un año, permitiendo reducir 1.264 toneladas de CO2 adicionales**<sup>7</sup>.

Además, ha puesto en marcha el primer **Plan de Movilidad Sostenible del sector Hotelero en Baleares**<sup>8</sup>, fomentando la cultura de bajas

**emisiones entre sus empleados**, promoviendo el transporte colaborativo y sostenible en sus traslados hacia sus puestos de empleo.

Por otro lado, en marzo de este 2023, inauguraron en Palma (España) la reapertura de uno de sus hoteles como **el primer hotel 100% eléctrico, logro replicado también en Latino América**<sup>9</sup>.

Asimismo, el Grupo Iberostar trabaja implicando a sus clientes en esta hoja de ruta hacia la regeneración. En concreto, lanzaron la campaña **“Duermen tranquilos”**, involucrando a

sus clientes en el día mundial de los océanos. La iniciativa ponía en valor la contribución al medioambiente de un huésped cuando se aloja en uno de los hoteles del grupo, cuya estancia media reduce las emisiones de CO<sup>2</sup> en un 6% y evita 1,9 kilos de plásticos de un solo uso, al tiempo que conoce el trabajo de la compañía por la salud costera y el cuidado de los océanos<sup>10</sup>.

Todas estas acciones, se enmarcan en la **hoja de ruta hacia la descarbonización total y la neutralidad de emisiones de carbono propuesta por la compañía para 2030**, 20 años por delante de lo establecido por el propio sector hotelero.

Por otro lado, la Fundación Iberostar y Planeterra han firmado un compromiso para **impulsar el turismo comunitario** en los destinos que albergan sus hoteles, al objeto de contribuir con estos territorios y sus comunidades locales en su

desarrollo económico y social<sup>11</sup>. Además, y en esta línea de acciones por parte de la Fundación, la Cátedra del Mar ha lanzado **becas por valor de 48.500 euros para impulsar la investigación de un total de 12 proyectos de ecología marina, conservación y gestión del medio acuático**<sup>12</sup>.

Todas estas acciones les han hecho merecedores del **galardón Condé Nast Traveler 2023 por su modelo de turismo responsable y su movimiento pionero Wave of Change**<sup>13</sup>. Pero además, y alineados con la idea de visibilizar los cambios del sector hacia un escenario más sostenible, el grupo ha premiado a la industria turística alemana y suiza por sus iniciativas de turismo sostenible a través de la primera edición de los **Iberostar Sustainability Awards**<sup>14</sup>.

# La replicabilidad en el sector turístico

En el informe FiturNext 2020<sup>15</sup>, sobre cómo el turismo puede contribuir al desarrollo económico local, se definía por primera vez para el Observatorio el **concepto de replicabilidad en el marco de la industria turística**. Esta noción se exponía como la puesta a disposición, con o sin condiciones por parte del promotor, de la documentación necesaria relativa a un proyecto (o a parte del mismo), con información suficiente sobre los aprendizajes, aciertos adquiridos, así como los errores cometidos y las soluciones alcanzadas, para que otros actores pudieran desarrollarlo. En otras palabras, se trata de la transferencia de aprendizajes en cuanto a lo que se ha hecho bien y sobre aquello que se puede mejorar en torno a un proyecto, de forma que otros actores en otros contextos puedan aprovechar el camino ya recorrido, acelerando la adopción de buenas prácticas en el sector turístico.

Más tarde, y con la sucesión de los diferentes informes del Observatorio, se fue justificando la **adopción de prácticas replicables como eje de crecimiento de impacto positivo en el sector**, ampliando el conocimiento del

valor que generan estas prácticas a los adoptantes, promotores y al conjunto de la industria turística en su totalidad.

Por su parte, el último informe FiturNext 2023 sobre cómo el turismo puede contribuir a la regeneración del medio natural<sup>16</sup> exponía **un caso de uso práctico** sobre replicabilidad, el proyecto “*Starlight Iberá*”. En base a este proyecto, que además **nació del ejercicio de la replicabilidad de iniciativas participantes en el seno del Observatorio FiturNext**, se desarrollaba la teoría expuesta durante las anteriores ediciones.

Para la presente edición, se expone **un nuevo caso de uso práctico surgido de la replicabilidad de otra de las iniciativas del Observatorio: Apadrina un Olivo**.

**Apadrina un Olivo fue la iniciativa ganadora del Reto FiturNext 2020 sobre cómo el turismo puede contribuir al desarrollo económico local. Desde sus inicios, ha apostado por la replicabilidad de buenas prácticas como fórmula de crecimiento sostenible y de impacto positivo.**

## UN MODELO REPLICABLE CONTRA LA DESPOBLACIÓN EN PORTUGAL: APADRINA UN OLIVO

El proyecto social Apadrina un Olivo nace en 2014 en el municipio de Oliete (Teruel, España), con el objetivo de cambiar la realidad rural derivada del éxodo demográfico masivo del territorio y el consiguiente abandono de los espacios rurales, de la mano de la puesta en valor de los recursos endógenos del municipio. De una forma sostenible, y en base a la actividad turística, trabajan desde entonces en la recuperación de 100.000 olivos centenarios abandonados en el entorno. Éstos son apadrinados y bautizados por madrinan y padrinos de diferentes puntos de la geografía internacional a cambio de un precio (60€), que incluye un obsequio de dos litros de aceite al año y la posibilidad de realizar una visita a su olivo en Oliete. De esta forma, **se consigue recuperar y poner en valor el olivar abandonado conservando la biodiversidad del entorno**, al tiempo que se genera una economía sostenible, basada en parte en las visitas recibidas, y un desarrollo social y económico para el municipio. Este proyecto brinda además apoyo a jóvenes emprendedores rurales, genera empleo para 27 personas de la localidad y transmite valor al resto de agentes económicos de la zona en forma de turismo.

El éxito de este modelo de desarrollo económico y social rural ha promovido **su adaptación en otros entornos, contextos y en base a otros elementos endógenos**. Es el caso de **Apadrinha uma Oliveira, una replicación adoptada del sistema en Portugal**.

## APADRINHA UMA OLIVEIRA

En la comarca de lusa de Abrantes, en el centro de Portugal, se encuentra en municipio de Mouriscas, localidad de 1.500 habitantes, donde yace el olivo más longevo de la Península Ibérica<sup>17</sup>. Con una edad de más de 3.350 años, el Olivo del Mouchão, es también uno de los olivos más antiguos del mundo. Junto a él, **10.000 olivos en más de 200.000 hectáreas, un equivalente a 2.800 campos de fútbol, han permanecido durante años abandonados, favoreciendo el incremento de incendios forestales<sup>18</sup>.**

Todo ello, y dada la capacidad del modelo originado en Oliete para el desarrollo local social, económico y medioambiental, desde una óptica regenerativa y de paliación al éxodo rural, ha motivado su replicación en el país vecino a través de la fórmula de asociación de utilidad pública.

Además, **la comarca presenta una serie de similitudes con el territorio de Oliete.** Se trata, al igual que el territorio de origen, de una zona en proceso de transición justa, donde se sustituye la energía derivada de la central térmica de carbón del municipio de Pego por energías

limpias y renovables. Por otro lado, el territorio portugués también se encuentra dotado de centenares de olivos milenarios abandonados, que un día fueron fuente de riqueza para decenas de generaciones, cuyo margen productivo es hoy escaso y uno de los motivos del éxodo de población. Este es otro punto de conexión entre Oliete y Mouriscas: **la despoblación y la voluntad de poner en valor recursos endógenos para la creación de nuevas oportunidades** que frenen o, al menos, desaceleren este fenómeno demográfico.

En este contexto se ha desarrollado un proceso, a diferentes velocidades, con la colaboración de Endesa como partner principal. Tal proceso se iniciaba con la necesidad de ganar la confianza y el apoyo local, de forma que se entendiera el aporte del triple impacto positivo que podía ofrecer el proyecto al territorio: **recuperación de la biodiversidad, del paisaje cultural y generación de empleos y oportunidades ligadas al mismo.** Todo ello como fórmula de sostenimiento de la población en la zona y de desarrollo rural.



En el informe FiturNext 2021 se configuraban los diferentes niveles posibles de replicabilidad. Estos van desde la simple inspiración que produce un modelo, a la réplica total o copia, pasando por la adopción del mismo o su adaptación a diferentes contextos. En base a ello, encontramos en este caso un desarrollo de **replicación adaptado, liderado y acompañado por el equipo impulsor de Apadrina un Olivo**. En otras palabras, se consigue modular el modelo original en base a las características endógenas del entorno bajo el paraguas de colaboración de la entidad inicialmente impulsora.

Por su parte, y como elemento fundamental para la replicación de la iniciativa, derivado del barómetro de replicabilidad usado por el Observatorio desde sus inicios, encontramos el nivel de condiciones para la ejecución de **la replicación**. **Sobre este aspecto, cabe destacar que la replicación en este caso se efectúa bajo un prisma social y ambiental y en base a un triple balance que debe ser óptimo:** los componentes verdes, la digitalización y la inclusión, por lo que las condiciones requeridas son mínimas en relación a otros ejemplos de exigencias regulatorias o económicas más estrictas. Además, es preciso incidir en que se trata de una asociación reconocida como entidad de utilidad

pública por el Ministerio del Interior, cuyo objetivo es la innovación social y la recuperación ambiental y, por tanto, es de interés colectivo. Por su parte, sí que son exigidos unos óptimos niveles de calidad, especialmente en aquellos aspectos relacionados con el control de los productos agroalimentarios, como es el caso del aceite de oliva y sus productos derivados.

**De otra parte, y en sintonía a lo expuesto en el informe FiturNext 2021 sobre los factores de la replicabilidad de iniciativas turísticas, es plausible asociar estos diferentes componentes con los diversos elementos e ideas surgidas de la puesta en marcha del proyecto:**

## PRUEBA DE VALOR.

Este concepto se definía como la capacidad de medir el impacto de un proyecto que se ha emprendido. Cuanto más pueda medirse el impacto demostrado de una iniciativa, más interés genera y, por tanto, mayores probabilidades tiene de ser replicada en otros entornos. En este caso, la prueba de valor es fácilmente observable. **Se han generado más de 20 empleos directos a la actividad en el territorio de origen, así como muchos más indirectos, promoviendo la preservación demográfica de la población residente**, especialmente de los jóvenes que hasta entonces marchaban en busca de mayores oportunidades de futuro. Tal ha sido esta preservación de familias jóvenes, que gracias al proyecto se ha conseguido evitar el cierre del colegio del municipio de Oliete.

## FACILIDAD DE ENTENDER.

Esta noción engloba el entendimiento de la propia iniciativa y de todos los beneficios derivados que puede generar, tanto para los participantes como para el entorno donde se desarrolla. En este sentido, **la sencillez de la mecánica en la que se sustenta la iniciativa (el apadrinamiento de olivos), unida al acompañamiento y colaboración de la organización impulsora, fomenta un entendimiento claro y sencillo** de todos los aspectos a tener en cuenta para la replicación.

## CANALES DE COMUNICACIÓN.

Referido a la utilización de los canales y la estrategia de comunicación adecuados según el target objetivo. En Apadrina un Olivo se dispone de un área de marketing y comunicación muy enfocada en el establecimiento de un **diálogo continuo con su comunidad, tratando de emitir mensajes claros y adaptados** a las necesidades, interés y prioridades tanto de los mismos, como de los padrinos y visitantes de la actividad.

## NIVEL DE ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN.

Este concepto define el nivel de apertura o acceso de la información necesaria para el adecuado desarrollo de la iniciativa. Cuanto más abiertos y accesibles sean los recursos necesarios para la implementación de la misma, mayor capacidad de replicación tendrá.

Esto dependerá de las características singulares de los diferentes proyectos. En el caso de Apadrina un Olivo, el nivel de accesibilidad de la información es total, ya que la puesta en práctica de la replicación viene acompañada de la participación de la iniciativa impulsora y deriva de la aplicación del manual metodológico desarrollado por la misma. Por ello, **el acompañamiento es continuo, al igual que el flujo de información, que se mantiene constante de forma bidireccional.** Desde el análisis del terreno de campo a salvaguardar, a la tutorización del *know-how*, llevada a cabo en el lugar de la iniciativa de origen (Oliete), de forma previa y con una duración de dos semanas.



## TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO.

Relacionado con la transferencia de información de un contexto a otro, la documentación necesaria y el grado de apertura de esta se desprenden los siguientes elementos:

### Toolkit.

Referido a las herramientas necesarias para la correcta consecución de las etapas que conforman el proyecto. En este aspecto, **destaca el expertise y el conocimiento de las diferentes áreas del proyecto** (área financiera, asesoría jurídica..), aunque se confirma la **necesidad de innovar en nuevas herramientas** en función del contexto donde se replique.

### Comunidad y *community champions*.

Este aspecto engloba diferentes niveles, desde comunidades locales (voluntarios, vecinos, población local..) a redes internacionales o actores institucionales. Por su parte, la noción de *community champions* se refiere a actores clave (nacionales o internacionales) surgidos en la comunidad, que atraen y fomentan la inclusión de otros agentes en la misma.

En este contexto, **ha sido necesaria la difusión de la información hacia la comunidad**, especialmente al inicio del proyecto, **de forma que se fomentase el interés y la curiosidad desde el interior hacia el resto de capas sociales del entorno.** Además, ha sido **fundamental la participación** de autoridades locales y comarcales, asociaciones de agricultores, almazaras, productores de aceite, entidades de emprendimiento, así como la colaboración de asociaciones culturales y patrimoniales de diferentes puntos de la geografía.





En cuanto a los beneficios de la replicación, detallados en el informe FiturNext 2020, se confirman los derivados de la resiliencia del modelo y su sustento sobre la comunidad local. Hasta el inicio del proyecto, las campañas agrícolas del olivar del entorno habían sido funestas y no contribuían a mantener la actividad productiva local y del empleo. La generación de esta nueva actividad, vinculada además al turismo (y a todas sus industrias suministradoras) **ha contribuido de manera positiva al destino, de la mano de una nueva concepción del entorno, más abierto a nuevas ideas y oportunidades.** Además, la incubación de nuevos proyectos derivados produce una onda expansiva de mayor alcance. Esto repercute positivamente, tanto a los proyectos replicados, como a los originales desde el punto de la comunicación, el apoyo de instituciones y de comunidades locales, o desde el punto de vista de la generación de nuevas ideas, entre otros.

Con todo ello, y pese a encontrarse aún en una etapa muy incipiente, la replicación de Apadrina un Olivo en Portugal ya presenta un **impacto observable en el destino. Las visitas al territorio donde se desarrolla la actividad se incrementan**

**paulatinamente, al igual que el número de madrinas y padrinos de olivos, que ya alcanza los 70.** Además, la actividad **ha generado, al menos, tres puestos de trabajo directo a residentes locales**, cifra que se espera poder incrementar con la llegada de más visitantes.

Asimismo, la actividad centrada en el apadrinamiento se encuentra acompañada de otras actividades conexas que incrementan su valor. En concreto, desde Apadrina un Olivo se han lanzado nuevas iniciativas, como la de Despertadores Rurales, centro de innovación territorial y laboratorio de incubación de nuevos proyectos en el entorno rural, así como otras actividades centradas en el aprovechamiento de los recursos naturales derivados de los olivos y su inclusión en la economía circular.

Este, sin duda, es un **ejemplo de cómo una actividad con vinculación al sector turístico puede favorecer el freno a la despoblación**, al tiempo que empodera a las comunidades rurales y genera nuevas oportunidades sociales y medioambientales. Pero este no es el único ejemplo de la replicación de Apadrina un Olivo.

## APADRINA UN VIÑEDO.

Por otra parte, en la comarca del Valle del Jiloca, en la provincia de Teruel, se ha llevado a cabo una replicación adaptada del modelo de Apadrina un Olivo, con el objetivo de incidir en la recuperación de los viñedos y de la tradición vinícola de la comarca, contribuyendo al respeto, cuidado y protección del paisaje cultural endógeno e histórico de la zona.

La comarca, centrada históricamente en el potencial vinícola, ve **desde hace años mermada la capacidad de generar oportunidades para las nuevas generaciones, lo que fomenta el éxodo rural** hacia espacios urbanos con mayores posibilidades. Todo ello, al igual que en los dos casos anteriores, genera el abandono del campo que perjudica no sólo a la demografía del entorno, sino también al medioambiente y a su biodiversidad.

En este caso, hablamos de **replicación adaptada, ya que el objeto de apadrinamiento deja ser el olivo para ser sustituido por los viñedos**, dado el contexto territorial autóctono. Además, **también difiere la metodología de replicación**. Esta ha sido ejecutada por la Asociación para la Recuperación del Viñedo del Valle del Jiloca a través de un proceso de acompañamiento y mentorías por parte del equipo de Apadrina un Olivo.

Expuestas aquellas relaciones existentes entre la teoría de la replicabilidad de iniciativas turísticas ofrecida a lo largo de las pasadas ediciones FiturNext y las conexiones actuales sobre los diferentes casos prácticos que emanan del Observatorio, es posible no sólo corroborar el terreno común que comparten ambas realidades, o la idoneidad que presenta **la replicabilidad como mecanismo de crecimiento exponencial y multiplicación del impacto positivo en el sector**. También es posible ratificar la capacidad que tiene la **puesta en valor de los recursos endógenos como vía de reclamo turístico** y, con ello, **disponer de una herramienta de lucha contra uno de los grandes problemas de nuestros tiempos** y que ha ocupado el reto FiturNext de esta edición: **la despoblación**.



PARTE II

# ¿Cómo puede el turismo contribuir a la revitalización territorial?

# Investigación sobre el reto

Como se comentaba en la introducción, con esta investigación hemos tratado de ofrecer una aproximación que cubra de manera general los aspectos más destacados del fenómeno de la despoblación, teniendo en cuenta la heterogeneidad de la problemática y su dependencia y variabilidad geográfica, social y política.

## HETEROGENEIDAD DE LA PROBLEMÁTICA.

El fenómeno de la despoblación es de naturaleza dinámica y heterogénea, tal y como se mostrará a continuación. Las diferencias históricas, sociales, culturales, económicas, ambientales, climáticas o geográficas de los diferentes territorios, unida a los diferentes niveles de medida de las unidades territoriales, dan forma a un **fenómeno complejo y evolutivo que tiende a invalidar cualquier aproximación generalizada a su conocimiento**<sup>19</sup>.

**A continuación, exponemos una recopilación de algunos de los factores causantes de la heterogeneidad del suceso. Esto es, los motivos que provocan que la situación de los diferentes territorios no sean generalmente comparables entre sí y, por ende, que la aplicación de medidas correctoras no pueda efectuarse de manera generalizada, sino de forma específica y adaptada a cada territorio.**

Entre tales factores encontramos:

### FACTORES HISTÓRICOS Y ECONÓMICOS

El desarrollo en el tiempo de sociedades y la continuación de diferentes sucesos sobre territorios han contribuido a la migración hacia zonas de mayores oportunidades. Este es el caso de lo acontecido en muchas de las áreas más rurales de España, especialmente, **a partir de la década de los 50 del siglo pasado**. La evolución tecnológica, productiva y de comunicaciones focalizada en las zonas urbanas junto a la necesidad de mano de obra, produjo la obsolescencia del sistema productivo y poblacional que había hasta el momento. **Esto condujo hacia un éxodo masivo desde espacios rurales hacia las ciudades<sup>20</sup> y movimientos migratorios hacia otros países, que absorbían tres cuartas partes del crecimiento demográfico natural de la época<sup>21</sup>**. Otro ejemplo claro son las previsiones lanzadas por el Comité Europeo de las Regiones en base a la tendencia demográfica de los últimos periodos. En concreto, **se estima que en 10 años, en 2033, alrededor de 30 millones de europeos habrán abandonado los entornos rurales del continente**, en relación a la demografía existente 40 años atrás (1993)<sup>22</sup>.

### FACTORES SOCIALES Y CULTURALES

Las características antropológicas de los diferentes territorios han modulado la demografía actual. **Las corrientes culturales, la existencia de conflictos bélicos o políticos y el paulatino desarrollo de las necesidades sociales configuran y condicionan la presencia humana en los territorios**. Es el caso de, por ejemplo, lo sucedido en Colombia por la existencia de conflictos armados. En un contexto de violencia promovido por las actuaciones de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), **más de seis millones de personas se han visto forzadas a desplazarse de sus hogares fuera y dentro del país**, situándose como el segundo país con la mayor crisis humanitaria del mundo. Además, **el 87% de esos seis millones de desplazados pertenecen a áreas rurales**. Así, centenares de pueblos y ciudades han sido testigo de la huida impuesta de su población que se ve obligada a abandonar sus tierras, sus costumbres, sus comunidades y modos de vida, debido a la militarización de los territorios en favor de la causa armada<sup>23</sup>.

Por otro lado, ha de destacarse un fenómeno social asociado a la despoblación rural muy extendido, especialmente en los países más desarrollados: **“la dimensión enclavante”**. Se trata de la dimensión ligada a la concepción de la adquisición de estatus según el lugar de residencia. Esta concepción relaciona a los pueblos con el desprestigio y la falta de oportunidades y localiza a las ciudades como enclaves de buena vida<sup>24</sup>.

### FACTORES CLIMÁTICOS Y GEOGRÁFICOS

Las condiciones climáticas derivadas de las diferentes posiciones geográficas de los territorios moldean su configuración demográfica. Es el caso, por ejemplo, del desierto de Gobi (Mongolia) o de Siberia (Rusia), cuyas condiciones climáticas extremas endurecen las condiciones de vida para sus habitantes, **convirtiéndolos en territorios inhóspitos y despoblados, cuyos ratios de densidad demográfica no superan los 2 habitantes por km<sup>2</sup> y 1 habitante por km<sup>2</sup> respectivamente.**

### FALTA DE UNIFORMIDAD DE UNIDADES TERRITORIALES Y CRITERIOS DE MEDIDA

Este aspecto recibe un especial interés desde la óptica de las comparaciones y de la toma de decisiones centralizadas o generalizadas. **La inexistencia de uniformidad en torno a las unidades territoriales y sus criterios de medida, que pueden variar incluso dentro de un mismo país, genera una dificultad añadida a la hora de comparar unos y otros territorios, así como de efectuar análisis certeros** que descubran la realidad de los espacios.

En primer lugar, y relacionado con las unidades de medida, es decir, con los criterios y técnicas de delimitaciones geográficas existentes, encontramos una **amplia pluralidad**. Diferentes organizaciones y entidades han establecido sus propios criterios de referencia (de extensión y densidad demográfica) para la delimitación y zonificación de espacios urbanos y rurales. La Organización de las Naciones Unidas, la Comisión Europea, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) o el Instituto Nacional de Estadística (INE), en el caso de España, son algunas de las entidades que han expuesto sus metodologías de delimitación a diferentes escalas<sup>25</sup>.

Incluso, dentro de una misma nación, es posible encontrar diversas unidades de medición, como es el caso de la comarcalización propia de las comunidades autónomas de Galicia, Aragón, Comunidad Valenciana o País Vasco<sup>26</sup> en España. Éstas presentan variaciones singulares de agrupaciones territoriales, como la unidad de las Parroquias o Aldeas en la comunidad autónoma de Galicia, constituidas como unidades territoriales básicas de su organización<sup>27</sup>.

Relacionado con lo anterior, es necesario destacar **la precisión dimensional de las unidades de medida, cuya elección puede generar diferentes diagnósticos y soluciones**. Este es el caso de la provincia de Guadalajara, en Castilla La Mancha, ejemplo de la complejidad que arroja asociar densidades demográficas a provincias y regiones, ya que provoca como veremos más adelante, la ocultación de extensas áreas interprovinciales despobladas<sup>28</sup>.

En el marco de la Unión Europea, se establecen las clasificaciones de Unidades Territoriales Estadísticas (NUT). Las zonas NUT2, en el contexto español, equivalen a la escala de las comunidades autónomas y las NUT3, a regiones pequeñas para diagnósticos específicos con una población que

oscile entre 150.000 y 800.000. En este sentido, y para la aplicación de políticas públicas correctoras y la atribución de fondos de cohesión por parte de la UE, se adoptan los criterios de densidad de población de la NUT2 (12,5 habitantes por km<sup>2</sup>). Por citar un ejemplo, la Comunidad de Castilla la Mancha se quedaría fuera de la atribución de estos fondos por presentar una densidad demográfica de 25,62 habitantes por km<sup>2</sup><sup>30</sup>. Dentro de Castilla la Mancha, destaca la provincia de Guadalajara, que presenta una densidad demográfica de 21,7 habitantes por km<sup>2</sup>, excluyéndose de los requerimientos oficiales para la atribución de fondos de cohesión territorial. Cabe subrayar que dentro de esta provincia se observan dos realidades muy diferentes: **el 6% del territorio concentra el 80% de la población de la provincia (el Corredor del Henares), mientras que en el 94% del territorio restante la densidad se sitúa en 5 habitantes por km<sup>2</sup>**<sup>31</sup>. Esto confirma que los rígidos parámetros de clasificación y la multiplicidad y variabilidad de estos precisa de la disminución de las unidades territoriales, por ejemplo a nivel comarcal o similar, para un diagnóstico más acertado y su toma de decisiones correctoras.

## DISPARIDAD EN EL CRECIMIENTO

El crecimiento de población de un territorio no es uniforme. **Al hablar de despoblación se tiende a pensar en espacios rurales y en municipios de pequeñas dimensiones, aunque la realidad del fenómeno se extiende más allá.** En España, por una parte, existe un crecimiento de municipios pequeños que se tiende a concentrar en el litoral mediterráneo y en los archipiélagos, así como en torno a las capitales de provincia, grandes ciudades y sobre los ejes principales de comunicación. Por otra, también existe un éxodo poblacional en capitales provinciales, como en la ciudad de Cádiz, que sufre este fenómeno desde hace 30 años y que le ha llevado a perder 40.000 habitantes, más de 1.200 sólo en el último año, mientras que la provincia en su conjunto gana un incremento de más de 4.300 personas en el mismo periodo<sup>33</sup>.

## PRESENCIA EN LA AGENDA POLÍTICA

La presencia de políticas públicas en materia de cohesión territorial y medidas demográficas en las agendas de los diferentes países también modula el fenómeno de la despoblación sobre los territorios. Podemos citar como **ejemplo de impulso a las políticas públicas**

**en materia de despoblación a la Unión Europea y a España.** En ambos casos, **sus órganos gestores competenciales han incluido medidas de cohesión territorial y frente al reto de la despoblación de forma transversal en todas sus actuaciones,** generando un mayor estudio e interés por la materia. De hecho, la Unión Europea dedica todo el título XVIII de su Tratado de Funcionamiento a la cohesión económica, social y territorial, estableciendo en su artículo 174 la obligatoriedad de encaminar acciones hacia la reducción de diferencias entre los distintos niveles de desarrollo de las regiones<sup>34</sup>.

Un ejemplo de la situación contraria es el caso de Argentina. Argentina presenta una población total de 46 millones de habitantes sobre una extensión de casi 2.800.000 km<sup>2</sup><sup>35</sup>, una población similar a la de España (48 millones), aunque esta se encuentra concentrada sobre un territorio casi seis veces más pequeño (505.000 km<sup>2</sup>). De hecho, según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la nación Argentina, un 92% de la población total del país residía en urbes en 2021, cifra muy superior a la media mundial y que se espera ver incrementada en los próximos años<sup>36</sup>. Sin embargo, y al igual que en otros muchos puntos de la geografía mundial, **no se trata de una temática habitual en la toma de**

**decisiones y actuaciones políticas, dado que priman otras cuestiones de interés general** (inflación, tasa de desempleo y escolaridad, garantía de servicios básicos a la población, etc.).

Además, ha de destacarse la **transversalidad** de este fenómeno en la toma de decisiones. **La puesta en marcha de medidas y políticas de índole económicas o sociales también puede repercutir en la**

**disposición demográfica de un territorio.** Es el caso, como se comentaba en el punto anterior, de lo acontecido en España durante el periodo de la industrialización y la revolución verde de mediados y finales del siglo pasado, cuando las decisiones se tomaban bajo el foco del impulso al desarrollo de las urbes y la necesidad de mano de obra. Debido a ello, la población emigraba con la esperanza de un futuro más próspero<sup>37</sup>.



## UNA APROXIMACIÓN EN CIFRAS A LA SITUACIÓN ACTUAL

El fenómeno de la despoblación y, con él, el desequilibrio demográfico y territorial, se encuentra presente en gran parte de la geografía mundial.

Según datos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), **en 2018 el 55% de la población mundial vivía en ciudades**, porcentaje que se estima que alcance el 70% en 2050<sup>38</sup>. **Estas ciudades consumen el 75% de los recursos energéticos disponibles en el mundo y emiten el 80% del carbono que contamina el medioambiente**<sup>39</sup>. Este hecho, en un contexto donde la población mundial es tres veces mayor que a mediados del siglo XX, en el que se han alcanzado los 8 mil millones de habitantes en el mundo en 2023 y se espera un incremento de más de 2 mil millones de personas para 2050<sup>40</sup>, refuerza la importancia del equilibrio demográfico de los diferentes territorios.

Si nos centramos en territorios concretos, la situación es aún más extrema. **En Europa, por ejemplo, menos del 30% de los habitantes reside en áreas rurales, representando estas el 80% del territorio**<sup>41</sup>. Mientras, **en América del Norte, la cifra de habitantes en entornos rurales ronda el 17%**<sup>42</sup>. Por su parte, **la población rural de América Latina y el Caribe ronda el**

**18%**, constituyéndose como la región con la mayor proporción de población concentrada en mega ciudades del mundo. De hecho, de la población total de la región en 2018, el 14,2% residía en las seis ciudades con 10 millones de habitantes o más<sup>43</sup>.

Para poder entender la gravedad de estas circunstancias, es necesario hablar de densidad demográfica. En relación a este aspecto, las cifras también son dispares, e incluso pueden llegar a generar confusión. Por ejemplo, **las extensiones tan sólo de Francia, España, Italia y Alemania suman 1,8 millones de km<sup>2</sup>, con un total de 257 millones de habitantes. Para alcanzar esta cifra de población en América del Sur es necesario sumar las extensiones de Argentina, Paraguay, Uruguay, Bolivia y Brasil (unos 12,3 millones de km<sup>2</sup> <sup>44</sup>)**. Por ello, el promedio de habitantes por km<sup>2</sup> en Europa es de 142, mientras que en éstos países de Sudamérica es de 24 habitantes por km<sup>2</sup>. Si atendemos a niveles geográficos más reducidos, podemos comprobar que en algunas regiones de Europa del Norte y del Este, como en los países nórdicos, los ratios de población rondan los 4,9 habitantes km<sup>2</sup><sup>45</sup>.

Por su parte, **España es el cuarto país de Europa, tras Estonia, Finlandia y Letonia con más municipios en riesgo de despoblación**. Las áreas rurales de España (entendidas como aquellas de menos de 30.000 habitantes y cuya densidad poblacional es inferior a 100 habitantes por km<sup>2</sup>) se extienden sobre el 84% de la superficie del país, pero son tan sólo residencia del 15,9% de la población española<sup>46</sup>. **Este 84% del territorio es lo que conocemos como la “España vaciada”**.

De hecho, **en España**, y sin contar con un clima inhóspito, **encontramos ratios demográficos realmente alarmantes, que superan incluso a los espacios europeos con climatología extrema**. Es el caso de algunos pueblos de la Serranía Celtibérica (6,99 habitantes por km<sup>2</sup>) que muestran zonas con 1 habitante por km<sup>2</sup>, o algunos enclaves de la Franja Céltica, con una densidad media de 4,56 habitantes por km<sup>2</sup><sup>47</sup>. Estas ratios son sensiblemente similares a las encontradas, por ejemplo, en la Laponia Finlandesa, con 1,8-2 habitantes por km<sup>2</sup><sup>48</sup>.

Si nos fijamos en regiones concretas del interior de España, observamos que **Asturias y Castilla y León son de las comunidades autónomas más afectadas por el abandono**

**de población (más del 85% de sus municipios tenían en 2020 menos población que la que registraban en 1996)**. Tras ellas encontramos Extremadura, Aragón, Galicia y Castilla la Mancha<sup>49</sup>.

Pero el fenómeno de la despoblación se observa especialmente a escala municipal. De los 8.131 municipios de España, 5.102 pierden población desde 2001, incrementándose a 6.232 localidades en la última década, lo que establece que **3 de cada 4 municipios del país pierden población de forma continuada**. Este fenómeno es, además, eminentemente rural. De hecho, **los municipios de baja densidad demográfica ocupan el 48% del territorio nacional**, lo que supone que casi la mitad del país se encuentre en una situación de riesgo demográfico<sup>50</sup>.

**La tendencia general es, por tanto, la concentración de una población creciente en torno a urbes de gran tamaño y ejes de comunicación principales**, dejando vaciado el espacio rural y dibujando un panorama de desequilibrio demográfico generalizado sobre los diferentes territorios.

## UN ÚNICO PATRÓN COMÚN: LAS CONSECUENCIAS DE LA DESPOBLACIÓN

El proceso de la despoblación, como se ha visto en los puntos anteriores, resulta muy heterogéneo y su desarrollo se sucede de forma muy distinta en los diferentes territorios. Sin embargo, su establecimiento sobre los espacios genera una serie de consecuencias que dibujan un patrón común y compartido del fenómeno. Ha de precisarse que estas consecuencias son enfatizadas en los entornos rurales, cuya fragilidad los convierte en zonas de especial vulnerabilidad y atención.

### CONSECUENCIAS AMBIENTALES

Las consecuencias para el medio ambiente derivadas de la despoblación son variadas:

#### Abandono de los cultivos.

El abandono de espacios de cultivo derivados de la falta de población que trabaje los campos hace perder riqueza a los territorios, fomenta la **desaparición de productos locales y degrada la capacidad productiva del campo**. De hecho, sólo en España en los últimos 40 años se han abandonado más de 4 millones de hectáreas de cultivo<sup>51</sup>. Además, este fomento de la desertización rural **puede afectar negativamente a la supervivencia de la fauna local y endémica**<sup>52</sup>.

#### Intensificación agraria y ganadera.

Los modelos de producción extensivos tradicionales son sustituidos por modelos industriales que requieren de menor mano de obra y generan un alto impacto ambiental<sup>53</sup>. Además, se pierden las prácticas agroecológicas locales y los modos de vida sostenibles tradicionales, lo que conlleva a la disminución de la biodiversidad (pérdida de variedades cultivadas) y de aquellas especies silvestres que estén asociadas.

#### Degradación medioambiental.

La menor producción agrícola y ganadera de los entornos y su consiguiente falta de productos locales provoca la necesidad de un mayor flujo de exportaciones e importaciones de productos básicos a los diferentes territorios, **lo que genera un aumento de contaminación derivado del transporte**. Asimismo, se produce un **abuso y contaminación de los recursos hídricos naturales**<sup>54</sup> (derivada del uso de fertilizantes y el consumo masivo de agua). Todo ello hace a estos territorios más vulnerables frente a los impactos del cambio climático.

#### Incremento del riesgo de incendios forestales.

El abandono de actividades tradicionales del campo supone un aumento del espacio forestal, **lo que incrementa el riesgo de incendios, su propagación y el surgimiento de desertificación en estos espacios**. Podemos citar como ejemplo el crecimiento continuado de la superficie forestal de Europa, que crece a un ritmo de 357.000 hectáreas anuales. Sólo en España crecen 78.000 al año, un total de 1,8 millones más desde 1990<sup>55</sup>. Este aumento de masas forestales inflamables

provocadas por los desusos del suelo moldea espacios que favorecen las rápidas propagaciones y descontroles de los incendios forestales<sup>56</sup>. Sólo durante el 2022 ardieron en la Unión Europea 786.049 hectáreas. El 39% de las mismas pertenecían a España (310.000 hectáreas, dimensión similar a la provincia de Álava), que fue el país miembro más afectado<sup>57</sup>. Esto no sólo es crucial dada la pérdida de la biodiversidad y el impacto contaminante que genera la proliferación de incendios, sino también por la aridez que provoca en los suelos. **Estos dejan de tener la capacidad de retener recursos hídricos, provocando sequías y grandes zonas en desertificación**<sup>58</sup>.



## CONSECUENCIAS SOCIALES

### Disminución de la calidad de vida.

Aquellos territorios que comienzan a perder habitantes están expuestos a una pérdida de los servicios básicos (sanidad, alimentación, educación,..). Además, la disminución de habitantes de un núcleo reduce los recursos económicos disponibles del mismo, al tiempo que se ven mermadas las oportunidades laborales<sup>59</sup>.

Por otro lado, la **sobrepoblación de núcleos urbanos también incrementa la exposición a la contaminación, así como una mayor generación de esta** (emiten el 70% del dióxido de carbono mundial). De hecho, la Organización Mundial de la Salud (OMS) afirmaba en 2022 que el 99% de la población mundial vivía en núcleos donde se respira un aire que supera los límites aptos para la salud, siendo esto la causa de 6,7 millones de muertes prematuras cada año en todo el mundo<sup>60</sup>.

### Pérdida de identidad cultural - alienación.

La pérdida de habitantes de un territorio también **hace perder sus prácticas, costumbres, saberes y oficios ancestrales**, olvidando parte de la memoria histórica del lugar<sup>61</sup>. Además, el desarraigo hacia los valores culturales propios dificulta su transmisión generacional, alimentando el fenómeno de la alienación propio de los contextos actuales de globalización<sup>62</sup>.

Esto, además, se ve reforzado por el fenómeno turístico. La despoblación de espacios y entornos provoca, por un lado, una menor distribución de la actividad turística por reducción de opciones de destinos que visitar y, por otro, y como se ha expuesto en el párrafo anterior, la pérdida del patrimonio cultural, tanto material como inmaterial. Este hecho polariza la actividad turística y genera una mayor concentración de visitas en territorios maduros, que se une a la concentración de habitantes ya mencionada.



Otro caso a mencionar en la línea de la pérdida de identidad cultural es el de los epicentros sociales de los pequeños municipios, al menos en el contexto español: los bares. **Los bares suponen un motor para el desarrollo de la vida social de los pueblos.** Es el caso de, por ejemplo, Castilla y León. En la comunidad, y a fecha de 2023, 800 pueblos no disponen de un bar, lo que supone que un total de 70.000 habitantes no puedan disfrutar de este servicio. Muchos ayuntamientos valoran diversas alternativas y medidas para fomentar y atraer autónomos que quieran emprender en la hostelería en estos pequeños pueblos. Este es el caso del municipio de 100 habitantes de Villalaco (Palencia), que tras más de ocho años sin bar ha conseguido su reapertura como lugar de encuentro comunitario<sup>64</sup>. Otros consistorios optan por la implantación de un gestor cultural que organice actividades para la reunión de vecinos<sup>65</sup>, con la finalidad de disponer de un punto de encuentro social para la comunidad residente.

### Degradación de paisajes.

El abandono de espacios, degrada y deshumaniza culturalmente los paisajes. La disminución de población que trabaja los campos por el éxodo hacia las urbes y con ello **el abandono de terrenos a gran escala hace desaparecer diferentes modalidades de usos de suelo**, perdiéndose el paisaje cultural tradicional e histórico de los diferentes territorios<sup>66</sup>.

## CONSECUENCIAS ECONÓMICAS

### Incremento de precios.

En las grandes urbes, **el incremento de personas** aumenta la demanda de viviendas, lo que a su vez **hace subir los precios de la oferta de alquileres o de la compraventa de residencias**. A ello le acompaña un **encarecimiento del coste de vida**, que se une a una dotación de salarios no muy altos provocado por la amplia oferta de mano de obra que gotea sobre el territorio de forma constante<sup>67</sup>.

Del lado contrario, en los territorios con despoblación, el transporte hacia espacios remotos y con malas conexiones encarece los precios de los productos en los espacios rurales. De hecho, según el último informe Funcas sobre información económica, **la inflación golpea en mayor medida a los hogares con menor capacidad de gasto y ubicados en entornos rurales**. Entre los grupos de gasto más afectados en estos entornos se encuentran la alimentación, la energía y la restauración.

### Pérdida del valor del sector primario.

El sector primario (pesca, ganadería y agricultura) supone tan sólo el 2% del PIB, sin embargo, su importancia dentro de la estructura económica es vital. **La producción interna de un país**

**permite una mayor independencia frente a terceros, al tiempo que asegura el abastecimiento a su población**<sup>69</sup>.

La Organización Internacional del Trabajo considera que la promoción del trabajo digno en las economías rurales es fundamental para la erradicación de la pobreza y la garantía de los recursos alimentarios necesarios para el abastecimiento de una población creciente<sup>70</sup>.

### Aumento del coste de los servicios públicos.

Ya sea en los territorios despoblados como en aquellos que reciben población de forma masiva, **los costes de los servicios públicos se encarecen debido al desequilibrio demográfico**<sup>71</sup>. Por ejemplo, en Aragón, la despoblación y dispersión demográfica de la población residente genera un sobrecoste en el precio de los servicios públicos: casi un 11% del gasto farmacéutico, o de casi un 75% más en costes de educación<sup>72</sup>. De otro lado, la masificación de los servicios públicos en las ciudades también incrementa sus costes sin que se mejore la calidad de los mismos (mayores tiempos de espera, colapsos en transportes públicos, altas ratios en las escuelas).

## CONSECUENCIAS POLÍTICAS

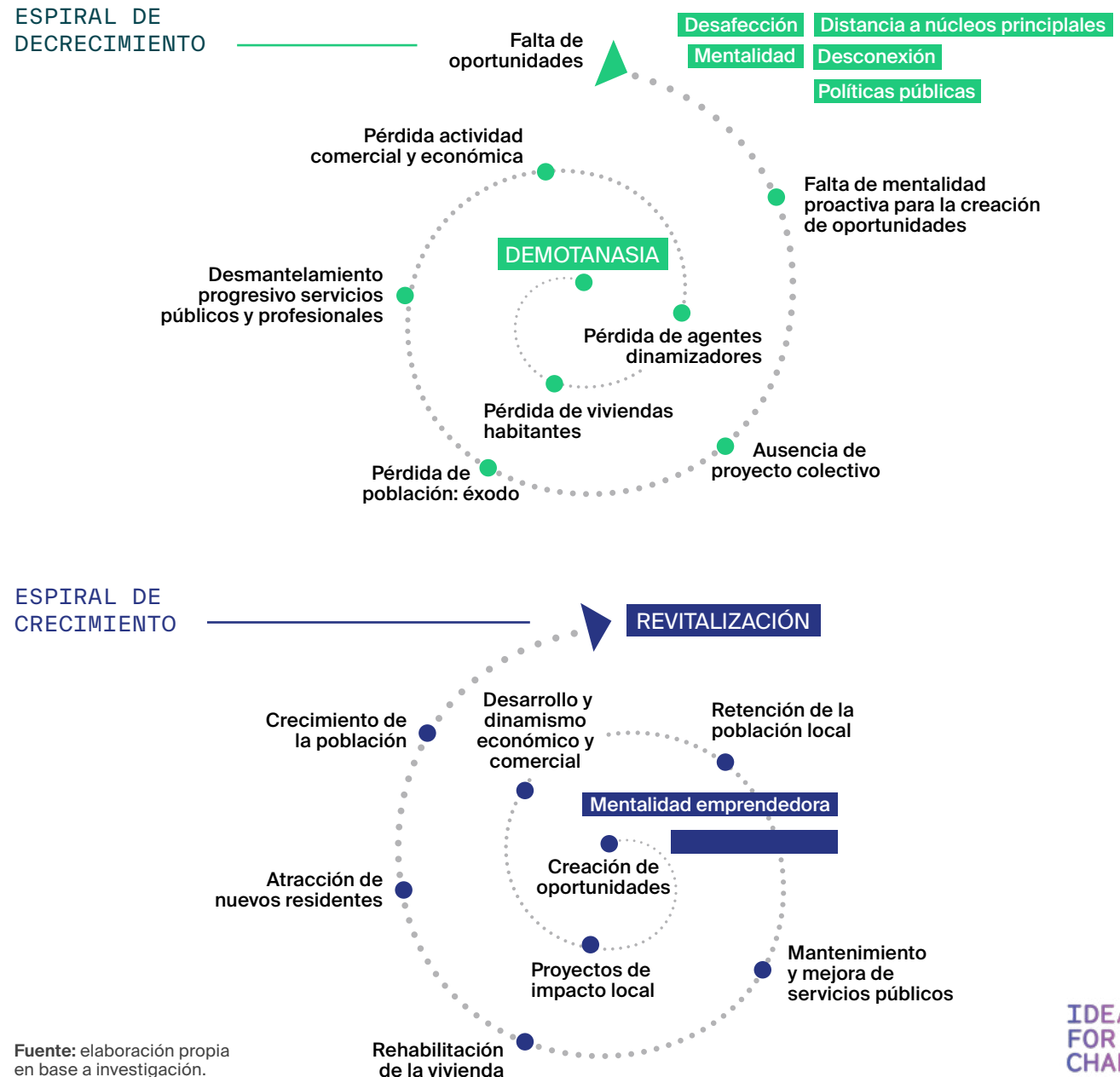
### Sobrepoblación.

Como se indica en el punto anterior, el exceso de población, es decir, el incremento de la densidad demográfica (número de habitantes por kilómetro cuadrado) de forma masiva sobre un territorio, **dificulta la labor de las administraciones públicas encargadas de proveer de manera eficiente los servicios fundamentales para el bienestar de sus habitantes**<sup>73</sup>.

### Desvertebración territorial.

El abandono de territorios incentiva su olvido en términos sociales y políticos debido a que la disminución de habitantes mengua su representación en instituciones públicas y en la sociedad civil. Un desarrollo socioeconómico no equilibrado y, por ende, un territorio no cohesionado, fomenta un decremento de estabilidad y del progreso general<sup>74</sup>.

A continuación, se ofrecen dos imágenes relativas a los procesos de despoblación (espiral de decrecimiento) y los de repoblación o revitalización demográfica (espiral de crecimiento). Con ellas, se pretende mostrar de una manera visual la relación de actuaciones que comprenden el desarrollo de las dos realidades que modulan el fenómeno de la despoblación.



## POLÍTICAS PÚBLICAS Y BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE DESPOBLACIÓN.

El desequilibrio territorial es un fenómeno atendido cada vez más por diferentes organismos institucionales a diferentes niveles. Ya en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ONU), que animan a gobiernos, sector privado y sociedad civil a la participación conjunta, se reitera en la importancia de la cohesión territorial para el bien común mundial. En concreto, **la importancia del equilibrio territorial y demográfico de los territorios incide sobre 7 de los 30 ODS lanzados en 2015<sup>75</sup>, aunque se sustentan de forma clara en los objetivos 10 y 11: reducción de las desigualdades y ciudades y comunidades sostenibles; así como en 11 de sus metas específicas.** De entre ellas, se encuentran algunas tan ejemplificadoras como la de garantizar el acceso universal a servicios de transporte público seguros, asequibles y sostenibles, el refuerzo por la protección y salvaguardia del patrimonio cultural y natural del mundo, o el apoyo a los vínculos sociales, económicos y ambientales entre zonas urbanas y rurales para la planificación del desarrollo regional y nacional de los diferentes países<sup>76</sup>. Más centrados en el ámbito continental, es posible observar la inclusión de políticas públicas en

materia específica de despoblación. Es el caso de la Unión Europea y sus estados miembros. Tal y como se ha expuesto anteriormente, **la cohesión territorial en términos económicos, sociales y demográficos es de gran importancia para el territorio de la Unión**, hasta el punto de ser agregada al Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea de 1985. Su Título XVIII relativo a la cohesión económica, social y territorial expresa lo siguiente:



*“ A fin de promover un desarrollo armonioso del conjunto de la Unión, ésta desarrollará y proseguirá su acción encaminada a reforzar su cohesión económica, social y territorial. La Unión se propondrá, en particular, reducir las diferencias entre los niveles de desarrollo de las diversas regiones y el retraso de las regiones menos favorecidas. Entre las regiones afectadas se prestará especial atención a las zonas rurales, a las zonas afectadas por una transición industrial y a las regiones que padecen desventajas naturales o demográficas graves y permanentes como, por ejemplo, las regiones más septentrionales con una escasa densidad de población y las regiones insulares, transfronterizas y de montaña”<sup>77</sup>.*

Sin embargo, la situación de Europa, al igual que la tendencia general en el resto del mundo, sigue incrementando la brecha demográfica entre los espacios urbanos y los rurales. De hecho, **el 80% del territorio europeo está considerado como rural y se encuentra habitado por tan sólo un tercio de la población total de la Unión (en torno a un 30%)**. Esto, junto a la tendencia generalizada de urbanización de los espacios, hace preciso la adopción de una visión a largo plazo a la hora de la toma de decisiones y la generación de nuevas políticas públicas<sup>78</sup>.

**En el marco de la Unión Europea se encuentra el Comité Europeo de las Regiones.** Se trata del órgano de representación de los entes locales y regiones de toda la Unión Europea, cuyo cometido es el **asesoramiento en relación a la creación de leyes que afectan a sus territorios.** Se encargan de elaborar dictámenes sobre propuestas legislativas de la Unión Europea en función de las diferentes necesidades y realidades de las distintas regiones y localidades, de forma que se fomente el debate político incluso fuera de la Unión<sup>79</sup>.

**Entre los diálogos más importantes mantenidos, se encuentra el de la evolución de la despoblación en el territorio de la Unión.** Dicha temática es divulgada a través de diferentes informes y de la celebración de diversas conferencias en el marco de su actividad. Tal es su importancia, que la despoblación se encuentra en la agenda de todas las nuevas actuaciones que realizan hacia una mirada futura de las comunidades europeas<sup>80</sup>.

También, dentro del marco de la Unión Europea, la Comisión alerta de su preocupación en esta línea. Desde el ámbito de Democracia y Demografía de la Comisión **dirigen esfuerzos hacia el cambio de tendencia y la creación de un ambiente propicio para el reequilibrio de la densidad**

**demográfica, especialmente en las áreas rurales**<sup>81</sup>.

**En el seno europeo se presta especial atención a la actuación de España en materia de despoblación,** dada la gravedad de la situación en nuestro país y la calidad y cantidad de medidas que se han comenzado a poner en marcha.

A nivel nacional encontramos **la elaboración en 2019 de una Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico.** La creación de esta estrategia contó con la participación de todos los departamentos ministeriales y una mirada técnica multidisciplinar, cuyos objetivos se encuentran centrados en la garantía de la igualdad de oportunidades y el ejercicio de los derechos de la ciudadanía en la totalidad del territorio nacional. Para ello, **establecía 7 objetivos transversales:**

1. **Garantía de la plena conectividad territorial.**
2. **Garantía de prestación de servicios básicos para todas las personas.**
3. **Incorporación de la perspectiva demográfica en la formulación de nuevas leyes.**
4. **Simplificación de la normativa y burocracia para facilitar la gestión de los municipios pequeños.**
5. **Puesta en valor de los territorios afectados y eliminación de sus estereotipos asociados.**
6. **Fomentar la formulación de mecanismos de coordinación público - privada.**
7. **Alineación de las acciones a emprender derivadas de la estrategia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible**<sup>82</sup>.



En el año 2020, la reestructuración de los departamentos ministeriales del Gobierno de España creó el **Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico**<sup>83</sup>, así como la Secretaría General para el Reto Demográfico. Esta última tiene atribuida la responsabilidad de la coordinación entre las actuaciones interministeriales y las administraciones territoriales en materia de reto demográfico, así como el impulso a la colaboración público-privada en esta línea<sup>84</sup>. De ella surgen

actuaciones como la iniciativa Campus Rural para el ejercicio de prácticas universitarias en entornos rurales. Este programa, que permite la realización de prácticas formativas en los destinos rurales, tiene como principales objetivos:

- **La apuesta por las potencialidades en materia de recursos y fuerza laboral de los diversos territorios en riesgo o situación de despoblación.**
- **La promoción del empleo joven y el impulso al talento local.**
- **La generación de nuevas formas de vínculo o arraigo.**
- **La creación de oportunidades laborales en los territorios más vulnerables<sup>85</sup>.**

Otro país donde se han elaborado políticas públicas para intentar paliar la despoblación en sus territorios ha sido **Escocia**. El país presenta una **distribución demográfica muy dispar con amplias zonas rurales en despoblación**, donde destaca la región de las Highlands. **Este desequilibrio afecta a la prestación de los servicios públicos y se encuentra muy conectado con la falta de oportunidades laborales<sup>86</sup>**. Con el objetivo de paliar la situación, el gobierno regional y el nacional han impulsado el *Inverness y Cromarty Firth Green Freeport*, para la instalación de puertos francos ecológicos en dos

municipios de las Highlands, junto a un proyecto para regenerar la ciudad de Lochaber, el Plan Maestro Fort William 2040.<sup>87</sup> Ambas actuaciones buscan dar un impulso a la economía de las Highlands y estimular nuevas e importantes actividades manufactureras a nivel local<sup>88</sup>.

De vuelta en **España**, y descendiendo aún más en los niveles competenciales y geográficos, destacan las **actuaciones realizadas por el gobierno autonómico de Castilla La Mancha, una de las comunidades autónomas con mayor porcentaje de despoblación del país.**

Según la Estrategia frente a la despoblación en Castilla-La Mancha 2021-2031, el mapa de la despoblación en esta Comunidad Autónoma se extiende sobre gran parte de su territorio: **el 67,4% del total de los municipios tiene una densidad por debajo de 12,5 habitantes km<sup>2</sup> (municipios en riesgo de despoblación) y, de estos, el 81% tiene menos de 500 habitantes.**

Por sus actuaciones frente a ello, **Castilla La Mancha se posiciona como referente internacional en la lucha contra la despoblación.** El pasado diciembre de 2023, y a petición de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el gobierno

autonómico manchego dio a conocer a nivel internacional las medidas elaboradas para hacer frente a la despoblación. En concreto, se han detallado todas las **acciones incluidas en la Ley de medidas económicas, sociales y tributarias contra la Despoblación y para el desarrollo del medio rural en Castilla La Mancha**, así como en su herramienta de aplicación, la Estrategia Regional frente a la Despoblación. De forma más particular, ha suscitado gran interés el diseño de la fiscalidad que contempla la Ley, al ser una medida pionera de deducciones

fiscales para la atracción de población hacia el medio rural. Hasta la fecha, ha conseguido beneficiar en el último año a 82.000 personas residentes en municipios con despoblación<sup>90</sup>. Pero esta no es la primera vez que el gobierno autonómico de Castilla la Mancha se ha posicionado como referente en este ámbito. **Ya en 2022 la Unión Europea señalaba estas actuaciones como un ejemplo a seguir para muchos países que se enfrentan al problema demográfico<sup>91</sup>.**



Entre las medidas de la Ley, se encuentran **la categorización y zonificación del territorio rural, actuaciones para la garantía de los servicios públicos básicos a la población rural, acciones encaminadas a la diversificación económica, medidas tributarias y beneficios fiscales a residentes en espacios rurales o el establecimiento de órganos de colaboración y coordinación de actuaciones.**<sup>92</sup>

Gracias a la puesta en marcha de esta Ley durante los últimos dos años, **Castilla la Mancha ha incrementado su población migratoria**, es decir, sin contabilizar los datos del crecimiento vegetativo, en 8.612 habitantes. Esto ha conseguido atenuar la pérdida poblacional conjunta (contabilizando saldos migratorios y de crecimiento vegetativo) con un saldo de 1,249 habitantes menos, muchos menos de los que podrían haber sido si no hubiera existido el incremento migratorio. De hecho, **en las provincias de Cuenca y Guadalajara, las más afectadas por la despoblación, el saldo ha sido positivo en 1.780 habitantes, 1.472 en Guadalajara y 308 en Cuenca**<sup>93</sup>.

Llegados a este punto, es necesario destacar una cuestión extraída del análisis particular de muchas de las regiones que sufren despoblación, que ya se anticipaba en los primeros puntos de este estudio: es necesario enfatizar en la importancia de las unidades territoriales de medida, pues **los datos positivos generales de provincias pueden venir derivados del incremento poblacional en determinadas comarcas** (por cercanía a grandes núcleos, por existencias de industrias..) pese a encontrar un continuo saldo negativo en otras. Esto, junto a la heterogeneidad de la que venimos hablando a lo largo de este informe, enfatiza la importancia de *“hacer zoom”* hacia los territorios concretos y las condiciones particulares que éstos presentan.

Finalmente, es preciso subrayar que Castilla-La Mancha no es la única Comunidad Autónoma que ha aprobado una norma para impulsar la demografía en áreas despobladas. Otras comunidades como Galicia (2021), Extremadura (en 2022), Aragón y Comunidad Valenciana (año 2023) han aprobado un marco legislativo con el foco en la despoblación.



# El papel del Turismo en la Despoblación

La actividad turística se configura como un elemento generador de flujos demográficos que contribuye al desarrollo económico local de los espacios donde se ejerce. Por ello, el turismo puede desarrollar un rol positivo en la lucha contra la despoblación.

En los últimos años, especialmente desde la pandemia provocada por el Covid-19, el turismo rural se ha convertido en una opción de ocio cada vez más extendida. El ejercicio de la práctica turística sobre los espacios rurales, que son aquellos que presentan una mayor propensión a sufrir despoblación, va más allá del disfrute de la naturaleza y el ocio al aire libre. También se extiende hacia otras capas de entorno, como la necesidad de invertir en la conservación y recuperación de los espacios, de desarrollar la economía local y de enfatizar en la recuperación de los aspectos culturales que se pierden por efecto de la despoblación. Por tanto, significa el **ejercicio de un turismo responsable que incide sobre**

**estos territorios desde un prisma de sostenibilidad social, económica y ambiental.**

Por ello, **el turismo comienza a verse como herramienta que ayude a la mitigación de la despoblación**, aunque se ha de afirmar que el turismo por sí solo no es capaz de lograrlo. **Es necesario dotar de planificación, gestión y coordinación a la actividad turística que se desarrolle** (o prevea desarrollarse), en cuestiones tales como la capacidad de carga admisible para la sostenibilidad de los territorios, la intensificación del excursionismo, que provoca un efecto espejismo sobre los mismos, y la vinculación de los valores junto a las comunidades locales<sup>95</sup>:

## CAPACIDAD DE CARGA ADMISIBLE:

Cada territorio, en función de sus características intrínsecas y propias, presenta un capacidad de carga distinta. Entendemos capacidad de carga como el número de sujetos que un territorio puede soportar en un determinado periodo de tiempo sin que se produzcan efectos negativos en el mismo (ambientales, sociales..)<sup>96</sup>. Es **imprescindible estudiar y entender las capacidades que pueden llegar a soportar los diferentes destinos para evitar perjuicios futuros de cualquier índole, asegurando la sostenibilidad** de los diferentes territorios.

Destaca el caso de Anento, un municipio de Zaragoza (España) con 40 habitantes que ha llegado a recibir en tan sólo un fin de semana 3.000 visitantes, lo que se traduce en un crecimiento relativo del 1.650% en 4 años. Esta masificación requiere una gestión desde las entidades públicas gestoras, que además, son conscientes de la necesidad de mejorar e incrementar sus infraestructuras básicas y también turísticas<sup>97</sup>.

## EFFECTO ESPEJISMO DEL EXCURSIONISMO:

La visita a lugares sin pernoctación es lo que conocemos como excursionismo. **Esta actividad puede llegar a arrojar a los diferentes destinos connotaciones negativas** debido a que la no pernoctación de los viajeros disminuye el gasto en el destino y su entorno, al tiempo que genera una falsa sensación de incremento de demanda, lo que puede llegar a confundir las tendencias del mercado. **Sin embargo, es necesario destacar que el excursionismo también puede generar impactos positivos sobre territorios.** Es el caso de, por ejemplo, el excursionismo en lugares alejados de grandes núcleos, que además en muchas ocasiones no disponen de oferta alojativa para el ejercicio de la pernoctación. Un ejemplo de ello es la actividad que realiza T-Guío, una de las iniciativas finalistas de la presente edición. En este caso, la acogida de visitantes, aunque sea sin pernoctación, permite aportar a las economías locales (bares, restaurantes..) al tiempo que contribuye con el mantenimiento y conservación del patrimonio cultural y natural de estos territorios remotos.



## SOSTENIMIENTO Y APOYO POR LA POBLACIÓN LOCAL:

Las sobresaturaciones puntuales junto a la generación de una escasa rentabilidad en términos económicos y de empleo para los territorios donde se ofertan actividades turísticas, pueden generar malestares colectivos, llegando a producir una sensación popular de rechazo hacia el turismo. Por ello, **es necesario que el desarrollo turístico que se lleve a cabo se realice sobre la base de los valores de la comunidad local y sus intereses sobre el territorio.**

Por todo lo expuesto, **es esencial impulsar desde la gobernanza el papel cohesionador del sector turístico como una oportunidad de generación de riqueza, desarrollo de territorios y crecimiento de la calidad de vida de la población local**<sup>98</sup>.

Otro aspecto importante a destacar es **el papel de las nuevas tecnologías en relación al turismo y al freno a la despoblación.** La barrera geográfica de muchos territorios rurales puede subsanarse gracias al uso de las tecnologías, tanto en cómo se configuran como canal para el traslado de mensajes al público general (oferta de servicios, productos y recursos), como en la conexión entre las diferentes partes (oferentes y demandantes de servicios turísticos).



Es decir, **las tecnologías pueden actuar como herramientas de planificación, gestión, promoción o transacción de forma simultánea.**

El uso de los *smartphones* en las búsquedas y compras relacionadas con viajes, los *chatbots* como servicios de atención al cliente 24 horas al día y de forma ininterrumpida, la proliferación de los sistemas y pasarelas de pago online, el uso de la realidad aumentada y virtual, la inteligencia artificial, el *bluetooth*, el empleo del *big data* para la creación

de servicios personalizados o la utilización masiva de las redes sociales en todo el mundo son sólo algunos de los ejemplos que ayudan a impulsar la actividad turística<sup>99</sup>.

Por otro lado, el turismo y muchas de sus actividades transversales o asociadas fomentan la participación de territorios en la industria y, por ende, la generación de flujos turísticos hacia todo tipo de espacios de una geografía. Un ejemplo de ello es el binomio cine y turismo. **La capacidad de la industria cinematográfica**

**para dar a conocer un territorio es muy poderosa.** Es el caso, por ejemplo, de lo ocurrido en Nueva Zelanda con la producción de la saga *“El señor de los anillos”*, cuyas 20 localizaciones expuestas en la primera trilogía hicieron pasar de 1,7 millones a 2,4 millones de visitas al año tras la emisión de estas primeras producciones. Tal fue el impacto que generó sobre los visitantes y residentes que se llegaron a acuñar monedas de curso legal relativas a esta saga.

Otro ejemplo de binomio turismo y cine es el relativo a las actividades de las **Films Commissions**. Las Film Commissions son oficinas de rodaje, cuyo propósito no es sólo poner en relieve los paisajes, monumentos y clima de un territorio, sino también el de visibilizar los recursos técnicos y humanos. Así, los diferentes parajes proyectados en las pantallas aprovechan su visibilidad y reciben beneficios en forma de afluencia turística.

**Tan conocida es la capacidad de atracción de la industria cinematográfica, que se toman medidas desde el ámbito público para estimularlas.** En concreto, el gobierno de España ponía en marcha en 2021 una inversión de 25 millones de euros para el impulso del papel de España como Hub Audiovisual Internacional.

En particular, y fundamentalmente ligado a la despoblación, encuadra para uno de sus cinco programas el *Spain Film Friendly Land*. El objetivo de este programa es el fortalecimiento de la red territorial de Spain Film Commission que, “junto con la ampliación del catálogo de localizaciones, monumentos y sitios de referencia, conseguirá aumentar el número de rodajes en todo el territorio español, con especial atención a localizaciones remotas, rurales o urbanas, así como en zonas despobladas”<sup>101</sup>.

En España, la **Spain Film Commission es la asociación sin ánimo de lucro que lidera desde 2001 el posicionamiento internacional del país como destino de rodajes**, a través de la coordinación de esfuerzos de las diferentes oficinas que tiene distribuidas a lo largo de la geografía nacional. De forma progresiva, la Spain Film Commission ha avanzado en su vinculación con la industria turística. Por un lado, y desde hace ya varios años, disponen de un acuerdo con IFEMA para la creación de un espacio en FITUR (Feria Internacional del Turismo). **FITUR Screen se constituye como un lugar que permite la conexión entre la industria turística y la cinematográfica** a través de la difusión del conocimiento sobre turismo cinematográfico, el intercambio comercial y la formulación

de propuestas para el desarrollo de esta actividad en España<sup>102</sup>. De otro lado, la Spain Film Commission es miembro de la Organización Mundial del Turismo (OMT), al tiempo que colabora con otras instituciones de gran importancia en el sector turístico como Turespaña o las entidades turísticas autonómicas y municipales<sup>103</sup>.

Por su parte, un ejemplo de **integración de tecnologías en la colaboración público - privada de las Film Commission es la creación de una aplicación de turismo cinematográfico en España**. La Spain Film Commission, junto a Turespaña, ha lanzado la aplicación “*Spain Screen Grand Tour*” que indica las rutas donde se han rodado diferentes películas en España, así como la información referida a las mismas y sus localizaciones<sup>104</sup>. El propósito de esta alianza es la creación de contenidos sobre turismo de pantallas y la promoción de los territorios que han acogido las diferentes producciones cinematográficas<sup>105</sup>.

Otra actuación en esta línea es la **alianza público - privada entre Turespaña y Netflix**. Ambas organizaciones lanzaban en 2021 el concurso de cortometrajes *¿Cómo dirías que es España sin decirlo?* en el marco de la Feria Internacional del Turismo (FITUR). El objetivo era dar

a conocer a España de una manera más profunda y en toda su diversidad, al tiempo que se ponía en valor el vínculo existente entre la producción audiovisual, el turismo local y la oportunidad que suponen ambos ámbitos para el fortalecimiento de la riqueza y diversidad cultural del país.

De los 43 proyectos presentados por las 30 escuelas educativas, han sido seleccionadas 5 para la financiación de su producción. En ellos, historias ligadas a los valores y atributos locales destacan las diferentes singularidades de los diversos territorios del país<sup>106</sup>.

PARTE III

# Iniciativas



# Explicación del sistema de valoración de las iniciativas: Barómetro de impacto en revitalización territorial

Tras haber analizado el reto de este año y haber expuesto la investigación realizada sobre el mismo, se procede ahora a mostrar de qué manera se han evaluado las iniciativas que se han analizado en la presente edición.

Además de la replicabilidad, que es medida a través del formulario inicial de inscripción de las iniciativas al reto, el Observatorio FiturNext incluye la medición del impacto en relación al reto lanzado. Esta medición es realizada mediante un barómetro creado expresamente para cada uno de los retos, aglutinando las diferentes categorías de iniciativas. Así, y además de tener en cuenta el cuestionario inicial de inscripción, se realiza, al menos, una entrevista basada en los indicadores de impacto establecidos con los impulsores del proyecto. En esta edición, se ha diseñado un **barómetro enfocado en hacer una evaluación en términos de desaceleración y freno contra la despoblación, analizando así el grado de contribución de las diferentes iniciativas al reto.** Entre otros factores, se mide el crecimiento de visitantes sobre el territorio, el incremento de organizaciones y actividades comerciales, el empleo generado o la difusión de los valores y tradiciones locales entre otros.

De manera transversal, y para recoger los retos anteriores del observatorio FiturNext, se analiza la creación de una comunidad entre visitantes y residentes y, en su caso, con los agentes que componen el sector turístico de la oferta; la participación en la cadena de valor de turismo revitalizador territorial, de manera tanto directa como indirecta; si la iniciativa se enfoca en grupos en situación de especial vulnerabilidad (igualdad de género, accesibilidad); y finalmente, si se genera empleo y éste es inclusivo.

Tras este segundo filtro, se seleccionan dieciséis iniciativas que son trasladadas al Consejo Asesor, el cual vuelve a evaluar las propuestas. **De la unión de ambas evaluaciones se seleccionan las doce iniciativas que se incorporan al Observatorio y eligen los tres proyectos ganadores, uno por categoría,** así como las nueve iniciativas finalistas. Todas ellas son las que aparecen en el siguiente epígrafe del presente informe.

## RETO FITURNEXT 2024: HACIA LA REVITALIZACIÓN TERRITORIAL

Esta edición, con foco en cómo el turismo puede articular una importante contribución al reto demográfico y al reequilibrio social y económico de los diferentes territorios, ha sido necesario profundizar en una serie de aspectos relacionados con:

- **La gestión y promoción de territorios que sufren la despoblación:** Resituar espacios de nuevo en el mapa. **Dar a conocer y poner en valor los diferentes recursos endógenos** que hacen a los territorios merecedores de visita y **reforzando la identidad local** de sus residentes y entornos.
- **La importancia de las conexiones:** La comunicación, ya sea a nivel de transporte e infraestructuras o al de las telecomunicaciones, **es indispensable para el desarrollo de los territorios** de cualquier lugar del mundo. Una buena red de conexiones hacia otros puntos que acerque a la comunidad local a los diferentes servicios básicos disponibles, y que permita un fácil acceso a los mismos, puede convertirse en un freno a la despoblación e incluso, contribuir a la revitalización de destinos.

- **Más que experiencias, se buscan vivencias turísticas:** La visita a territorios que pierden población suele estar concentrada en entornos rurales. En ellos, la cercanía de la población local y la experimentación de las tradiciones y culturas locales convierten la experiencia en una **vivencia cercana, única, personal y conectada al entorno donde se realiza.**

Tales aspectos conforman las principales características de las categorías de esta convocatoria 2024:

- **Servicios turísticos revitalizadores**
- **Gestión de territorios en despoblación**
- **Promoción de territorios despoblados**

Por su parte, la evaluación de impacto de las diferentes categorías, ha sido realizada a través de sus correspondientes indicadores, que serán profundizados a continuación.

## CATEGORÍAS E INDICADORES DE REVITALIZACIÓN DE TERRITORIOS PARA MEDIR EL IMPACTO:

Como cada edición, el Observatorio crea un nuevo barómetro *ad hoc* para la evaluación del impacto de las diferentes iniciativas en relación al reto. En esta ocasión y tras la investigación efectuada sobre la materia, se formularon 8 indicadores comunes y 1 específico para las diferentes categorías. A continuación se desarrollan cada uno de ellos y se relacionan, en función de las categorías, como muestra la siguiente tabla.

- **Crecimiento de visitantes:** el incremento de visitantes sobre el territorio es vital para la viabilidad del proyecto y el inicio de la revitalización territorial. El impulso económico que puede generar no sólo para la propia industria turística, sino también para todos los sectores e industrias afines y transversales, asienta nuevas oportunidades para la población.
- **Estacionalidad:** Para que el crecimiento de visitantes y con él, la generación de nuevas oportunidades tengan solidez, debe, en la medida de lo posible, desarrollarse a lo largo del año. Un flujo turístico concentrado en períodos concretos del año no fomenta la creación de oportunidades estables o continuas.

- **Incremento de la conectividad:** el crecimiento de los indicadores anteriores da lugar a mejoras en la conectividad territorial, tanto a nivel de transportes o accesos como al de comunicaciones e infraestructuras.
- **Número de nuevos negocios creados:** la estimulación de la demanda conlleva la creación de nuevas ofertas empresariales que, sin ser turísticas, contribuyen a satisfacer las necesidades de la oferta creciente y por ende, de la demanda.
- **Comercio:** todo lo anterior conlleva un incremento de las actividades comerciales sobre el territorio y sus entornos más próximos.
- **Empleo:** gracias al incremento de nuevos servicios, empresas, conectividad y comercio se genera la necesidad de mano de obra, por lo que crece la oferta de empleos sobre el territorio y su entorno.
- **Incremento de niños sobre el territorio (ratio anual):** con el crecimiento de población que proviene del exterior y el freno a la

migración de los propios residentes, comienza a incrementarse la población de manera natural en el destino, incrementándose el número de niños y jóvenes en el mismo y, con ellos, afianzándose el futuro del territorio.

- **Incremento de servicios básicos (escuelas, centros de salud, farmacias..):** el crecimiento de la población del territorio y la generación de actividades comerciales, la conectividad y el empleo, generan de manera natural el aumento de servicios básicos que cubran las necesidades de la nueva población en condiciones de seguridad y sostenibilidad.
- **Incremento de servicios turísticos:** el aumento del flujo de visitantes estimula la creación de nuevos servicios turísticos que puedan cubrir las necesidades de la creciente demanda.
- **Difusión de los valores locales:** La pérdida de población no sólo es una cuestión de números. El abandono de territorios conlleva la muerte de tradiciones, labores, valores, identidad y culturas locales, muchas de las cuales se encuentran en peligro de desaparición.

- **Acciones de difusión área despoblada como destino turístico:** Ya lo decía Gabriel García Marquez, “lo que no se comunica no existe”. Volver a situar a territorios en el mapa poniendo en valor sus recursos locales y endógenos forma parte de la receta hacia el equilibrio territorial.

## TABLA CATEGORÍAS E INDICADORES

Servicios turísticos revitalizados	Gestión de territorios en despoblación	Promoción de territorios despoblados
	Crecimiento de visitantes	
	Estacionalidad	
	Incremento de la conectividad	
	Nuevos negocios creados	
	Comercio	
	Empleo	
	Incremento de niños	
	Incremento de servicios básicos	
	Incremento de la población	
	Incremento de servicios turísticos	
Difusión de los valores locales		
	Acciones de difusión como área despoblada	

## INDICADORES TRANSVERSALES:

Como ya es habitual, estos indicadores se han sumados a los relativos a las temáticas de las ediciones anteriores, con el objetivo de afianzar el conocimiento acumulado a lo largo de estos cinco años:

- **Comunidad:** ¿Se crea algún tipo de comunidad en torno a la iniciativa que incluye a residentes y visitantes?
- **Sistema:** ¿Se genera o participa de alguna manera en la cadena de valor revitalizadora territorial más allá del nivel local?
- **Vulnerabilidad:** ¿Impacta la iniciativa en personas en situación de especial vulnerabilidad o la actividad favorece a algún colectivo en esa situación? (género, accesibilidad, capacidad económica limitada...).
- **Empleo inclusivo:** ¿Se genera empleo para personas en situación de vulnerabilidad de manera directa o indirecta? Y el lugar de trabajo, ¿es accesible?

An aerial photograph of a coastline. The top half of the image shows a dark teal sea with a textured surface. The bottom half shows a rugged, light-colored rocky shore with a dark, narrow strip of water or sand between the rocks and the sea. The text 'Iniciativas ganadoras y finalistas' is overlaid on the sea area.

# Iniciativas ganadoras y finalistas

CATEGORÍA I

# Servicios turísticos

**FiturNext**  
OBSERVATORY

Patrocinado por:

ENRIQUE  
TOMÁS  
★★★★★





# Genalguacil Pueblo Museo

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:	Fundación
LUGAR:	Genalguacil (Málaga), España
AÑO DE INICIO:	1994
PÁGINA WEB:	<a href="http://www.pueblomuseo.com">www.pueblomuseo.com</a>

## OBJETIVO:

Combatir la despoblación a través de la fusión del arte, la cultura, la tradición y la naturaleza, creando un municipio con atractivo turístico artístico y cultural.

## ACTIVIDAD:

Comienza como iniciativa del actual alcalde, pero para darle continuidad frente a cambios de gobierno, se crea la Fundación. Se trata del único pueblo museo habitado del mundo, lo que ha reforzado su identidad y el arraigo de los residentes que son, además, inspiración de las obras de arte expuestas en la calle durante todos los días del año. De esta forma se crea un turismo de calidad, que desestacionaliza y se extiende por la totalidad del municipio. Junto a los visitantes, también acuden los diferentes artistas para la creación de sus obras, lo que fomenta la actividad comercial y económica del municipio.

## RESULTADOS:

- 20.508 visitantes en un año, sólo en el museo central.
- Más de 180 artistas han dejado su huella.
- Inclusión en el ranking del Observatorio de la Cultura (La Fábrica) codeándose con otros activos patrimoniales como la Alhambra.
- Recuperación de población y, por primera vez, crece el número de niños matriculados en el colegio.
- Implantación de fibra óptica y mejora de carreteras.
- Creación de dos nuevos restaurantes (uno de ellos vegano) y nuevas ofertas de alojamiento.
- Al menos 8 nuevos empleos. Iniciativa replicada en el marco de la UE.





# Jáchal Tierra Adentro

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:

Fundación y empresa AAVV.

LUGAR:

Argentina

AÑO DE INICIO:

2021

## OBJETIVO:

Poner en valor y dar identidad en el escenario turístico a Jáchal, un destino emergente en donde el turismo rural puede ser un motor de desarrollo. Tras la planificación, trabajan con los actores locales e instituciones para la co-creación de iniciativas en pequeñas comunidades para la prestación de servicios turísticos, fundamentalmente centrados en la práctica de artesanía ancestral.

## ACTIVIDAD:

Asociación de turismo comunitario integrada por pequeños emprendedores turísticos que busca potenciar los pequeños poblados del entorno dándoles visibilidad a través del turismo. Así, generan experiencias y productos turísticos, fortaleciendo a pequeños grupos asociativos, especialmente formados por mujeres, logrando evitar el desarraigo y generar empleos locales y dignos. También ofrecen formación en turismo, para profesionalizar la creciente oferta del destino.

## RESULTADOS:

- 1.000 visitas en un pueblo apartado de 100 habitantes.
- Creación de autoempleos especialmente de mujeres en situación de vulnerabilidad.
- Se ha conseguido agrupación y actuación de manera conjunta y coordinada que, además, ha sido replicada en otros pueblos cercanos.
- Se ha instalado Internet y se han abierto nuevos caminos que conectan municipios.
- Han formado a la comunidad para que puedan difundir sus servicios en redes sociales, así como capacitación en atención al turista.

# Escuela de Herreros

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:	Empresa SL
LUGAR:	Toledo, España
AÑO DE INICIO:	2012

## OBJETIVO:

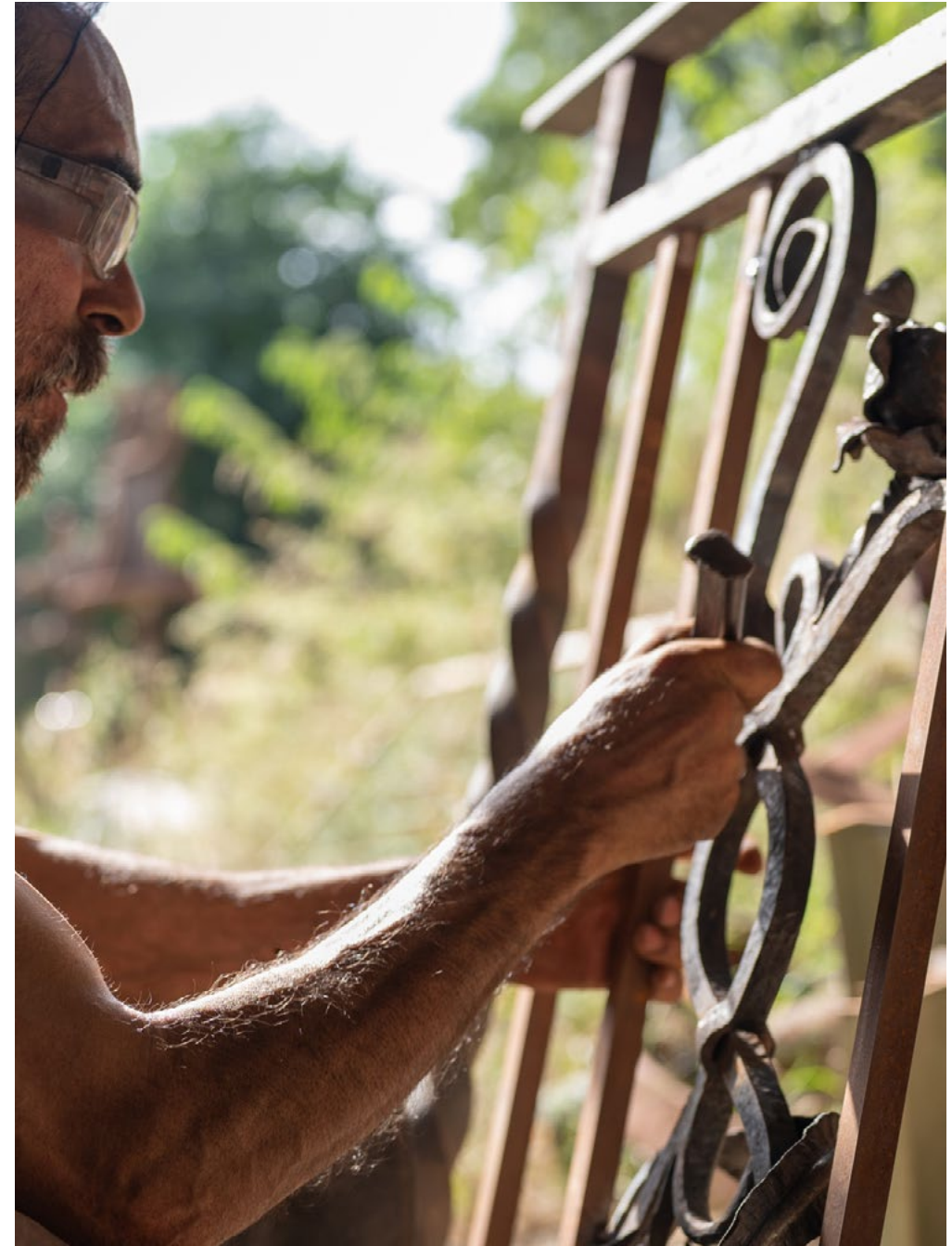
Divulgación de la forja tradicional y mantenimiento del oficio para asegurar el relevo generacional gracias a la impartición de cursos de formación de diversas duraciones.

## ACTIVIDAD:

Centro de impartición de cursos presenciales de forja tradicional en diversos formatos y de diferentes duraciones. Además de la estancia durante el curso, en las horas libres se realizan actividades con la comunidad local, desde encuentros para comidas a asistencia a otros talleres o actividades ofrecidas por particulares en el entorno.

## RESULTADOS:

- La iniciativa ha sido replicada en diferentes partes del mundo de la mano de alumnos que abren sus propios talleres de forja, especialmente en ámbitos rurales.
- Ha dado a conocer el municipio de San Antonio. Toledo (25 habitantes) a los 100-150 alumnos anuales que han tenido, así como a los visitantes interesados.
- Apertura de 2 alojamientos y se ha mantenido el bar del municipio colindante.
- Creación de sinergias con otros artesanos de la zona.
- 4 alumnos se han trasladado a vivir allí.





# Mama Uma

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:	Empresa SL.
LUGAR:	Ecuador
AÑO DE INICIO:	2016
PÁGINA WEB:	<a href="http://mamaumatravel.com">mamaumatravel.com</a>

## OBJETIVO:

Creación de un turismo para las generaciones de relevo. Fomento de un turismo consciente para destinos y visitantes a través de la aproximación a los saberes ancestrales ecuatorianos.

## ACTIVIDAD:

Creación de actividades turísticas con la participación de comunidades locales indígenas basadas en la cultura y los valores locales ancestrales. Ofrecen guías senderistas y escuela bosque, propiciando una educación activa y experiencial a través del turismo.

## RESULTADOS:

- Más de 400 madres con sus hijos han visitado 16 destinos rurales.
- Co-creación de actividades turísticas con la población local indígena.

- Formación en comunicación y redes sociales a las mujeres indígenas proveedoras de las actividades.
- Formación a niños en relación a la cultura y la naturaleza local.
- Apertura de accesos y un camino hacia un espacio ancestral.
- Creación de 8 autoempleos para varias mujeres indígenas y generación de sinergias entre las mismas.
- Creación de conexiones entre oferentes de experiencias turísticas y demandantes
- Sostenimiento de 12 jóvenes en el territorio.
- Contribución al mantenimiento y mejora de servicios muy básicos como el agua potable o la energía.

# Abriendo Pueblos by T-Guío

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:	Pyme - autónoma
LUGAR:	Maestrazgo, España
AÑO DE INICIO:	2018
PÁGINA WEB:	abriendo-pueblos.com

## OBJETIVO:

Mostrar el Maestrazgo (Teruel) y sus pueblos y paisajes de una forma diferente, proporcionando acceso a lugares que no siempre están abiertos, dando así visibilidad a una parte sorprendente y desconocida del patrimonio escondido de la comarca.

## ACTIVIDAD:

Generación de visitas guiadas a la carta por localidades del Maestrazgo. La impulsora ha llegado a un acuerdo con los diferentes alcaldes de la zona para la cesión de las llaves de los recursos más importantes del territorio (que se encuentran cerrados), de forma que puedan ser visitados.

## RESULTADOS:

- 400 visitas anuales.
- La actividad ayuda al mantenimiento de servicios mínimos y elementos patrimoniales de algunas poblaciones, en otras simplemente se les da visibilidad, pero en cualquier caso, la población local se siente valorada y se anima a preservar su patrimonio.
- Colabora con diferentes negocios de la zona para la ejecución de sus actividades, especialmente bares y restaurantes.
- La iniciativa ayuda a que el turismo se vea de otra forma en lugares hasta el momento muy preservados.



CATEGORÍA II

# Gestión de la despoblación

**(FiturNext)**  
OBSERVATORY

Patrocinado por:



# Recartografías

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:	Asociación sin ánimo de lucro de investigación y acción territorial - Académica.
LUGAR:	Teruel, España
AÑO DE INICIO:	2013
PÁGINA WEB:	<a href="http://www.recartografias.es">www.recartografias.es</a>

## OBJETIVO:

Concienciar sobre el problema de la despoblación del medio rural desde el punto de vista proactivo y ofrecer soluciones de desarrollo de zonas rurales a través de la custodia del territorio y el turismo.

cultural del mundo rural uno de sus pilares principales. Además realizan proyectos de investigación que permiten la participación de estudiantes universitarios, fomentando la atención académica hacia el problema de la despoblación.

## ACTIVIDAD:

Utilizan los valores patrimoniales e inmateriales endógenos como actividades turísticas ofrecidas por residentes en comunidad con los visitantes (artesanos, gastronomía...). Trabajan mediante la custodia del territorio, restaurando y revitalizando el pueblo que se encontraba abandonado y sus edificios en estado ruinoso. Ofrecen actividades turísticas, culturales e interactivas, talleres y charlas formativas en distintos formatos y temáticas, siendo la diversificación de la oferta

## RESULTADOS:

- Apertura del Museo de la Masía y la Memoria Rural. En San Agustín (pueblo de 100 habitantes censados) han pasado de 0 visitantes en 2016 a 1.000 visitas anuales.
- En otro municipio cercano se ha pasado de 2 residentes a 6. Se han creado por primera vez dos alojamientos, se ha conseguido mantener el bar y se ha montado un nuevo negocio.
- Asfaltado y recuperación de calles y conexiones hacia otros municipios cercanos, mejora de accesos en transporte público.
- Nuevo edificio en construcción. Sinergias entre la comunidad local, la producción de actividades turísticas y asociaciones de despoblación y universidades.
- Creación de al menos 4 puestos de empleo.





# AlmaNatura

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:	Fundación y S.L.
LUGAR:	España
AÑO DE INICIO:	2022, aunque la entidad tiene más de 25 años de recorrido
PÁGINA WEB:	<a href="http://www.almanatura.com">www.almanatura.com</a>

## OBJETIVO:

Atraer a nuevos viajeros que permitan la revitalización del entorno a través de convenios y acuerdos entre organizaciones, espacios de trabajo y experiencias turísticas basadas en recursos endógenos.

Para fomentar el desarrollo rural de la zona, tienen convenios con otras organizaciones y entidades como universidades o gobiernos locales o el Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico.

## ACTIVIDAD:

AlmaNatura LAB es un laboratorio de inmersión en el medio rural que impulsa iniciativas innovadoras, sostenibles y significativas. Realizan inmersiones rurales de teletrabajo en un antiguo molino rehabilitado en la Sierra de Huelva donde trabajar en remoto y conectar con otras personas, locales o del propio equipo de trabajo, a través de la participación en actividades de turismo activo, retos locales de la población, o trabajos en comunidad, entre otros.

## RESULTADOS:

- En torno a unas mil visitas anuales y en aumento
- 4 empleos generados
- Crecimiento de la población de 3 familias nuevas
- 10 personas en un municipio de poco más de 600 habitantes con éxodo continuado.
- Creación de nuevos servicios turísticos y transversales en el territorio, fomentando la actividad comercial de productos km<sup>0</sup>.
- Soporte a municipios cercanos que se ven beneficiados por la mayor afluencia de visitantes.



# Centro Expositivo ROM

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:	Fundación
LUGAR:	Aguilar de Campoo, España
AÑO DE INICIO:	2006
PÁGINA WEB:	santamariarealmuseorom.com

## OBJETIVO:

Dar a conocer el monasterio de Santa María la Real de Aguilar de Campoo y promocionar el patrimonio románico del territorio (norte de Palencia, sur de Cantabria y noroeste de Burgos) a través de una triple E del patrimonio: educación, emoción y entretenimiento.

## ACTIVIDAD:

Desarrolla, da a conocer y salvaguarda el Monasterio al tiempo que sirve como punto de lanzamiento para impulsar el arte románico como recurso turístico. Ofrece visitas guiadas tradicionales con el apoyo de las nuevas tecnologías, así como visitas teatralizadas. Apuesta también por la difusión de valores a través de la educación con visitas escolares, utilizando las nuevas tecnologías, así como diferentes visitas temáticas y campamentos de verano, no sólo

ubicadas en el Monasterio, también en diferentes recursos de su rico patrimonio histórico románico y medieval.

## RESULTADOS:

- Entre 20.000 y 40.000 mil visitas anuales, con un crecimiento constante.
- Han promovido la conexión a internet del municipio y el uso de nuevas tecnologías. Ellos mismos ofrecen un bus en verano.
- La fundación ha restaurado más de 100 iglesias románicas.
- Se han formado numerosos guías en patrimonio y han creado sinergias con otros negocios y agencias de viaje para la comercialización de paquetes.
- Creación de al menos 3 puestos de empleo directo, así como oferta en formación.
- El municipio gana población no censada.



CATEGORÍA III

# Promoción de territorios despoblados

**(FiturNext)**  
OBSERVATORY

Patrocinado por:



# Camino del Cid

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:	Consortio público
LUGAR:	España
AÑO DE INICIO:	2002
PÁGINA WEB:	<a href="http://www.caminodelcid.org">www.caminodelcid.org</a>

## OBJETIVO:

Creación de una ruta turístico cultural de unos 2.000 km que transcurre por territorios de baja densidad demográfica (el 43% de estas poblaciones tienen menos de 100 habitantes, el 80% sufre despoblación), fomentando así su desarrollo económico y social.

## ACTIVIDAD:

A través de la ruta cultural, que es posible transitar a pie, en vehículo de tracción mecánica o en bicicleta y que atraviesa gran parte de España, especialmente lugares con despoblación, se favorece la generación de recursos económicos (nuevos negocios turísticos y transversales) y su consiguiente creación de empleo; arraigo para residentes como reclamo de visitantes y el fomento de sinergias entre los diferentes pueblos y asociaciones que comparten problemáticas y experiencias.

## RESULTADOS:

- Más de 100 mil viajeros y en tendencia creciente.
- Creación de 5 nuevos alojamientos con más de 80 plazas y empresas de servicios como la de reparación de bicicletas, así como otros modelos de asistencia al camino.
- Creación de conexiones y sinergias entre localidades que comparten objetivos y problemáticas.
- Mejora de las infraestructuras de los caminos, así como la señalización anual de estos
- Difusión de valores locales en medios de largo alcance como RTVE o Chanel Italia.
- Colaboración con Turespaña y otras rutas culturales.





# Montañas Vacías

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:	Particular
LUGAR:	Teruel, España
AÑO DE INICIO:	2019
PÁGINA WEB:	<a href="http://www.montanasvacias.com">www.montanasvacias.com</a>

## OBJETIVO:

Mostrar el territorio despoblado de una forma diferente usando los nuevos medios de comunicación y promoviendo rutas ciclistas en estos territorios.

## ACTIVIDAD:

Consiste en una red de rutas en bicicleta para concienciar sobre la situación demográfica en las zonas de montaña alrededor de Teruel y Guadalajara a través de la sensibilización y puesta en valor de los recursos endógenos.

## RESULTADOS:

- El goteo constante de visitantes nacionales e internacionales (de 5 a 10 personas al día) en zonas antes no visitadas (30-40 pueblos de Teruel y Guadalajara) ha permitido que los servicios existentes se hayan mantenido tras la pandemia, y que entre estos se creen sinergias.
- Se ha reabierto un bar (centro social).
- Replicación en Soria, Lleida, México, Suiza, Alemania, Navarra..., la mayor parte en territorios con despoblación.
- Creación de 2 nuevos empleos y mantenimiento del nivel de población.
- Difusión nacional e internacional de la situación de la despoblación.
- Mantenimiento y arreglo de caminos y senderos.

# Eurovelo

TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:	Asociación, iniciativa
LUGAR:	Europa
AÑO DE INICIO:	1997
PÁGINA WEB:	en.eurovelo.com

## OBJETIVO:

Creación de una red de ciclismo que cruce Europa, se expanda y conecte los diversos países y zonas, especialmente las rurales, contribuyendo a su desarrollo económico (mayor gasto diario de media) y social. Además ofrece un plano ambiental, al tratarse de *slow tourism* y de traslados de bajas emisiones.

## ACTIVIDAD:

Red de 17 rutas ciclistas de larga distancia, con cerca de 90.000 km de itinerarios que conectan y unen todo el continente europeo. Las rutas pueden ser utilizadas tanto por cicloturistas como por la población local que realiza desplazamientos diarios.

## RESULTADOS:

- Pese a que no se contabilizan todos los ciclistas (dificultad por extensión y multinacionalidad), el crecimiento es continuado (un 11% en relación al 2019), superando los 180 ciclistas diarios en temporada alta.
- Creación de servicios de asistencia a bicicletas y espacios de picnic por toda la red.
- Creaciones de conexiones e infraestructuras entre municipios como en Arlene (Irlanda).



# Best Tourism Villages by OMT



TIPO DE ENTIDAD IMPULSORA:

Organismo intergubernamental especializado en turismo de la ONU

LUGAR:

Mundial

AÑO DE INICIO:

2021

PÁGINA WEB:

[www.unwto.org](http://www.unwto.org)

## OBJETIVO:

Que el turismo sea palanca de desarrollo rural. Abordaje de cómo el turismo puede ayudar a los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de la integración y cohesión territorial, fomentando nuevas políticas turísticas y demostrando la fuerza del turismo para incentivar.

reciben apoyo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y sus socios para mejorar elementos de las áreas identificadas como brechas en el proceso.

## RESULTADOS:

- Cinco de los pueblos ya comienzan a ganar madurez como destinos.
- Se ha producido una digitalización del destino en pueblos de Andorra y Grecia, en otros, se ha invertido en infraestructuras (gobierno de Omán), fortaleciendo el mantenimiento de población en los pueblos finalistas y ganadores gracias a la actividad generada.
- Replicación del concepto en la India a nivel nacional.
- Difusión en grandes medios internacionales de prestigio.

## ACTIVIDAD:

Premian de manera anual un pueblo que sea un ejemplo destacado de destino de turismo rural con reconocidos bienes culturales y naturales, que preserve y promueva valores, productos y estilos de vida comunitarios con un compromiso con la sostenibilidad. La iniciativa también incluye un programa de mejora que beneficia a una serie de aldeas seleccionadas entre aquellas que no cumplen plenamente los criterios de la iniciativa. Estas aldeas

# Toolkit de iniciativas ganadoras

CATEGORÍA I - SERVICIOS TURÍSTICOS

# Genalguacil Pueblo Museo

## CONTRIBUCIÓN AL RETO

Revitalización de entornos a través de la generación de servicios turísticos en territorios con despoblación.

## INDICADORES

- Difusión de los valores y cultura local
- Generación de nuevas actividades turísticas
- Generación de empleo

## CONTRIBUCIÓN AL SECTOR TURÍSTICO

Genalguacil es el ejemplo de cómo un pueblecito de escasa población y recursos puede luchar contra el éxodo de sus jóvenes a través de la actividad turística y la cultura. La involucración de los residentes en las obras expuestas y la creación de actividades en comunidad entre visitantes y residentes genera un valor y orgullo identitario que impacta muy positivamente en la revitalización del territorio.





# Genalguacil Pueblo Museo



## MARCO DE REPLICABILIDAD

### DESARROLLO

El grado de desarrollo de la iniciativa es muy alto, debido también a su tiempo de andadura (más de 25 años) y la implicación desde el principio tanto a nivel público como de los residentes.

### DOCUMENTACIÓN

La iniciativa tiene documentado el proyecto. Además, a nivel audiovisual están documentadas las diferentes actividades llevadas a cabo durante estos años.

### RECURSOS

Los recursos necesarios para poner en marcha un proyecto similar son entre 100.000€ y 500.000€ y a nivel humano un equipo de entre 5 y 25 personas.

### DEPENDENCIAS

Debido a que es un proyecto que utiliza suelo público para la exposición de obras, requiere de apoyos, especialmente a nivel normativo local, para su implementación.

### TRANSFERENCIA

La documentación sería compartida de manera abierta, para así poder facilitar su réplica en otros contextos con características similares.

### ECOSISTEMA

Al tratarse de un proyecto que implica la participación de diversos agentes locales para asegurar su éxito, se requiere que los actores estén dispuestos a asumir un rol activo.

## ELEMENTOS REPLICABLES

### IDEAS

Hacer del municipio un museo artístico al aire libre disponible todo el año como forma de reclamo turístico.

### HERRAMIENTAS

Contar con un municipio dispuesto a transformar sus calles de una forma artística.

Contar con artistas de diferentes perfiles que hagan y dejen sus obras en el municipio.

Contar con la participación de la población local para incentivar el arraigo a través de la cultura y el arte.

## QUIÉN PUEDE REPLICAR

Fundamentalmente, administraciones públicas locales, aunque también diputaciones o regiones más extensas que guarden un proyecto en común. También un conjunto de municipios que quieran establecerse en red en torno a un proyecto cultural.

CATEGORÍA II  
GESTIÓN DE LA DESPOBLACIÓN

# Recartografías

## CONTRIBUCIÓN AL RETO

Revitalización de entornos a través de la gestión de territorios que sufren la despoblación.

## INDICADORES

- Revitalización de territorios a través de la actividad turística
- Creación de empleo
- Co-creación de actividades turísticas junto a la población local

## CONTRIBUCIÓN AL SECTOR TURÍSTICO

El proyecto Recartografías busca revertir el fenómeno de la descartografía, el proceso de desaparición paulatina de lugares en los mapas como consecuencia del declive rural. Con el desarrollo del municipio de San Agustín como destino turístico basado en recursos endógenos y participación local, consiguen su propósito, al tiempo que difunden la realidad de la España vaciada.



# Recartografías

## MARCO DE REPLICABILIDAD

### DESARROLLO

El grado de desarrollo de la iniciativa es alto, especialmente al llevar en marcha desde 2013 de manera exitosa y poder ser un referente para su réplica.

### DOCUMENTACIÓN

La iniciativa dispone de una página web donde publican diversos artículos sobre el proyecto. Además, al ser los promotores del entorno académico, tienen diversas publicaciones con sus investigaciones.

### RECURSOS

Los recursos necesarios para poner en marcha un proyecto similar son entre 25.000€ y 100.000€ y a nivel humano un equipo de entre 5 y 25 personas.

### DEPENDENCIAS

Al trabajar a nivel local y hacer uso del territorio para su desarrollo, para poner en marcha un proyecto similar se necesita la aprobación de entidades oficiales.

### TRANSFERENCIA

De cara a favorecer la creación de modelos similares que ayuden a otros territorios la iniciativa deja su documentación de manera abierta.

### ECOSISTEMA

Al trabajar en entornos con muy poca población, un proyecto de estas características requiere que los actores, tanto públicos como privados, estén dispuestos a asumir un rol muy activo.



## ELEMENTOS REPLICABLES

### IDEAS

Uso de los valores endógenos para la concienciación sobre la situación demográfica, económica y social del territorio.

### HERRAMIENTAS

Generación y desarrollo de sistema de custodia del territorio.

Sinergias con la comunidad local para la producción de actividades turísticas.

Acciones de difusión de la actividad.

## QUIÉN PUEDE REPLICAR

Entidades públicas y privadas que deseen trabajar en colaboración para fomentar la actividad de custodia del territorio desarrollando actividades co creadas junto a la población local.

CATEGORÍA III  
PROMOCIÓN DE TERRITORIOS DESPOBLADOS

## Camino del Cid

### CONTRIBUCIÓN AL RETO

Revitalización de entornos a través de la promoción de territorios en despoblación.

### INDICADORES

- Crecimiento de visitantes exponencial
- Incremento y creación de nuevos servicios turísticos
- Acciones de difusión de los valores y el patrimonio local

### CONTRIBUCIÓN AL SECTOR TURÍSTICO

El camino del Cid es un proyecto con más de 20 años que, a través de la cultura literaria, ofrece diferentes senderos transitables en vehículos o a pie, cuyos trazos pasan por territorios con gran despoblación. Para cubrir las necesidades de los senderistas se han creado nuevos servicios, generando empleo y nuevas actividades económicas, dinamizando estos territorios.



# Camino del Cid

## MARCO DE REPLICABILIDAD

### DESARROLLO

Tras más de 20 años, el proyecto es un referente para la creación de rutas similares que pasen por territorios que sufren despoblación.

### DOCUMENTACIÓN

La iniciativa está parcialmente documentada. En concreto, su web recoge toda la información relativa a las diferentes rutas, modalidades y servicios, así como el origen y desarrollo del Camino del Cid.

### RECURSOS

Los recursos necesarios para poner en marcha un proyecto similar son entre 25.000€ y 100.000€ y a nivel humano un equipo de menos de 5 personas.

### DEPENDENCIAS

Debido a que esta ruta pasa por diferentes territorios, necesita, por ejemplo, de una señalética adecuada. Además, para poner en marcha un proyecto similar se necesita la aprobación de diversas entidades oficiales.

### TRANSFERENCIA

Para favorecer la creación de rutas similares que tengan un impacto positivo en el territorio, la documentación se dejaría abierta a todos.

### ECOSISTEMA

A causa de la complejidad de un proyecto que articula múltiples municipios y activa servicios turísticos, se necesita una alta implicación tanto a nivel público como privado. .



## ELEMENTOS REPLICABLES

### IDEAS

Utilización de un territorio con huella cultural y baja densidad demográfica para la generación de rutas turísticas que los revitalicen.

### HERRAMIENTAS

Huella cultural (literaria, mitológica o de otra índole).  
Apoyo a comunidades locales a través de la información y el soporte para la generación de actividades económicas que cubran las necesidades de los viajeros.

Desarrollo de útiles que aportan valor (senderos homologados, señalizaciones app, salvoconducto, sellos..)

## QUIÉN PUEDE REPLICAR

Entes locales públicos en colaboración con privados que, de manera autónoma o en consorcio, y basados en características culturales, artísticas o antropológicas generen rutas debidamente orientadas y señalizadas.

PARTE IV

# Conclusiones



# Conclusiones

## TERRITORIOS PARA VIVIR Y VISITAR.

Como se ha expuesto en el presente informe, la despoblación, lejos de ser un problema únicamente local, es un tema global. La concentración poblacional en grandes ciudades, en un momento de crecimiento continuo de habitantes a nivel mundial, presenta diversos problemas que requieren de actuaciones con una visión amplia y conjunta.

Esto es así debido a que en territorios (países, regiones...) compuestos por múltiples núcleos con poco equilibrio poblacional se requiere tener una perspectiva de despoblación a la hora de poner en marcha normativas. Es decir, crear leyes con el foco puesto únicamente en grandes núcleos de población conlleva que otros núcleos con otras necesidades reciban un impacto no deseado. Para ello, **resulta imprescindible una evaluación del impacto en estas áreas menos favorecidas a la hora de regular.**

Todo ello es descrito en la Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico del Gobierno de España<sup>107</sup>, donde se declaraba la despoblación como una cuestión de especial relevancia para el país y se ponían en marcha medidas para legislar buscando la igualdad de oportunidades.

Por otra parte, como se ha descrito a lo largo del informe, y de cara a revertir la espiral de decrecimiento, **el impulso para la creación de oportunidades a nivel local en estos entornos que sufren despoblación es uno de los primeros pasos a dar.** Para ello, la creación de un ambiente adecuado es una de las claves. Esto se traduce, entre otros factores, en políticas públicas que fomenten la creación de valor en estos territorios.

Tal es el caso en España, como se ha descrito en puntos anteriores, de **Castilla La Mancha**, Comunidad Autónoma que ejemplifica un nivel de actuaciones adecuado, holístico y con visión de futuro. Si bien no es el único caso en el país, **representa un nivel que ha llevado a Europa y a la OCDE a poner sus ojos sobre las medidas llevadas a cabo.**

Por otra parte, otro de los factores básicos que pueden ayudar a poner en marcha la espiral de crecimiento es el cambio de mentalidad. Para ello, luchar desde todos los estamentos contra la dimensión enclavada descrita en el punto de factores sociales y culturales resulta primordial de cara a asentar la población existente en esos territorios. Este es, a su vez, otro de los objetivos de la Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico mencionada anteriormente.

Como se ha comprobado a través de las iniciativas ganadoras y finalistas de esta edición, cuando se aúnan generación de oportunidades y cambio de mentalidad, tenemos como resultado un primer paso esencial para el asentamiento poblacional y el posterior crecimiento. Aquí cabe destacar que **cuanto más colectivo es un proyecto, esto es, que incluya al mayor número de personas locales, más resiliente puede llegar a ser.** Este aspecto es debido tanto a la mayor implicación por parte de los residentes, como a la menor dependencia individual para su continuidad. Tal es el caso, por ejemplo, de Genalguacil, pueblo museo.

Esta iniciativa, como el resto de las ganadoras y finalistas de esta edición, demuestra que **el turismo puede ser un actor clave y puede contribuir de manera positiva y sostenible a un crecimiento poblacional a través de la creación de oportunidades,** la demostración de que el ámbito rural también puede ser atractivo, tanto para visitar como para residir, y que es una **herramienta muy potente para frenar la espiral de decrecimiento y poner en marcha la de crecimiento.**

Si bien queda aún mucho camino por recorrer, este informe pone de manifiesto que analizar las diferentes causas de un problema, entender las actuales y potenciales consecuencias y poner en valor actuaciones llevadas a cabo, tanto públicas como privadas, que están funcionando y que pueden ser replicadas, ya sea mediante adopción o adaptación, es un camino a seguir. Esto es interesante de cara, al menos, para **paliar un problema que es tanto de los que viven en esos entornos que sufren la despoblación como de otros que padecen la sobrepoblación.**





PARTE V

# Repositorio de iniciativas pertenecientes a ediciones anteriores FiturNext



RETO FITURNEXT 2020:

Cómo puede el turismo contribuir al desarrollo económico local



GANADORAS

Apadrina un Olivo.  
Fundación Starlight.  
Soap for Hope.

FINALISTAS

Vías Verdes.  
Local Alike.  
Pichaeats.  
Fundación Yetapá.  
Taste of Fethiye.  
NotOnMap.  
Totonal.  
Plan Wallata.  
Favela Tour.



RETO FITURNEXT 2021:

Cómo puede el turismo contribuir a la igualdad de género

GANADORAS

Afrikable.  
Women in Travel.  
Fundación Codespa.

FINALISTAS

Open Eyes Project.  
Active Woman.  
RaizUp.  
Women in eTravel.  
Equality Tourism.  
Fundación Santander (Best Africa).  
Fundación EnVía.  
Fundación Barceló.  
ASEET.

RETO FITURNEXT 2022:

Cómo el turismo puede contribuir a una sociedad más accesible



GANADORAS

TUR4all (PREDIF).  
Because We Care (Albistar).  
Programa de turismo inclusivo (COCEMFE).

FINALISTAS

On Wheels app.  
Sentir el Alto Tajo.  
Can Morei.  
Viajeros sin límite.  
Plan de turismo accesible (Dirección General Turisme Comunitat Valenciana).  
Plan Turismo para Todos (Dirección de Turisme de Catalunya).  
Equalitas Vitae.  
Dominican Access.  
Borja, con todos los sentidos.



RETO FITURNEXT 2023:

Cómo el turismo puede contribuir a la regeneración del medio natural

GANADORAS

Plogging Tour.  
Wave of Change (Grupo Iberostar y su hoja de ruta para la salud costera).  
Green Pepper Travel.

FINALISTAS

Amazonia Emprende.  
B'n'tree by click a tree.  
Red de Reservas Naturales de la Sociedad Civil del Alto Ricaurte.  
Quinta Saroco.  
Chao plástico en el mar.  
La ruta del Coral (by Procoreef).  
La mar de dones.  
Playa Viva & Resimar.  
Camina Sostenible.

# Bibliografía y referencias



# Bibliografía

Álvarez Montoya J.M., (2020). Despoblación rural y resiliencia. Trabajo de Fin de Grado. Universidad Pablo Olavide. <https://personal.us.es/racosta/Articulos/A%CC%81LVAREZ-MONTOYA,%20J.M.%20TFM%2029%20DE%20JUNIO.docx.pdf>

Centro Nacional de Memoria Histórica de Colombia, (s.f.). <https://centrodememoriahistorica.gov.co/micrositios/desplazamientoForzado/>

Collantes, F., y Pinilla V., (2020). La verdadera historia de la despoblación de la España rural y cómo puede ayudarnos a mejorar nuestras políticas. Documentos de trabajo de la Asociación Española de Historia Económica, N°. 20, 2020. <https://www.aehe.es/wp-content/uploads/2020/01/dt-aehe-2001.pdf>

Comité Europeo de las Regiones, (2022). <https://cor.europa.eu/es/news/Pages/recovery-rural-areas.aspx>

Diario Oficial de la Unión Europea. Versión consolidada del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT>

Díaz Lanchas, J., et.al., (2022). Despoblación y Políticas del lugar. ESADE. [https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/77263/AFF\\_ESP\\_EsadeEcPol\\_Brief23\\_FinalDespoblacion\\_DEF4.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/77263/AFF_ESP_EsadeEcPol_Brief23_FinalDespoblacion_DEF4.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Euractiv, (2022). European Communities and their view on the future of the europe. [https://en.euractiv.eu/wp-content/uploads/sites/2/special-report/European-communities-and-their-view-on-the-future-of-Europe\\_-\\_European-Special-Report.pdf](https://en.euractiv.eu/wp-content/uploads/sites/2/special-report/European-communities-and-their-view-on-the-future-of-Europe_-_European-Special-Report.pdf)

Fortea, B. (2023). El Comité de las egiones pide más pedidas para frenar la catástrofe de la despoblación. EUROEFE EURACTIV <https://euroefe.euractiv.es/section/europa-de-las-regiones/news/el-comite-de-las-regiones-pide-mas-medidas-para-frenar-la-catastrofe-de-la-despoblacion/>

Funcas, (2023). Cuadernos de información económica, 294. <https://www.funcas.es/prensa/la-inflacion-golpea-con-mas-fuerza-a-los-hogares-con-menor-capacidad-de-gasto-y-ubicados-en-zonas-rurales/>

Gobierno de Castilla la Mancha, (2021).Estrategia frente a la Despoblación en Castilla la Mancha 2021- 2031. [https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20220722/dossier\\_9\\_digital\\_3.pdf](https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20220722/dossier_9_digital_3.pdf)

Gobierno de Castilla La Mancha, (2021). Informe sobre el impacto demográfico del Plan Estratégico de consumo responsable 2021-2024. [https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20220223/18\\_informe\\_impacto\\_demografico\\_pecrfd0.pdf](https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20220223/18_informe_impacto_demografico_pecrfd0.pdf)

Gómez Villanino M.T., y Gómez Orea, D., (2021). Despoblación rural extrema en España: enfoque territorial del problema y de la forma de afrontarlo. Vol. LIII, N° 210, invierno 2021 Págs. 905-922 <https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.210.01>

Instituto Geográfico Nacional de la Nación Argentina. Límites, superficies y puntos extremos. <https://www.ign.gob.ar/NuestrasActividades/Geografia/DatosArgentina>

Naciones Unidas, (s.f.). Objetivo 11: Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles. [https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/Naciones Unidas, \(s.f.\). Objetivos de Desarrollo Sostenible. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/](https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/Naciones Unidas, (s.f.). Objetivos de Desarrollo Sostenible. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/)

Naciones Unidas (s.f.). Despoblación. <https://www.un.org/es/global-issues/population>

Observatorio FiturNext (2020) ¿Cómo puede el turismo contribuir al desarrollo económico local? Informe FiturNext 2020, Fitur. <https://drive.google.com/file/d/1XbSFvz8BDGeQ2a8UVMtOF-njn-WV9gP0/view>

Organización Mundial de la Salud, (2022). Contaminación del aire ambiente. [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ambient-\(outdoor\)-air-quality-and-health](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ambient-(outdoor)-air-quality-and-health)

Perspective on rural development (s.f.). Despoblación y transformaciones demográficas de los territorios rurales: el caso de España, Francia e Italia. Universidad del Salento. ISSN 2611-3775. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/40319/MOLINERO\\_ALARIO\\_Ante%20el%20reto%20de%20la%20despoblaci%20c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/40319/MOLINERO_ALARIO_Ante%20el%20reto%20de%20la%20despoblaci%20c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

# Bibliografía

Pinilla y Sáez (2017). La despoblación rural en España: Génesis de un problema y políticas innovadoras. Centro de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo de Áreas Rurales (CEDDAR). <https://www.age-geografia.es/site/wp-content/uploads/2017/10/La-despoblaci%C3%B3n-rural-en-Espa%C3%B1a-CEDDAR.pdf>

Rodríguez, F., y Campos, S., (2023). Hacia un turismo regenerativo. Informe FiturNext 2023. Fitur, Ideas for Change. <https://drive.google.com/file/d/1okLF5687kf0dDMVKjXdqPFLV43G2rViA/view>

Tratado de funcionamiento de la Unión Europea. Versión consolidada. <https://www.boe.es/doue/2010/083/Z00047-00199.pdf>

United Nations (2018). World urbanization prospects 2018. <https://www.un.org/development/desa/es/news/population/2018-world-urbanization-prospects.html>

Universidad Complutense de Madrid, (s.f). Proyecto de investigación de capacidad de carga turística. <https://www.ucm.es/capacidadcargaturistica/estado-del-arte#:~:text=En%20su%20definici%C3%B3n%20m%C3%A1s%20sencilla,destino%20es%20insostenible%20por%20perjudicial.>



# Referencias

- <sup>1</sup> Pinilla y Sáez (2017). La despoblación rural en España: Génesis de un problema y políticas innovadoras. Centro de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo de Áreas Rurales (CEDDAR). <https://www.age-geografia.es/site/wp-content/uploads/2017/10/La-despoblaci%C3%B3n-rural-en-Espa%C3%B1a-CEDDAR.pdf>
- <sup>2</sup> Arete. (2022). 4 factores que generan despoblación y 4 palancas para evitarla. [ARETÉ ACTIVA - Consultoría de Recursos Humanos en Pamplona](https://www.aretel.com/factores-despoblacion-palancas-evitarla/). <https://www.aretel.com/factores-despoblacion-palancas-evitarla/>
- <sup>3</sup> Correas (2023). La España rural se vacía, ¿son reversibles las causas de la despoblación? <https://solidaridadintergeneracional.es/wp/la-espana-rural-se-vacia-son-reversibles-las-causas-de-la-despoblacion/>
- <sup>4</sup> Burillo Mozota, F. (2017) La demotanasia de la Serranía Celtibérica <https://www.20minutos.es/opiniones/francisco-burillo-mozota-tribuna-demotanasia-serrania-celtiberica-3000936/>
- <sup>5</sup> Aqueae Fundación (s.f.). Frenar la despoblación para lograr recuperar los ecosistemas terrestres. <https://www.fundacionaqueae.org/ods-ecosistemas-despoblacion/>
- <sup>6</sup> Video resumen FiturNext 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=436baggWiis>
- <sup>7</sup> Grupo Iberostar (2023). <https://drive.google.com/file/d/1P MnPpdxOpg52ezfanKQKtnsXVisMhX4W/view>
- <sup>8</sup> Grupo Iberostar (2023). <https://drive.google.com/file/d/1JHrnNQBoHnkETT6LSkX-XiTy4ad2I0BX/view>
- <sup>9</sup> Grupo Iberostar (2023). [https://drive.google.com/file/d/1UEp4N29mR1wSVMekt\\_kfqcAifclKXjH3/view](https://drive.google.com/file/d/1UEp4N29mR1wSVMekt_kfqcAifclKXjH3/view)
- <sup>10</sup> Grupo Iberostar (2023). <https://drive.google.com/file/d/1y3CP2BORY4TtLmwLlw-whq7p-yvAOsjM/view>
- <sup>11</sup> Grupo Iberostar (2023). <https://drive.google.com/file/d/1N VBELrczQuHJBYxkaEcV0xnrgGYy5eC/view>
- <sup>12</sup> Grupo Iberostar (2023). <https://drive.google.com/file/d/1U J9Q1puY0tSADLmSylN2uKCs2f51TLTY/view>
- <sup>13</sup> Grupo Iberostar (2023). <https://drive.google.com/file/d/1alleavpP-YIs7G2N33kdkTkradKE5hA/view>
- <sup>14</sup> Grupo Iberostar (2023). <https://drive.google.com/file/d/1U IEMWIDI4KGJf69FyL7hXe1A9Upl0YpW/view>
- <sup>15</sup> Observatorio FiturNext (2020) ¿Cómo puede el turismo contribuir al desarrollo económico local? Informe FiturNext 2020, Fitur. <https://drive.google.com/file/d/1XbSFvz8BDGeQ2a8UVMtOF-njn-WV9gP0/view>
- <sup>16</sup> Rodríguez, F., y Campos, S., (2023). Hacia un turismo regenerativo. Informe FiturNext 2023. Fitur, Ideas for Change. <https://drive.google.com/file/d/1okLF5687kf0dDM VKjXdqPFLV43G2rViA/view>
- <sup>17</sup> García, C. (2018). Mouchão, el olivo más viejo de la Península Ibérica con 3.350 años <https://www.lavanguardia.com/vida/20181013/452316351893/mouchao-el-olivo-mas-viejo-de-la-peninsula-iberica-con-3350-anos.html>
- <sup>18</sup> Apadrina un olivo.org (s.f.) Apadrina un olivo puede evitar incendios <https://blog.apadrinaunolivo.org/apadrinar-un-olivo-evita-incendios/>
- <sup>19</sup> Gómez Villanino M.T., y Gómez Orea, D., (2021). Despoblación rural extrema en España: enfoque territorial del problema y de la forma de afrontarlo. Vol. LIII, N° 210, invierno 2021 Págs. 905-922 <https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.210.01>
- <sup>20</sup> Gómez Villanino M.T., y Gómez Orea, D., (2021). Despoblación rural extrema en España: enfoque territorial del problema y de la forma de afrontarlo. Vol. LIII, N° 210, invierno 2021 Págs. 905-922 <https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.210.01>
- <sup>21</sup> Collantes, F., y Pinilla V., (2020). La verdadera historia de la despoblación de la España rural y cómo puede ayudarnos a mejorar nuestras políticas. Documentos de trabajo de la Asociación Española de Historia Económica, N°. 20, 2020. <https://www.aehe.es/wp-content/uploads/2020/01/dt-aehe-2001.pdf>
- <sup>22</sup> Fortea, B. (2023). El Comité de las egiones pide más pedidas para frenar la catástrofe de la despoblación. EUROEFE EURACTIV <https://euroefe.euractiv.es/section/europa-de-las-regiones/news/el-comite-de-las-regiones-pide-mas-medidas-para-frenar-la-catastrofe-de-la-despoblacion/>
- <sup>23</sup> Centro Nacional de Memoria Histórica de Colombia, (s.f.). <https://centrodememoriahistorica.gov.co/micrositios/desplazamientoForzado/>
- <sup>24</sup> Álvarez Montoya J.M., (2020). Despoblación rural y resiliencia. Trabajo de Fin de Grado. Universidad Pablo Olavide. <https://personal.us.es/racosta/Articulos/A%CC%81LVAREZ-MONTOYA,%20J.M.%20TFM%2029%20DE%20JUNIO.docx.pdf>

# Referencias

- <sup>25</sup> Perspective on rural development (s.f.). Despoblación y transformaciones demográficas de los territorios rurales: el caso de España, Francia e Italia. Universidad del Salento. ISSN 2611-3775. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/40319/MOLINERO\\_ALARIO\\_Ante%20el%20reto%20de%20la%20despoblaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/40319/MOLINERO_ALARIO_Ante%20el%20reto%20de%20la%20despoblaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- <sup>26</sup> Perspective on rural development (s.f.). Despoblación y transformaciones demográficas de los territorios rurales: el caso de España, Francia e Italia. Universidad del Salento. ISSN 2611-3775. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/40319/MOLINERO\\_ALARIO\\_Ante%20el%20reto%20de%20la%20despoblaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/40319/MOLINERO_ALARIO_Ante%20el%20reto%20de%20la%20despoblaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- <sup>27</sup> Barbanza.org (s.f.) <https://barbanzaecosocial.org/2020/05/28/la-parroquia-como-unidad-territorial-basica-en-galicia-2-como-son-hoy-las-parroquias/>
- <sup>28</sup> Gómez Villanino M.T., y Gómez Orea, D., (2021). Despoblación rural extrema en España: enfoque territorial del problema y de la forma de afrontarlo. Vol. LIII, N° 210, invierno 2021 Págs. 905-922 <https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.210.01>
- <sup>29</sup> EuroLex, (s.f.). Nomenclatura común de unidades territoriales Estadísticas. <https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/glossary/nomenclature-of-territorial-units-for-statistics-nuts.html>
- <sup>30</sup> Gobierno de Castilla La Mancha, (2021). Informe sobre el impacto demográfico del Plan Estratégico de consumo responsable 2021-2024. [https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20220223/18\\_informe\\_impacto\\_demografico\\_pecrfd.pdf](https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20220223/18_informe_impacto_demografico_pecrfd.pdf)
- <sup>31</sup> Avilés Pozo, A., (2022) Por qué la provincia de Guadalajara está fuera de las nuevas ayudas de la España vaciada. El Diario. [https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/provincias/guadalajara/provincia-guadalajara-fuera-nuevas-ayudas-espana-vaciada-argumenta-pedir-las\\_1\\_9710196.html#:~:text=Un%206%25%20del%20territorio%20concentra,de%20todas%20las%20provincias%20espa%C3%B1olas.](https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/provincias/guadalajara/provincia-guadalajara-fuera-nuevas-ayudas-espana-vaciada-argumenta-pedir-las_1_9710196.html#:~:text=Un%206%25%20del%20territorio%20concentra,de%20todas%20las%20provincias%20espa%C3%B1olas.)
- <sup>32</sup> Díaz Lanchas, J., et.al., (2022). Despoblación y Políticas del lugar. ESADE. [https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/77263/AAFF\\_ESP\\_EsadeEcPol\\_Brief23\\_FinalDespoblacion\\_DEF4.pdf?sequence=-1&isAllowed=y](https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/77263/AAFF_ESP_EsadeEcPol_Brief23_FinalDespoblacion_DEF4.pdf?sequence=-1&isAllowed=y)
- <sup>33</sup> Rodríguez, J., (2023). La población de Cádiz sigue en caída libre. La voz digital. <https://www.lavozdigital.es/provincia/poblacion-cadiz-capital-sigue-caida-libre-perdida-20231213125346-ntv.html>
- <sup>34</sup> Tratado de funcionamiento de la Unión Europea. Versión consolidada. <https://www.boe.es/doue/2010/083/Z00047-00199.pdf>
- <sup>35</sup> Instituto Geográfico Nacional de la Nación Argentina. Límites, superficies y puntos extremos. <https://www.ign.gob.ar/NuestrasActividades/Geografia/DatosArgentina/>
- <sup>36</sup> Campo en acción (2022). Despoblación rural, el crudo drama social que expondrá el censo. <https://campoenaccion.com/actualidad/despoblacion-rural-el-crudo-drama-social-que-expondr-el-censo.htm>
- <sup>37</sup> Gómez Villanino M.T., y Gómez Orea, D., (2021). Despoblación rural extrema en España: enfoque territorial del problema y de la forma de afrontarlo. Vol. LIII, N° 210, invierno 2021 Págs. 905-922 <https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.210.01>
- <sup>38</sup> United Nations (2018). World urbanization prospects 2018. <https://www.un.org/development/desa/es/news/population/2018-world-urbanization-prospects.html>
- <sup>39</sup> Unión de Capitales Iberoamericanas, (2017). ¿Por qué el entorno rural cada vez está despoblado en Iberoamérica y qué se puede hacer? <https://ciudadesiberoamericanas.org/2017/09/22/por-que-el-entorno-rural-esta-cada-vez-mas-despoblado-en-iberoamerica-y-que-se-puede-hacer/>
- <sup>40</sup> Naciones Unidas (s.f.). Despoblación. <https://www.un.org/es/global-issues/population>
- <sup>41</sup> Comité Europeo de las Regiones, (2022). <https://cor.europa.eu/es/news/Pages/recovery-rural-areas.aspx>
- <sup>42</sup> Mapfre, (s.f.). <https://www.mapfre.com/en/insights/sustainability/rural-depopulation/>
- <sup>43</sup> Plataforma urbana y de ciudades de América Latina y el Caribe. Estadísticas urbanas regionales. <https://plataformaurbana.cepal.org/es/estadisticas-urbanas-regionales>
- <sup>44</sup> La prensa, (2020). Despoblación en América. <https://www.laprensa.com.ar/494900-La-despoblacion-de-America.note.aspx>
- <sup>45</sup> Zurro Sánchez-Colomer, L., (2020). Nobody lives here! Rural Depopulation in the EU and citizen engagement in “empties Spain”. <https://www.eyes-on-europe.eu/nobody-lives-here-rural-depopulation-in-the-eu-and-citizen-engagement-in-emptied-spain/>

# Referencias

- <sup>46</sup> Gobierno de España. Agricultura, pesca y alimentación (2021). La población de las áreas rurales en España supera los 7,5 millones de personas. <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/agricultura/Paginas/2021/271221-areas-rurales.aspx#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20personas%20empadronadas,9%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20espa%C3%B1ola>
- <sup>47</sup> Asociación para el desarrollo de la Serranía Celtibérica, (s.f.). <https://www.celtiberica.es/territorio/index.html>
- <sup>48</sup> National Geographic, (2020). Los lugares más despoblados del mundo. <https://www.ngenespanol.com/traveler/cuales-son-los-lugares-mas-despoblados-del-mundo/>
- <sup>49</sup> EpData, (2021). La España vacía: despoblación, datos y estadísticas. <https://www.epdata.es/datos/despoblacion-espana-datos-estadisticas/282>
- <sup>50</sup> Secretaría General para el Reto Demográfico, (s.f.). <https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2020/280220-despoblacion-en-cifras.pdf>
- <sup>51</sup> Aquae Fundación, (s.f.). Frenar la despoblación para lograr recuperar los sistemas terrestres. <https://www.fundacionaquae.org/ods-ecosistemas-despoblacion/>
- <sup>52</sup> Mapfre, (s.f.). <https://www.mapfre.com/actualidad/sostenibilidad/despoblacion-rural/>
- <sup>53</sup> GreenPeace, (2021). Los problemas de la España Vacía. <https://es.greenpeace.org/es/en-profundidad/salvar-el-planeta-desde-la-espana-vaciada/los-problemas-de-la-espana-vaciada/>
- <sup>54</sup> Mapfre, (2021). ¿Por qué hay que evitar la despoblación rural? <https://www.mapfre.com/actualidad/sostenibilidad/despoblacion-rural/>
- <sup>55</sup> Gallelo, N. (2022). La espiral tras los incendios de España y Europa. [https://www.huffingtonpost.es/entry/datos-dinamicas-explican-incendios-devastan\\_es\\_62d922cae4b03dbb991547b1.html](https://www.huffingtonpost.es/entry/datos-dinamicas-explican-incendios-devastan_es_62d922cae4b03dbb991547b1.html)
- <sup>56</sup> Parrilla Ma (2022). Una revuelta de la España Vacía contra los incendios <https://es.greenpeace.org/es/noticias/una-revuelta-de-la-espana-vaciada-contra-los-incendios/>
- <sup>57</sup> Montilla, L. (2023). Incendios forestales 2022 España cierra su peor año de incendios: cuatro de cada diez hectáreas quemadas en la UE fueron en suelo español. <https://www.rtve.es/noticias/20230101/espana-cierra-peor-ano-incendios-cuatro-cada-diez-hectareas-quemadas-union-europea/2413288.shtml>
- <sup>58</sup> Parrilla M (2022). Una revuelta de la España Vacía contra los incendios <https://es.greenpeace.org/es/noticias/una-revuelta-de-la-espana-vaciada-contra-los-incendios/>
- <sup>59</sup> Mapfre, (2021). ¿Por qué hay que evitar la despoblación rural? <https://www.mapfre.com/actualidad/sostenibilidad/despoblacion-rural/>
- <sup>60</sup> Organización Mundial de la Salud, (2022). Contaminación del aire ambiente. [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ambient-\(outdoor\)-air-quality-and-health](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/ambient-(outdoor)-air-quality-and-health)
- <sup>61</sup> Alsa, (2019). Consecuencias de la despoblación rural en España. <https://miradasdesdeelbus.alsa.es/despoblacion-rural/>
- <sup>62</sup> González de Canales, L., (2019). Razones por las que la despoblación es un problema que afecta tanto a los pueblos como a las ciudades. <https://almanatura.com/2019/02/coste-ambiental-social-economico-despoblacion/>
- <sup>63</sup> García, A., (2023). El último Vermú de los bares de la España vaciada. Cadena Ser. <https://cadenaser.com/castillayleon/2023/08/14/el-ultimo-vermu-de-los-bares-de-la-espana-vaciada-radio-valladolid/>
- <sup>64</sup> Palencia en la Red (2023). Cuando el bar es clave para luchar contra la despoblación <https://www.palenciaenlared.es/cuando-el-bar-es-clave-para-luchar-contra-la-despoblacion/>
- <sup>65</sup> García, A., (2023). El último Vermú de los bares de la España vaciada. Cadena Ser. <https://cadenaser.com/castillayleon/2023/08/14/el-ultimo-vermu-de-los-bares-de-la-espana-vaciada-radio-valladolid/>
- <sup>66</sup> Martínez Sánchez, J., (2019). «La despoblación supone la pérdida de paisajes rurales y agrícolas» <https://www.laverdad.es/murcia/cartagena/despoblacion-supone-perdida-20190616011159-ntvo.html>
- <sup>67</sup> Mapfre, (2021). ¿Por qué hay que evitar la despoblación rural? <https://www.mapfre.com/actualidad/sostenibilidad/despoblacion-rural/>
- <sup>68</sup> Funcas, (2023). Cuadernos de información económica, 294. <https://www.funcas.es/prensa/la-inflacion-golpea-con-mas-fuerza-a-los-hogares-con-menor-capacidad-de-gasto-y-ubicados-en-zonas-rurales/>



# Referencias

- <sup>69</sup> González de Canales, J.(2019). El coste ambiental, social y económico de la despoblación. <https://almanatura.com/2019/02/coste-ambiental-social-economico-despoblacion/>
- <sup>70</sup> Organización Internacional del Trabajo, (s.f.). Economía rural. <https://www.ilo.org/global/topics/economic-and-social-development/rural-development/WCMS546253/lang--es/index.htm>
- <sup>71</sup> González de Canales, J. (2019). El coste ambiental, social y económico de la despoblación. <https://almanatura.com/2019/02/coste-ambiental-social-economico-despoblacion/>
- <sup>72</sup> Fuentes, M., (2018). El coste de la despoblación. <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2018/03/05/el-coste-despoblacion-000-euros-mas-por-alumno-866-consultorios-sanitarios-1228323-300.html>
- <sup>73</sup> Mapfre, (2021). ¿Por qué hay que evitar la despoblación rural? <https://www.mapfre.com/actualidad/sostenibilidad/despoblacion-rural/>
- <sup>74</sup> González de Canales, J. (2019). El coste ambiental, social y económico de la despoblación. <https://almanatura.com/2019/02/coste-ambiental-social-economico-despoblacion/>
- <sup>75</sup> Naciones Unidas, (s.f.). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- <sup>76</sup> Naciones Unidas, (s.f.). Objetivo 11: Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/>
- <sup>77</sup> Diario Oficial de la Unión Europea. Versión consolidada del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT>
- <sup>78</sup> Europa Press Internacional, (2023). Bruselas alerta de la gran despoblación de España. [https://www.europapress.es/internacional/noticia-bruselas-alerta-gran-despoblacion-espana-preve-europa-concentre-poblacion-mundial-2070-20230614115713.html#google\\_vignette](https://www.europapress.es/internacional/noticia-bruselas-alerta-gran-despoblacion-espana-preve-europa-concentre-poblacion-mundial-2070-20230614115713.html#google_vignette)
- <sup>79</sup> Comité Europeo de las Regiones. <https://cor.europa.eu/es>
- <sup>80</sup> Euractiv, (2022). European Communities and their view on the future of the europe. [https://en.euractiv.eu/wp-content/uploads/sites/2/special-report/European-communities-and-their-view-on-the-future-of-Europe\\_-\\_European-Special-Report.pdf](https://en.euractiv.eu/wp-content/uploads/sites/2/special-report/European-communities-and-their-view-on-the-future-of-Europe_-_European-Special-Report.pdf)
- <sup>90</sup> Europa Press Internacional, (2023). Bruselas alerta de la gran despoblación de España. [https://www.europapress.es/internacional/noticia-bruselas-alerta-gran-despoblacion-espana-preve-europa-concentre-poblacion-mundial-2070-20230614115713.html#google\\_vignette](https://www.europapress.es/internacional/noticia-bruselas-alerta-gran-despoblacion-espana-preve-europa-concentre-poblacion-mundial-2070-20230614115713.html#google_vignette)
- <sup>82</sup> Ministerio de política territorial y memoria democrática,(s.f.).Estrategia Nacional Frente al Reto Demográfico. <https://mpt.gob.es/ca/reto-demografico/Estrategia-Nacional.html>
- <sup>83</sup> Vicepresidencia tercera del Gobierno. Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico. (s.f.). Funciones y estructura. <https://www.miteco.gob.es/es/ministerio/funciones-estructura.html>
- <sup>84</sup> Secretaria General para el Reto Demográfico, (s.f.). <https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/secretaria-general-reto-demografico.html>
- <sup>85</sup> Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, (s.f.). <https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/campus-rural.html>
- <sup>86</sup> McKenzie, S. (2023). Warning parts of Highlands being ‘drained’ of people.BBC news. <https://www.bbc.com/news/articles/cllp40/30v90>
- <sup>87</sup> Inverness & Cromarty Firth Green Freeport,(s.f.). <https://greenfreeport.scot/>
- <sup>88</sup> Inverness & Cromarty Firth Green Freeport,(s.f.). <https://greenfreeport.scot/>
- <sup>89</sup> Gobierno de Castilla la Mancha, (2021).Estrategia frente a la Despoblación en Castilla la Mancha 2021-2031. [https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20220722/dossier\\_9\\_digital3.pdf](https://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/20220722/dossier_9_digital3.pdf)
- <sup>90</sup> El Español,(2023). Castilla-La Mancha se erige ante la OCDE como “referente internacional” contra la despoblación. <https://www.elespanol.com/eldigitalcastillalamancha/region/20231215/castilla-la-mancha-erige-ocde-comoreferente-internacional-despoblacion/8174187390.html>
- <sup>91</sup> Vicepresidencia primera Castilla La Mancha,(2023). Castilla La Mancha se afianza como referente internacional en la lucha contra la despoblación. <https://www.castillalamancha.es/actualidad/notasdeprensa/castilla-la-mancha-se-afianza-como-referente-internacional-en-la-lucha-contra-la-despoblacion/C3%B3n-ante>

# Referencias

- <sup>92</sup> Actualidad jurídica ambiental, (2021). <https://www.actualidadjuridicaambiental.com/legislacion-al-dia-castilla-la-mancha-medidas-economicas-sociales-y-tributarias-despoblacion-desarrollo-del-medio-rural/>
- <sup>93</sup> Somos Castilla la Mancha, (2023). Los dos primeros años de la Ley contra la Despoblación dejan un saldo migratorio «positivo» de 8.612 habitantes. <https://somosclm.com/2023/noticias/rural/los-dos-primeros-anos-de-la-ley-contra-la-despoblacion-dei-an-un-saldo-migratorio-positivo-de-8-612-habitantes/501144/>
- <sup>94</sup> Cabañas con encanto,(2021). Turismo rural para la revitalizar la España vaciada. <https://xn--cabaasconencanto-9tb.com/turismo-rural-para-revitalizar-la-espana-vaciada/>
- <sup>95</sup> Hosteltur, (2021). ¿ Vale el turismo para mitigar la despoblación? <https://www.hosteltur.com/comunidad/004662-vale-el-turismo-para-mitigar-la-despoblacion-rural-espe-lismos-o-tendencias.html>
- <sup>96</sup> Universidad Complutense de Madrid, (s.f). Proyecto de investigación de capacidad de carga turística <https://www.ucm.es/capacidadcargaturistica/estado-del-arte#:~:text=En%20su%20definici%C3%B3n%20m%C3%A1s%20sencilla%20es%20insostenible%20por%20perjudicial.>
- <sup>97</sup> Europa Press Aragón, (2020). Anento incrementa el turismo en un 1.650%. <https://www.europapress.es/aragon/noticia-anento-incrementa-turismo-1650-cuatro-anos-pide-ayuda-mejorar-infraestructuras-20200907115937.html>
- <sup>98</sup> Hosteltur, (2022). El turismo, clave en la lucha contra la despoblación de la España vaciada. [https://www.hosteltur.com/154112\\_el-turismo-clave-en-la-lucha-contra-la-despoblacion-en-la-espana-vaciada.html](https://www.hosteltur.com/154112_el-turismo-clave-en-la-lucha-contra-la-despoblacion-en-la-espana-vaciada.html)
- <sup>99</sup> Hosteltur, (2019). Tecnología para evitar la despoblación rural e impulsar el turismo. [https://www.hosteltur.com/128205\\_tecnologia-para-evitar-la-despoblacion-rural-e-impulsar-el-turismo.html](https://www.hosteltur.com/128205_tecnologia-para-evitar-la-despoblacion-rural-e-impulsar-el-turismo.html)
- <sup>100</sup> Viajeros, (2023). Nueva Zelanda y El señor de los anillos [https://revistaviajerospy.com/nota/1722/nueva\\_zelanda\\_y\\_el\\_senor\\_de\\_los\\_anillos](https://revistaviajerospy.com/nota/1722/nueva_zelanda_y_el_senor_de_los_anillos)
- <sup>101</sup> Ministerio de economía, comercio y empresa, (2021). El Gobierno acuerda una inversión de 25 millones para poner en marcha una ventanilla única e impulsar el papel de España como hub audiovisual internacional. [https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Paginas/211026np\\_hub.aspx](https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Paginas/211026np_hub.aspx)
- <sup>102</sup> Fitur, (s.f.). Bienvenido a Fitur Screen <https://www.ifema.es/fitur/fitur-screen>
- <sup>103</sup> Cine y Tele, (2023). Spain Screen Grand Tour. <https://www.cineytele.com/2023/07/27/spain-screen-grand-tour-vive-lo-que-ves/>
- <sup>104</sup> Asociación de profesionales para la producción audiovisual, (s.f.). Spain Film Commission presenta una app sobre turismo cinematográfico. <https://www.asociacionappa.es/spain-film-commission-presenta-una-app-sobre-turismo-cinematografico/>
- <sup>105</sup> Cine y Tele, (2023). Spain Screen Grand Tour. <https://www.cineytele.com/2023/07/27/spain-screen-grand-tour-vive-lo-que-ves/>
- <sup>106</sup> Tourspain, (2023). Turespaña y Netflix presentan los cortometrajes ganadores del concurso. <https://www.tourspain.es/es/notas-prensa-turismo/concurso-cortos-netflix/>
- <sup>107</sup> Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática, (s.f.). Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico [https://mpt.gob.es/ca/reto\\_demografico/Estrategia\\_Nacional.html](https://mpt.gob.es/ca/reto_demografico/Estrategia_Nacional.html)

INFORME  
FITURNEXT 2024

# Hacia la revitalización territorial a través del turismo.



Patrocinado por:

