

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Turismo



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“La Ruta del Quijote en Campo de Criptana (Ciudad Real) en el marco de los destinos turísticos inteligentes”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Marta Pilar Arteaga Rodríguez de los Santos

Tutor/a:

Alberto Palomares Chust

M^a Dolores Teruel Serrano

Título: La Ruta del Quijote en Campo de Criptana (Ciudad Real) en el marco de los destinos turísticos inteligentes

Resumen: El municipio de Campo de Criptana, en Ciudad Real, forma parte de la Ruta literaria del Quijote, que recorre treinta y dos localidades castellanomanchegas. La situación actual de esta ruta es la de un turismo basado en su mayor parte en excursionistas, y tiene muy poca repercusión en la riqueza económica de estas poblaciones. Este Trabajo Final de Grado tiene como interés principal proponer una serie de medidas que permitan impulsar el turismo rural, y así poder mejorar el desarrollo económico en la localidad criptanense. Para ello se considerarán especialmente los conceptos y tecnologías definidos en los llamados destinos inteligentes, muchos de los cuales se pueden adaptar estas pequeñas localidades, para dar forma al concepto de “pueblos inteligentes”.

Palabras clave: Rural, Ruta del Quijote, ciudades inteligentes, turismo, desarrollo sostenible, tecnologías.

Title: The Route of Don Quixote in Campo de Criptana (Ciudad Real) within the framework of smart touristic destinations

Summary: The municipality of Campo de Criptana, in Ciudad Real, belongs to the literary Route of Don Quixote, that runs through 32 locations from Castilla-La Mancha. The current situation of this route is a tourism based in travelers and it does not have a big economical repercussion on these towns. The goal of this Final Degree Project is to propose a series of measures that boost the rural tourism so that a growth in the wealth of Campo de Criptana will be possible. To get that, the concepts and technologies of the so-called intelligent destinations will be considered in order to form the concept of “smart towns”.

Key words: Rural, Route of Quixote, smart cities, tourism, sustainable development, technologies

Contenido

1. Introducción.....	4
2. Objetivos	6
3. Contextualización y marco teórico.....	6
3.1. La ruta del Quijote: de recurso a producto turístico.....	9
3.2. La integración de la Ruta del Quijote y la inteligencia turística.....	12
4. Metodología.....	15
5. Resultados.....	16
5.1. Análisis DAFO de Campo de Criptana como destino turístico.....	16
5.2. Análisis de la presencia del municipio en los medios digitales	18
5.3. Acciones para la mejora del desarrollo turístico inteligente	21
5.4. Propuestas para la mejora del desarrollo turístico inteligente.....	24
5.5. Presencia en los medios digitales	31
5.6. Desarrollo del turismo en torno a los ODS de la Agenda 2030.....	37
6. Conclusiones	40
Índice de imágenes y gráficos.....	43
Índice de imágenes	43
Índice de tablas	44
Bibliografía	45

1. Introducción

Durante el año 2020, el turismo rural ha tomado un papel protagonista en el contexto turístico de España causado por la pandemia del COVID-19. El confinamiento ha supuesto una reducción de los viajes internacionales. Esta situación ha servido para que se descubra el territorio nacional español. En términos anglosajones, los cuales son bastante utilizados en el sector turístico, esta tendencia ha sido bautizada como “*staycation*”, para referirse a las vacaciones que se realizan en el lugar o país de residencia. En este sentido, los datos procedentes de la OMT¹ durante el pasado año 2020 permiten conocer que se ha sufrido una gran pérdida en el número de visitas internacionales.

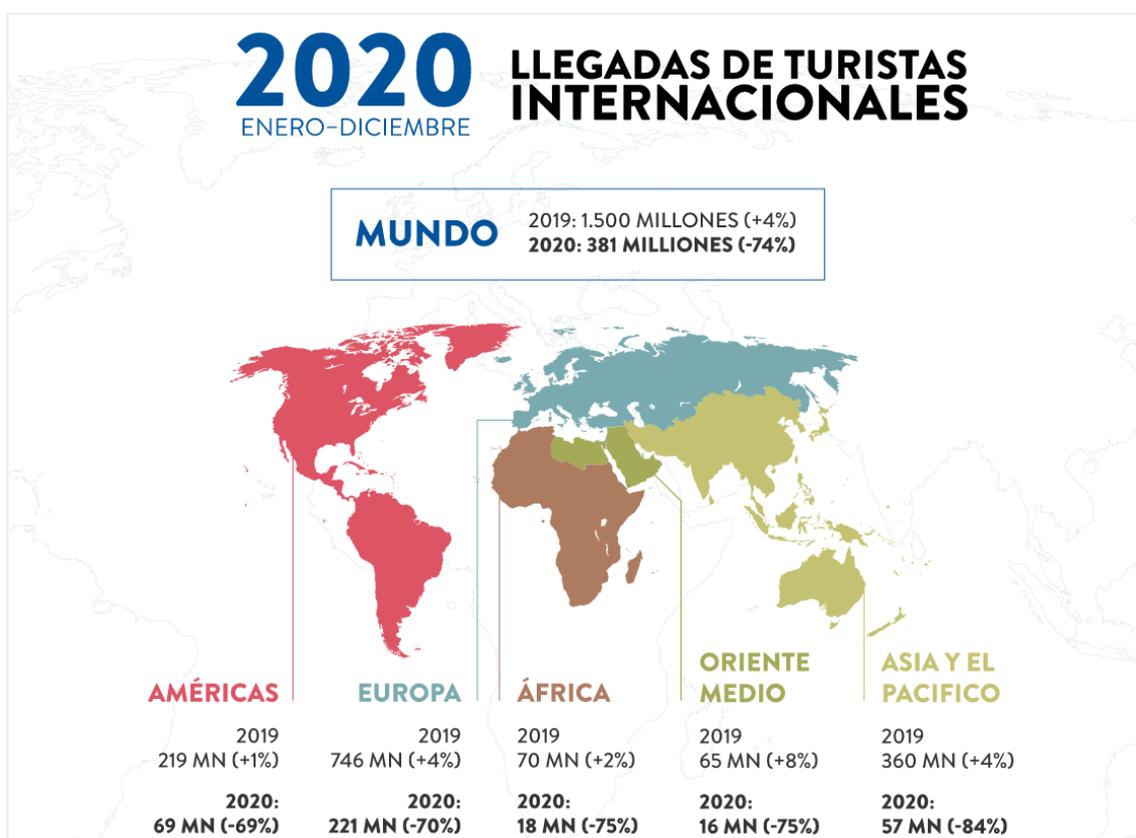


Figura 1: Comparativa de llegadas internacionales a España en los años 2019 y 2020. Extraído de «COVID-19 y sector turístico | 2020: análisis del año». Recuperado de <https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>, 2021. © UNWTO, Organización Mundial del Turismo

¹La OMT (Organización Mundial del Turismo), UNWTO en sus siglas en inglés, es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

En este sentido, citando las palabras de la OMT sobre el turismo y el desarrollo rural, se designó al año 2020 como el Año del Turismo y el Desarrollo Rural. Este año brinda la ocasión de fomentar el potencial del turismo para la generación de empleos y oportunidades. Asimismo, permitirá favorecer la inclusión y destacar el papel sin par que podría asumir el sector en la preservación y promoción del patrimonio natural y cultural y en la desaceleración de la migración urbana. (OMT, 2020)

Ante este escenario emergente y de recuperación para los municipios turísticos de interior, aparecen oportunidades para las empresas en general, y para las turísticas en particular, así como para los recursos turísticos. La creación de nuevas modalidades turísticas tales como las de aventura, las culturales, las naturales, etc. o la adaptación y mejora de instalaciones e infraestructuras existentes suponen una oportunidad para estos destinos.

El municipio manchego Campo de Criptana (Figura 2), en torno al cual girará este proyecto de desarrollo turístico, supone un claro ejemplo de destino turístico de interior cuya aspiración es la de utilizar el turismo como forma complementaria a su economía basada fundamentalmente en la agricultura, y la de adoptar los principios del modelo de desarrollo inteligente para el suyo propio.

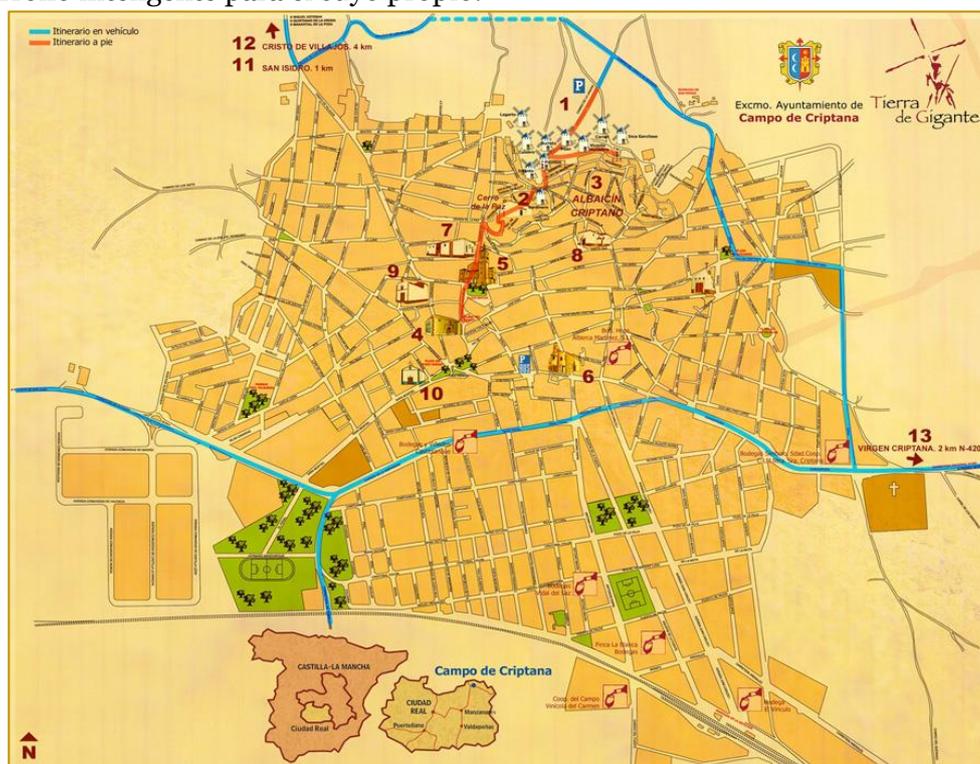


Figura 2: Mapa turístico de Campo de Criptana. Extraído de Turismo Campo de Criptana. Recuperado de <https://www.tierradegigantes.es/>

Antes de pasar a la presentación de los objetivos y estructura de este trabajo, sirva esta introducción para agradecer al fotógrafo José Manzaneque Carrasco y al archivo del Departamento de Cultura y Turismo de la localidad la facilitación en la obtención de muchas de las fotografías utilizadas a lo largo de este trabajo.

2. Objetivos

Este Trabajo Final de Grado tiene como objetivo principal analizar la situación actual en materia turística de la Ruta del Quijote a su paso por el municipio de Campo de Criptana (Ciudad Real).

Los objetivos secundarios de este Trabajo Fin de Grado son:

- Posicionar la Ruta del Quijote como destino turístico inteligente
- Crear propuestas sostenibles aplicables al plan estratégico turístico que se va a poner en marcha
- Confeccionar de manera formal una página web y aplicación electrónica para la ruta

3. Contextualización y marco teórico

Los molinos de viento que el ilustre escritor D. Miguel de Cervantes describió en El Famoso Hidalgo Don Quijote de la Mancha, y contra quienes el hidalgo caballero luchó, sirven de escenario y reclamo turístico para el municipio de Campo de Criptana.

En torno a la obra literaria cervantina existen diversos proyectos de desarrollo, algunos de los cuales incluyen rutas turísticas como es la Ruta del Quijote, internacionalmente conocida y de la que se hablará más adelante. Entre otros proyectos turísticos como la Ruta de la Bicicleta y la Ruta de Galdós, la iniciativa tomada por la asociación “**País del Quijote, una ruta de ensueño**” ofrece una ruta más precisa por la llanura manchega².

En este proyecto participan los ayuntamientos de cuatro municipios castellanomanchegos: **Alcázar de San Juan, El Toboso, Argamasilla de Alba y Campo de Criptana**. Estos municipios, unidos por el fin de impulsar el turismo, aportan elementos relacionados con la obra cervantina que añaden valor patrimonial a la ruta.

De esta forma, cada uno de estos municipios constituye un pilar fundamental que hace posible este proyecto que desarrollará la ruta inspirada en la obra cervantina de 1605.

² Actualmente, esta asociación está coordinada y dirigida por D^a. Mercedes Mateu García-Morato.

En primer lugar, Alcázar de San Juan cuenta con la **Casa del Hidalgo (Fig. 3)**. Este edificio cuenta con el reconocimiento de Bien de Interés Patrimonial y representa el modelo de las antiguas casas-palacio de los siglos XVIII y XIX que, mediante un sistema de patio central, distribuía la vida de los distintos ámbitos de la casa: negocios y comercio, servicio e industrias domésticas, espacios privados y públicos.



Figura 3: La Casa del Hidalgo, Alcázar de San Juan. Extraído de «Museo del Hidalgo». Recuperado de <https://www.turismoalcazar.es/index.php/que-ver/hidalgo>. Museo Casa del Hidalgo. © Archivo fotográfico del Museo Casa del Hidalgo.

Por otro lado, Campo de Criptana, tiene el título e imagen representativa de **“Tierra de Gigantes” (Fig. 4)**, por ser el escenario en el que, supuestamente, Don Quijote plantó cara a aquellos terribles enemigos de piedra. Hay varios municipios poseedores de molinos de viento que dicen ser los originales de la obra. Si bien, al comenzar el relato de El Quijote con la célebre frase de «En un lugar de La Mancha, de cuyo nombre no quiero acordarme [...]» se crea una gran controversia por no conocer de manera segura la localización de esta historia.



Figura 4: Campo de Criptana. Tierra de Gigantes. Extraído de «Museo del Pósito». Recuperado de <https://sites.google.com/site/entierradegigantes/museos/posito>. Museo del Pósito Campo de Criptana. © Archivo de Turismo Campo de Criptana.

También participa El Toboso, que es famoso por el amor de la llamada **Dulcinea del Toboso**, cuyo nombre original sería Aldonza Lorenzo, musa del ingenioso hidalgo Don Quijote. Curiosamente, Dulcinea ni habla ni tan siquiera aparece físicamente en la obra, pero al ser mencionada en tan numerosas ocasiones, adquiere un papel protagonista. En la Figura 5 observamos el rostro y el cuerpo de manera distorsionada de Dulcinea:

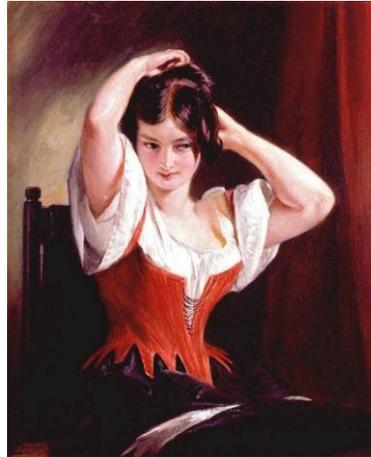


Figura 5: Dulcinea del Toboso. Extraído de «Pinterest», Charles Robert Leslie. Recuperado de <https://in.pinterest.com/pin/315111305179106687/>. Museo de Albert y Victoria (Londres). © 1839 Victoria and Albert Museum.

La razón por la cual se dice que esta no es la auténtica imagen representativa de Dulcinea se debe a que ella en realidad no existe, sino que es una mujer que el hidalgo crea en su imaginación basada en la labradora Aldonza Lorenzo.

Por último, Argamasilla de Alba con la **Cueva de Medrano (Fig. 6)**, con un papel muy importante en este proyecto por ser considerada la cuna del Quijote, dado que según la



Figura 6: La cueva en la Casa de Medrano. Extraído de «El Lugar de la Mancha». Recuperado de <http://repositorio.turismocastillalamancha.com/miscelanea/175009/49/af97/museo-casa-de-medrano.jpg>. La Casa de Medrano (Argamasilla de Alba). © Archivo de la Casa de Medrano.

historia, sirvió de prisión a la vez que de inspiración para el artista Don Miguel de Cervantes Saavedra a la hora de crear la que resultaría ser su más famosa obra.

La obra en sí está dotada de mucho **misterio**, debido a que muchos elementos como bien son la localización, la verdadera imagen de Dulcinea e incluso los paraderos del artista Don Miguel de Cervantes son tan solo estimaciones.

Una vez descrito el contexto, este trabajo final de grado continuará con la descripción y consideración de la ruta del Quijote como recurso turístico y su diferenciación con la creación de un producto turístico en torno a la misma.

3.1. La ruta del Quijote: de recurso a producto turístico

Las rutas turísticas, en su consideración como recurso en sí mismo, consisten en caminos trazados para que turistas o viajeros puedan conocer y visitar diferentes atractivos turísticos. Cuando un territorio posee una serie de factores que de manera natural atraen al turista o visitante a acudir a ellos se puede decir que cuenta con una gran ventaja considerando que el esfuerzo de creación de la ruta lo tiene muy avanzado. Este sería el caso de Campo de Criptana, pues los Molinos de Viento no se encuentran allí a propósito de haber escrito Miguel de Cervantes sobre ellos. Los molinos se solían utilizar en la molienda de grano para la obtención de harina, y la instauración de los mismos se remonta al siglo XVI, pero, casualmente, fueron incluidos en una obra literaria mundialmente conocida.



Figura 7: Molinos de viento de Campo de Criptana. Derechos cedidos por José Manzanegue Carrasco.

Existen dos tipos de rutas turísticas: **circulares y lineales**. Las primeras tienen un punto de partida y tienen atractivos naturales, como paisajes, haciendo paradas en puntos de interés. Las segundas, se puede decir que van, como bien indica su nombre, en línea, y los destinos turísticos se encuentran ligados entre sí por medio de características en común. (Cruz, 2014)

A pesar de que podría resultar muy sencillo confeccionar una ruta que recorra todo el territorio por el que Don Quijote de la Mancha dejó huella, no lo es. Debido a que, como se mencionó anteriormente, la obra es un gran misterio en sí y, sumado a ello, se sabe que el de Castilla-La Mancha es el viñedo más grande del mundo gracias a sus 437.000 hectáreas de viñedos en total, no es físicamente posible que exista tal ruta.

Una palabra más acertada para este producto sería **red**, ya que existe una serie de municipios relacionados con la obra y todos aquellos que lo deseen pueden elegir de manera más concreta a dónde ir según sus intereses.

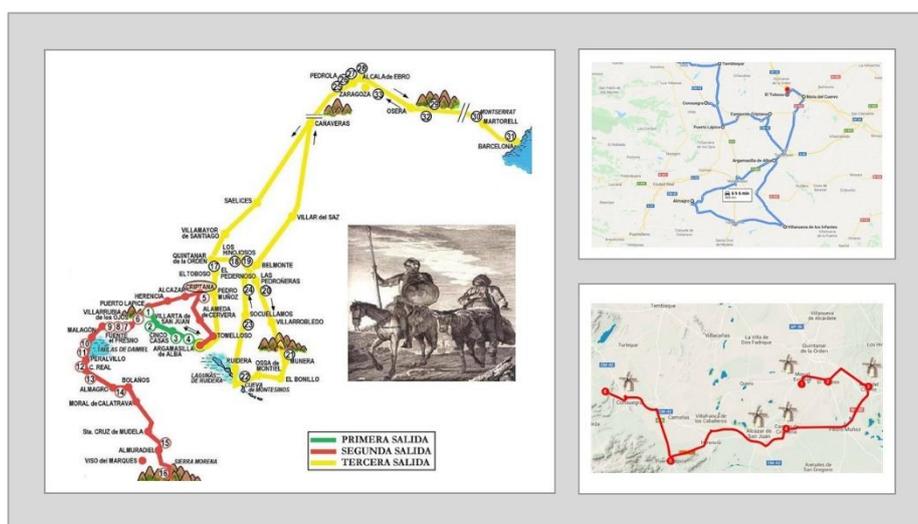


Figura 8: Diversas Rutas del Quijote. Extraído de «Guía del ocio». Recuperado de <https://www.guiadelocio.com/a-fondo/la-ruta-de-don-quijote-paso-a-paso/las-10-etapas-de-la-ruta-del-quijote>. *La Ruta de Don Quijote, paso a paso.* © Guía del ocio.

Se debe a ello que sea tan importante la elaboración de rutas fijas dentro de estos territorios, como se está llevando a cabo en los cuatro municipios mencionados anteriormente, gracias a la asociación “**País del Quijote, una ruta de ensueño**”, enfocados en puntos concretos que ayudan al turista a orientarse dentro de este gran mapa quijotesco. A lo largo de este Trabajo Final de Grado la ruta del Quijote girará en torno a este nombre.

Introduciendo la localidad de Campo de Criptana, esta cuenta con una gran variedad de recursos turísticos que aportan una gran riqueza patrimonial, y que pueden resultar de gran atractivo para las personas que visitan el pueblo interesadas por el Quijote y, ligado a ello, la cultura castellanomanchega. Algunos de estos recursos son:

- **Molinos de Viento:** el atractivo local más popular. En el interior de cada molino se encuentra una temática distinta, habiendo uno dedicado a Sara Montiel, que es el más transcurrido por los turistas. Los primeros domingos de

cada mes se representa una escena del Quijote de la Mancha en la sierra y se pone en marcha la molienda en uno de ellos

- **Escuela de catadores “Tierra de Gigantes”**: inaugurada a finales de 2019, la escuela de catadores es pionera en la consolidación de formación, asesoramiento y evaluación sensorial de productos agroalimentarios. No solo se realizan catas de vino, sino que además se pueden degustar otros muchos productos como café, té, frutos secos y aceite de oliva virgen extra, entre otros
- **Cooperativas vinícolas** dedicadas a la producción enológica y también a la venta de productos de la rica gastronomía típica criptanense
- **Museos del Alambre y El Pósito**, con una amplia variedad de exposiciones de arte
- Un gran abanico de **bares y restaurantes** especializados en las populares tapas con alimentos locales
- El **Cerro de la Paz** y el **barrio del Albaicín**, tras los molinos de viento, que cumplimentan a la perfección con el arquetipo de barrio manchego clásico.

Dado que el municipio tiene, entre otros, todos estos recursos turísticos que podrían ser atractivos para el turista que acude a Campo de Criptana con el fin de realizar la ruta cervantina, se va a realizar una investigación en torno a la gestión turística que se está llevando a cabo en la localidad ciudadrealeña.

El municipio cuenta con otros recursos, principalmente **rurales**, formando parte del viñedo más grande del mundo, que es Castilla-La Mancha; y también **religiosos**, siendo



Figura 9: La Dolorosa. Una de las estampas de la Virgen de Campo de Criptana.

Derechos cedidos por José Manzanque Carrasco

la Semana Santa de Criptana un Interés Turístico Regional, y que está luchando por convertirse en Interés Turístico Nacional, consiguiendo así ser una de las más populares de la península. Criptana es el hogar de ermitas, conventos, e Iglesias. Una combinación de ambos serían el cerro de la Virgen, el Cristo de Villajos y San Isidro.

Estos recursos mezclados con los elementos intangibles e innovación podrían dar lugar a una oferta turística muy interesante.

Otro aspecto diferente es el aprovechamiento de las rutas turísticas como productos turísticos ya que, si bien, como se ha comentado anteriormente, están basadas en un **recorrido que es presentado con anterioridad** y brindan una **orientación** a los consumidores sobre las actividades que se llevarán a cabo en un destino deben contener una serie de elementos integrales que son ofertados en el mercado turístico. (Viteri, 2017)

Esta integración de la oferta en torno a la ruta debe incluir la comercialización, el cual podría considerarse como el elemento diferenciador y clave para convertirse en producto turístico. Un claro ejemplo de la madurez de este es una ruta que ha pasado a ser producto es la Ruta del Vino – Ribera del Duero o Rioja. Podría decirse que **la fama del producto ha superado la del territorio**. La Rioja ha creado su riqueza turística a partir del producto más típico que posee: el vino. Lo mismo sucede en el caso de la zona del Duero. Gracias a que los turistas acuden atraídos por la popularidad enológica, tienen la oportunidad de dar a conocer los demás productos o recursos que poseen. Al planificar el viaje, o incluso una vez habiendo acudido al destino, los turistas descubren más datos de la zona que están visitando.

3.2. La integración de la Ruta del Quijote y la inteligencia turística

Partiendo de la definición sobre el **concepto de inteligencia turística**³ que tiene como objetivo ser la locomotora para el fomento de la transformación digital de destinos turísticos de España, a la vez que pretende impulsar un desarrollo sostenible del turismo buscando, por un lado asegurar la satisfacción de los turistas y, paralelamente, mejorar las condiciones de vida de la población, se va a hacer un análisis de cuáles son los elementos que se deberían tener en cuenta para posicionar la Ruta del Quijote como destino inteligente, correspondiendo con uno de los objetivos de este trabajo de investigación.

³ El Proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes está impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo.

Las rutas ofrecen de este modo importantes **oportunidades de desarrollo sostenible del turismo**, ya que tienen potencial para (Lorda, 2017):

1. Propiciar la **distribución regional de la riqueza**, reduciendo la presión que soportan los principales polos de atracción y contribuyendo a **abordar la estacionalidad**;
2. Crear productos nuevos e innovadores y agregar valor a los existentes, incrementando así la satisfacción de los visitantes, la duración de sus estancias y el gasto;
3. Abrir nuevos destinos y revitalizar destinos en declive;
4. Crear un factor de arrastre que atraiga a nuevos segmentos del mercado;
5. Fomentar las **asociaciones público-privadas** y estimular el emprendimiento;
6. Promover la coordinación entre autoridades locales, regionales y nacionales;
7. Proteger y promover el patrimonio natural y cultural, tanto material como inmaterial, generando ingresos para la conservación y proporcionando viabilidad económica a actividades que de otro modo podrían «perderse».
8. Generar financiación y condiciones más atractivas para la inversión del sector privado;
9. Promover el entendimiento cultural y el fortalecimiento de los lazos entre las personas en todos los ámbitos –local, regional, nacional e internacional-.

El diseño de rutas turísticas se podría considerar como una gran oportunidad en sitios que existen recursos con gran potencial y vocación turística, constituyéndose de esta manera como una opción viable de desarrollo dentro de los territorios a escala local, regional y nacional.

Si bien está clara la importancia de la creación de rutas de manera sostenible y contribuyente para el patrimonio cultural y el natural, también se han de adaptar al prototipo de las **ciudades inteligentes**, puesto que ambos conceptos se complementan.

Para ello, en primer lugar, se debe conocer cuál es el grado de familiarización con el concepto de inteligencia turística y si han tomado conciencia del mismo a la hora de efectuar el diseño y elaboración de la ruta. En el caso de la ruta del Quijote, se ha realizado una investigación tanto en el Ayuntamiento criptanense como en la asociación de “País del Quijote, una ruta de ensueño” a través de entrevistas para conocer cuál es el nivel de conocimiento y voluntad política, empresarial y asociativa para llevar a cabo.

Por una parte, en el Ayuntamiento de Campo de Criptana se llevan a cabo tanto **planes de sostenibilidad** como de **destino inteligente**. Los planes de accesibilidad,

anteriormente mencionados, están dentro de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, estando todas las acciones diseñadas para tener cabida dentro de cada uno de los ítems 20-30.

Uno de los objetivos principales de la asociación “País del Quijote, una ruta de ensueño” es la **cooperación entre empresas públicas y privadas** a través de las Juntas del Vino, la Mesa de Calidad, el CIT⁴ situado en Alcázar de San Juan... entre otros. Los ayuntamientos de los cuatro municipios participantes entienden estos conceptos de ciudades inteligentes e inteligencia turística, y trabajan en ellos. En este plan de desarrollo turístico tienen una comprensión sobre el turismo inteligente principalmente centrada en el ámbito medioambiental, sostenible, de calidad y de colaboración entre el sector público y el privado, sin pasar por alto el tecnológico.

Se tratará de **tecnificar** de alguna forma el turismo inteligente, por ejemplo, haciendo que todas las oficinas de turismo estén en red, que en cada una haya un punto de auto información, a través de códigos QR o el wifi libre.

Por otra parte, desde el Ayuntamiento de Campo de Criptana también tienen en cuenta el concepto de **turismo inteligente**, y se ha establecido un apartado dedicado específicamente a esta materia.

Según define la compañía tecnológica *Syntonize*⁵, el **turismo inteligente** aparece en los últimos años como un concepto revolucionario. Se sirve de la tecnología para la organización turística. La finalidad del turismo inteligente es la de aportar a los turistas una experiencia única y memorable:

El turismo inteligente viene marcado por la búsqueda de la experiencia turística perfecta. A través de la **tecnología** se ofrece al turista un amplio abanico de actividades y complementos a la experiencia turística.

Un destino turístico inteligente es un espacio turístico innovador basado en una **infraestructura tecnológica de vanguardia** que responde al desarrollo sostenible del territorio turístico, facilita la interacción e integración del visitante en el

⁴ El CIT es el Centro de Iniciativas Turísticas. Con más de un centenar de años de existencia, los Centros de Iniciativas Turísticas participan activamente en el desarrollo del turismo formando parte de los Patronatos y Consorcios de Desarrollo, poniendo en marcha acciones de promoción ejemplares y facilitando formación al sector.

⁵ <https://www.syntonize.com/turismo-inteligente-el-futuro/>

entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida de sus residentes.

La clave de este turismo inteligente reside en los dispositivos móviles que cada viajero lleva consigo y los enlaces al mundo digital que se encuentra en los destinos. Esto permite la **interacción** digital del turista con su entorno, multiplicando las capas de experiencia turística. Las actividades interactivas pueden sumar mucho valor a una ruta turística, involucrando así el entretenimiento a través de juegos mentales.

(Syntonize, 2020)

La tecnología no solo se queda en los puntos de interés turístico, sino que se expande hasta los **alojamientos turísticos**. Los complejos hoteleros están integrando aplicaciones propias donde los usuarios pueden acceder a todos los servicios del hotel.

A través de estas definiciones se puede observar que los conceptos de **turismo inteligente** e **inteligencia turística** son similares y tienen la misma finalidad.

La metodología planteada para abordar este trabajo combinó varias fuentes gracias a las cuales ha sido posible la obtención de datos. Se exponen las mismas en el siguiente apartado.

4. Metodología

Por una parte, se han realizado dos **entrevistas** a las personalidades que llevan el control del turismo en Campo de Criptana: Mercedes Mateu García-Morato, coordinadora y gerente de “País del Quijote, una ruta de ensueño”, una ruta que engloba cuatro municipios pertenecientes a la red de municipios de la Ruta del Quijote; y a Rosana Fernández Ruiz, concejala de Cultura y Turismo de Campo de Criptana.

Este Trabajo Final de Grado está basado principalmente en los datos obtenidos mediante ambas entrevistas. Una vez hechas, transcritas y analizadas, se ha podido elaborar el cuerpo del proyecto.

Por otro lado, la confección de un **análisis DAFO** que ha permitido conocer de qué dispone el destino turístico, de dónde se podría sacar más provecho, de qué carece el mismo y si tiene algún tipo de competencia. Gracias a este análisis, se ha podido reflexionar en torno a estas cuestiones.

En tercer lugar, se ha hecho una **recopilación de las celebraciones** más importantes que se llevan a cabo en Campo de Criptana en un calendario para de esta forma poder tener una imagen clara a la hora de establecer planes turísticos en torno a ellas.

Después, se ha procedido a desarrollar el enfoque turístico en torno a **los ODS de la Agenda 2030**, con un contenido detallado en materia de sostenibilidad y los objetivos que va a perseguir este proyecto.

Finalmente, también se ha obtenido información proveniente de contenidos multimedia y audiovisuales, como blogs, revistas, libros y vídeos, principalmente.

Después de haber analizado y desarrollado el proyecto, se ha realizado el diseño de una página web y una aplicación móvil dedicada a la ruta que se propondrá a la asociación “País del Quijote, una ruta de ensueño”, junto a unas pautas a seguir en las redes sociales.

5. Resultados

Tras una investigación analítica sobre los recursos de los que dispone Campo de Criptana basada en los resultados de las entrevistas y los datos públicos se han obtenido una serie de resultados que se expondrán en este análisis DAFO.

5.1. Análisis DAFO de Campo de Criptana como destino turístico

Debilidades

- No existe un plan estratégico turístico
- No existe paquete turístico en torno a la Ruta del Quijote
- La accesibilidad en transporte público es muy escasa, y también lo es la comunicación entre los municipios cercanos
- Climas muy extremos en invierno y verano
- Carencia de alojamiento
- Departamento de turismo inexistente, sólo cuenta con una oficina con dos trabajadores fijos y otros dos temporales
- Bajo control estadístico de datos sobre los turistas recibidos
- Nivel bajo de visitas internacionales recibidas
- Poca comunicación entre sector público y privado
- Sensación de rechazo por parte de las empresas locales hacia el turista
- Falta cultura empresarial y colaboración entre empresas turísticas

Amenazas

- Destinos competitivos emergentes: Consuegra, que ha atraído a los turistas japoneses que recibía no muchos años atrás Campo de Criptana, debido a su mayor oferta de alojamiento
- Cierre perimetral a causa de la COVID-19
- Competencia con otros productos vinícolas denominación de origen con más prestigio que el castellanomanchego, que cuenta con mucha cantidad, pero cuya marca no es tan reconocida como pueda serlo, por ejemplo, un D.O. Rioja o Ribera del Duero
- Destinos cercanos con acomodación que se llevan esa parte de los beneficios que se podrían recaudar en Campo de Criptana si al turista se le diera la oportunidad.

Fortalezas

- Molinos de viento declarados Bien de Interés Cultural en el año 1978
- El municipio goza de prestigio cultural dado que su nombre está ligado a la novela cervantina de Don Quijote de La Mancha
- La célebre “fiesta yeyé”, que tiene lugar cada 23 de agosto y que da entrada a la feria y fiestas del pueblo. Turísticamente hablando, atrae a muchos turistas nacionales, y debido a que es un evento nocturno, no es necesaria la acomodación, habiendo también una gran cantidad de autobuses programados expresamente para ello
- Cifras de visitas muy constantes a lo largo del año, a pesar de que en temporadas de clima muy extremo pueda bajar un poco el volumen de visitas recibidas
- La Semana Santa es muy popular, y está declarada como Interés Turístico regional desde el año 2008.

Oportunidades

- La situación pandémica a su vez ha impulsado el turismo interior, fomentando así el turismo rural
- Amplia oferta enológica y gastronómica
- Participación en ferias turísticas como FITUR
- Nuevo alojamiento: zona de estacionamiento para caravanas, que puede atraer a otro tipo de turista
- El municipio pertenece a la RECEVIN (Red de Ciudades Europeas del Vino)
- Subvenciones recibidas por parte de la junta de Castilla-La Mancha
- Instauración de la zona de aparcamiento inteligente en la sierra de los molinos que permite conocer la carga turística

- Los viajeros demandan nuevas experiencias que consigan hacerle entrar en contacto directo con la cultura y los productos locales.

Cabe dejar constancia de que actualmente se ofrecen **ayudas** para los emprendedores de pequeñas empresas. Sin embargo, cuando un solo negocio objeto de atractivo turístico abre sus puertas en un pequeño municipio, necesita el apoyo de más recursos y empresas ligadas al sector para llamar la atención del turista, ya sea directa o indirectamente, como un conjunto de recursos turísticos junto a la existencia de empresas de restauración y alojamiento, ligado a otros comercios, instalaciones y una buena infraestructura.

5.2. Análisis de la presencia del municipio en los medios digitales

En primer lugar, la que casi con total seguridad será la primera parada en el camino del turista: la **página web del pueblo**. Esta (Fig. 17) es la toma de contacto que se da de forma online en Campo de Criptana:



Figura 10: Entrada de la página web turística de Campo de Criptana.

Por tanto, lo que encuentre aquel que está interesado en Campo de Criptana girará en torno a los molinos de viento y Don Quijote. En esta toma de contacto ya se está relacionando la imagen del hidalgo con la gastronomía y el vino, sin pasar por alto los parajes naturales.

En la sección de Información (Fig. 11) se encuentran los apartados más relevantes como, por ejemplo, cómo llegar, la historia del municipio con fotografías antiguas y un mapa que permite conocer la ubicación.

En tren

La estación de Campo de Criptana está ubicada en la calle Agustín de la Fuente s/n, dentro del casco urbano. Hay trenes directos a Madrid, Valencia, Ciudad Real o Albacete, entre otras ciudades. Puedes consultar todos los trenes y horarios en:

<http://www.renfe.com/viajeros/index.html> (pinchando en "ver todas las estaciones")

En 1905 llegó en tren hasta Campo de Criptana Azorín, quién así lo dejó escrito en su obra 'Ruta de Don Quijote':

"He llegado a Criptana hace dos horas; a lo lejos, desde la ventanilla del tren, yo miraba la ciudad blanca, enorme, asentada en una ladera, iluminada por los resplandores rojos, sangrientos, del crepúsculo. Los molinos, en lo alto de la colina, movían lentamente sus aspas; la llanura bermeja, monótona, rasa, se extendía abajo..."

Figura 11: Criptana, un municipio literario.

La esencia criptanense está intrínsecamente ligada con la literatura, como se puede observar en la figura 11, haciendo oda a la obra de Azorín.

Se ha encontrado un error en uno de los enlaces de la introducción. En el apartado de “**El tiempo**”, que debería aportar información sobre las condiciones meteorológicas en la actualidad dada en el momento de visita a la página web, el turista se encontrará con una pestaña en blanco que no le facilitará dicha información. Sería de gran conveniencia solventar este fallo.

El apartado de “**Rutas**” está confeccionado de tal manera que sugiere rutas de distinto interés para todo aquel interesado, pudiendo encontrar recorridos de carácter literario, religioso, enológico o gastronómico, entre otros, con sus respectivos mapas incluidos.

Como bien ha sido aclarado, la Semana Santa adquiere un rol principal en las celebraciones criptanenses. El nivel de protagonismo es tan alto que incluso esta semana de festividades posee su propia página web. Sin embargo, el enlace puesto en disposición en la página web de turismo es inválido.

El turista se encontrará con hasta cinco **folletos** distintos introducidos en la sección de “Multimedia”, uno general, dos de ellos dedicados al lema de “Tierra de Gigantes”, la Guía Verde analizada con anterioridad, y otro dedicado plenamente a los molinos de viento. En la fototeca se encuentran fotografías muy antiguas del pueblo, pero a penas actuales, y dos vídeos, uno promocionando el municipio y otro dedicado exclusivamente a la Semana Santa.

En siguiente lugar, la que es la imagen principal al introducir el nombre del pueblo en las distintas redes sociales:

1. **Facebook:** es la red que más interesa tener actualizada en función del tipo de turistas que se pretende atraer, ya que permite dar a conocer la marca, ganar visibilidad, fidelizar y comunicar. Ofrece unas capacidades de targeting que distan mucho del resto de soluciones disponibles hoy en el mercado. Además, nos ofrece la información especificada sobre el perfil de los usuarios, la actividad que realizan dentro de la red [...] Por ello se considera la herramienta como un canal publicitario. (Vila, 2020)

Hay una serie de directrices que se deben seguir en cada red social. En Facebook serían: no vender directamente el producto, utilizarlo como canal bidireccional interactuando con el público, generar un contenido de valor, potenciar las imágenes gráficas y los vídeos, generar cercanía, ética y valores humanos, más que empresariales y, por último, establecer un calendario editorial y de frecuencia, que marcará la periodicidad de las publicaciones. (Vila, 2020)

El perfil de Facebook de Campo de Criptana está bastante actualizado, contiene publicaciones con los anuncios sobre los eventos acontecidos y que están por llegar, como se puede observar en la siguiente captura de pantalla:



Figura 12: Noticia del portal de Facebook de Campo de Criptana. Extraído de «Facebook». Recuperado de <https://www.facebook.com/campocriptana.info>.

2. **Instagram:** por otro lado, esta red social se debe dedicar exclusivamente a generar una sensación de envidia, de atracción, el sentimiento de querer visitar lo que el usuario de Instagram está viendo.

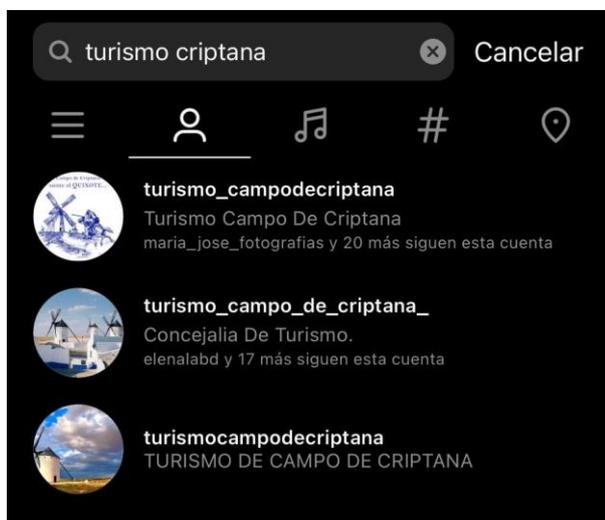


Figura 13: Diversas cuentas de turismo para el municipio de Campo de Criptana.
Extraído de «Instagram».

Existen tres perfiles de Instagram cuyo nombre puede resultar ser el del departamento turístico. Se desconoce cuál de todos es el oficial. El hecho de que exista más de una cuenta es un punto en contra hacia la confianza que turista vuelca en el destino. Además, los tres perfiles están abandonados, siendo sus últimas publicaciones hace más de dos años.

3. **Twitter:** por último, esta red social se ha de utilizar para comunicarse con el usuario, en este caso, el turista que tenga problemas en algún momento, resolver sus dudas... El administración de esta red social ha de resultar cercano para el público, transmitir confianza.

Lamentablemente, no es posible añadir una prueba gráfica del perfil oficial del departamento de turismo en Campo de Criptana a causa de la inexistencia del mismo. El municipio sí cuenta con un perfil controlado desde el ayuntamiento, pero, al igual que el perfil de Instagram, también está abandonado.

5.3. Acciones para la mejora del desarrollo turístico inteligente

Mediante a las entrevistas realizadas se ha podido descubrir planes que el ayuntamiento de Campo de Criptana pretende realizar en varias áreas del entorno turístico o que incluso están ya en marcha. A continuación, se ven detenidamente cada una de ellas y se hablará sobre las subvenciones recibidas con el fin de llevarlas a cabo.

En primer lugar, y respondiendo a la pregunta sobre la intención de realizar un **plan estratégico que gire en torno a la ruta quijotesca**, Rosana Fernández argumenta que:

En torno a la ruta exclusivamente no, pero el plan que tenemos en Campo de Criptana es seguir construyendo los productos, como el del **Centro de Interpretación del Molino Manchego**⁶, que está en proceso de construcción, y otro de los proyectos que tenemos es que hemos presentado al ministerio de turismo a nivel del ministerio de Gobierno central una subvención que se llama **Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos**.

En este proyecto hemos presentado el plan de trabajo para el desarrollo del plan estratégico del turismo. El plan estrella es intervenir a nivel urbanístico en el cerro de los molinos para mejorar la accesibilidad del entorno, ahora hemos prohibido el aparcamiento en la plataforma de los molinos y construido un aparcamiento alternativo para que los molinos se vean sin coches, y lo que tenemos es un dinero para invertir en la accesibilidad del entorno y el embellecimiento del Barrio del Albaicín, además de promocionar mejor las actividades, combinar la oferta patrimonial con la cultural, promover festivales..., no solo desarrollar los molinos. También, a nivel de la Ruta de Ensueño País del Quijote, si cada uno de los cuatro municipios amplía su repertorio turístico, nos beneficiará a todos.

(R. Fernández, comunicación personal, 11 junio 2021)

En cuanto a la inteligencia turística se expone que el **turismo inteligente** también comprende la adaptación de los puntos turísticos en términos de accesibilidad a todo tipo de personas. La adaptación de los espacios a las diferentes capacidades y necesidades de todo tipo de turistas. Las actuaciones incluidas en el Plan de Desarrollo Turístico del municipio dentro de este concepto son:

- En los lugares donde se habilite un aparcamiento alternativo, como el que se ha construido en la sierra de los molinos, crear un **sistema de cámaras** que permita calcular la carga de visitantes del destino. Esta obra aportaría cifras reales que actualmente no se pueden conocer debido a no tener un control posible sobre ellas;

⁶ El Centro de Interpretación del Molino Manchego, situado en el interior de uno de los molinos, tiene como finalidad que el visitante pueda conocer al detalle este tesoro patrimonial.

- instauración de un sistema de señalética que permita a cada una de las personas que llegan a un recurso acceder a la información desde sus dispositivos móviles a través de **códigos QR**;
- se pretende intentar el **acceso a una red wifi** en los puntos más visitados. El “**free wifi**” es una iniciativa cada vez más común y útil en muchos lugares, y que funciona muy bien junto a los códigos QR para acceder a través de internet a la información sobre los sitios turísticos. La información puede verse más atractiva a través de una página web, donde los visitantes pueden acceder a más contenido audiovisual y leer más datos sobre el atractivo visitado.

Según Rosana: “Todo esto no es ajeno a la concejalía de turismo, hay muchos proyectos que están incluidos dentro de este plan de sostenibilidad turística que hemos presentado, que saldrán adelante o no, pero no es un tema desconocido para el ayuntamiento.”

Sobre el **alojamiento**, es necesaria una iniciativa de alojamiento para que los turistas puedan estar, al menos, un fin de semana. “Una de nuestras carencias a nivel turístico es que no tenemos una oferta de alojamiento ni muy extensa ni de calidad”, según Rosana Fernández. De hecho, la oferta ni tan siquiera está categorizada como alojamiento hotelero. En total se ofrecen en Campo de Criptana 128 camas, contando con que muchos de los alojamientos son viviendas privadas.

Por otro lado, desde la Junta de Ciudad Real, se recibió una subvención de 750.000€, con los cuales se pretende **crear hospederías**⁷.

Previamente a la situación pandémica, se tenía un proyecto planeado, el cual se espera retomar, que consistía en una firma con Renfe para crear un paquete de **trenes turísticos** en el que Renfe ponga en disposición una vez al mes un tren directo Madrid-Campo de Criptana, que llegara por la mañana y volviera a Madrid por la noche. Es una colaboración que Renfe hace con varios destinos y que requiere una promoción. Este proyecto que iba a comenzar en la primavera de 2020 no pudo llegar a suceder. Esta colaboración hubiera hecho que muchos turistas accedieran al municipio en tren, ya que la mayoría de ellos vienen en coche o en autobús en grupos de viajes organizados.

En último lugar, Mercedes Mateu, relacionado sobre el proyecto de “**País del Quijote, una ruta de ensueño**” confirma que: “Estamos en plena ebullición retomando todo.

⁷ Las hospederías son alojamientos singulares de alta categoría (mínimo se les exige que sea equivalente a un hotel de 3***).

Vamos a hacer una página web nueva y a empezar con temas de comercialización, la ruta de las bicis y de Galdós... vamos a intentar que estos proyectos sean apoyados por la junta.”

En estos momentos la asociación no goza con la colaboración de empresas de sector privado, aunque se trabaje por el sector privado de cada municipio. Aun así, si la asociación toma otro carácter en un futuro se tratará de contactar con ciertos empresarios e incluirlos en la asociación. Las pequeñas empresas deberían estar interesadas en la colaboración en el desarrollo del turismo, pues negocios de restauración, de alojamiento, de comercio y de transporte saldrían beneficiados. Sin embargo, ahora mismo está más enfocada al desarrollo público.

5.4. Propuestas para la mejora del desarrollo turístico inteligente

El desarrollo turístico inteligente y sostenible en Campo de Criptana debería enfocarse en mejorar la accesibilidad al municipio y desarrollar todos aquellos elementos que puedan satisfacer las necesidades del mercado turístico, como es el caso del transporte público y los establecimientos de alojamiento.

Siguiendo un orden lógico, en primer lugar, habría que plantearse la siguiente cuestión: ¿a qué turistas pretende atraer el destino?, si bien actualmente se ha visto que el **perfil sociodemográfico** promedio que se está recibiendo es de una persona adulta de mediana edad (entre los 35 y 55 años) de origen nacional y que está interesada principalmente en la literatura, concretamente por la obra cervantina y que, una vez en el destino, descubre más cosas sobre este.

Se trata de un perfil que goza de **gran interés para el crecimiento económico**, ya que, estos sujetos poseen un nivel de economía medio-alto. Muchos de ellos con una familia formada, vienen junto al resto de miembros, los cuales también necesitan comer, beber y pernoctar al mismo tiempo que satisfacen sus necesidades de ocio.

Por tanto, a pesar de no tener un gran volumen de visitantes anuales, el perfil sociodemográfico que recibimos es de gran calidad, porque de este modo también se evitan las masificaciones y molestias a la población local que se generan, por ejemplo, en los municipios de la costa mediterránea. Estas zonas han pasado a estar dedicadas plenamente al turistas. Llegado a tal nivel de masificación y estacionalidad, la gente local no se siente cómoda en su propio municipio, tienen dificultad para dormir por las noches debido al ruido, y el simple hecho de pagar en un supermercado les supone mucho tiempo.

Aprovechando que en Campo de Criptana no existe una estacionalidad tan pronunciada como en otras zonas, lo ideal sería visualizar todas las celebraciones que se dan durante el año, y a partir de ellas, desarrollar planes turísticos enfocados a un mercado más concreto. Si un pueblo no posee los recursos turísticos tangibles suficientes, entonces serán **los intangibles los elementos clave**.

Anteriormente se enumeraron los elementos patrimoniales de Campo de Criptana. Se puede observar que tan solo una pequeña parte pertenecen al patrimonio tangible, sería el caso de los museos y ermitas, los molinos de viento, y el gran patrimonio natural que posee al pertenecer al viñedo más grande del mundo que es Castilla-La Mancha.

Sin embargo, de lo que sí goza esta localidad es de una gran cantidad de celebraciones, un abanico gastronómico rico en calidad, un vino Denominación de Origen La Mancha, y un pasado histórico, no sólo por Don Quijote, sino también por otras celebridades originales de Campo de Criptana, como lo fue la famosa artista Sara Montiel, y como es el célebre director de orquesta Luis Cobos.



Figura 14: Imagen de Sara Montiel junto a Luis Cobos. Extraído de «Diario Femenino».

Recuperado de <https://www.diariofemenino.com/fotos/actualidad/sara-montiel-junto-al-cantante-luis-cobos-en-su-lugar-natal-campo-de-criptana/>. Luis Pérez, 2013.

Además de estos recursos, la localidad manchega tiene la suerte de contar con una serie de fechas marcadas en las que se celebran diversos eventos de una gran variedad. En las páginas web turísticas de cada localidad, el primer punto que aparece es “Qué visitar”. La idea sería cambiar el concepto de “qué visitar” a “**cuándo visitarlo**”.

Tabla 1: Calendario de celebraciones y festividades en Campo de Criptana

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
		Semana Santa			
		Día del Libro			
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
	Fiesta yeyé	Vendimia			
	Feria y fiestas de Campo de Criptana		Semana Cervantina		

En la tabla elaborada se pueden observar las principales celebraciones de Campo de Criptana, sin contar las innumerables celebraciones religiosas a lo largo de todo el año.

La que podría decirse que es la celebración más famosa es la **fiesta yeyé**, que tiene lugar cada 23 de agosto, junto a la **Semana Santa**. En estas dos etapas el municipio alcanzaría su máxima recepción de turistas, unos turistas muy distintos entre ellos.

Por un lado, la que marca el inicio de la feria y fiestas de Campo de Criptana, la **fiesta yeyé (Fig. 15)**, recibe cada año a miles de jóvenes de toda España. Es, con diferencia, el día del año que más personas hay en el interior del pueblo. La yeyé no es más que una



Figura 15: La fiesta yeyé en la Sierra de los Molinos de Campo de Criptana. Extraído de «El Semanal de La Mancha». Recuperado de <https://elsemanaldelamancha.com/art/20618/miles-de-personas-disfrutan-de-la-fiesta-yeye-en-campo-de-criptana>. Archivo del periódico *El Semanal de La Mancha*, 2017.

fiesta con temática de los años sesenta en la que todos los asistentes se disfrazan o bien de yeyé o bien de *hippy*. En ella se pueden escuchar temas de artistas clásicos como Fórmula V, Karina, Marisol, Fórmula V y Raffaella Carrà, entre otros. La fiesta comienza con un desfile presidido con coches antiguos y gente disfrazada de la época bailando y recorre todo el pueblo. Después, se festeja durante toda la noche en el recinto ferial, y la celebración finaliza en lo alto de la sierra, donde se proyectan vídeos musicales de los años 60 en las blancas e inmensas paredes de los molinos.

La Semana Santa de Campo de Criptana es un **Bien de Interés Turístico**, es por ello por lo que el municipio acoge a miles de personas que, a no ser que cuenten con el hospedaje en hogares de familiares o conocidos, se ven obligados a pernoctar en otras localidades cercanas.



Figura 16: Procesión del Silencio. Virgen de la Esperanza. Derechos cedidos por José Manzaneque Carrasco

Otros eventos que tienen lugar en la localidad criptanense y que pueden suponer de gran interés para el perfil sociodemográfico del turista que se describió con anterioridad al cual se pretende atraer el pueblo son:

- El **Día del Libro**, celebrado el 23 de abril de cada año. Una propuesta posible sería que desde la concejalía de turismo se lanzara una oferta turística para este día festivo.

Campo de Criptana cuenta con la Casa de la Cultura, en el mismo centro que la biblioteca municipal, donde se celebran actos y se muestran exposiciones con temática, principalmente, tradicional.

¿Qué mejor fecha para conmemorar la obra que, después de la Biblia, ha sido la más traducida a diferentes idiomas si no es en el Día del Libro? Con este motivo, se puede formar un paquete turístico muy interesante. En Campo de Criptana se celebran varios **certámenes literarios** a lo largo del año. Sería conveniente concretar un certamen con temática cervantina en el cual los turistas pudieran tanto participar como acudir como público. Junto a la Casa de la Cultura está ubicado el teatro del pueblo. También la localidad cuenta con un equipo de actores de teatro profesionales que pueden **representar la obra del Quijote**. Por último, si a estas dos actividades culturales se les añade una oferta gastronómica, al ser un plan de únicamente un día, sería un plan suficiente para satisfacer al turista.



Figura 17: Fotografía de la sierra de los molinos y sus vistas tomada en 1963. Derechos cedidos por la concejalía de turismo y cultura de Campo de Criptana.

La idea es iniciar la **cooperación con el sector privado**, firmando un acuerdo con uno de los restaurantes del municipio. Al mismo se le ofrecería una cantidad económica pactada a cambio de que a la cantidad de turistas que acudan con el paquete turístico ofertado se les satisfaga con una copa de vino original de las bodegas criptanenses junto a una tapa típica local. Teniendo en cuenta de que muchos de ellos aprovecharán para tomar alguna copa más, o incluso comerían o cenarían allí, es una idea muy atractiva para ambos bandos.

- Más adelante, en los meses de septiembre y octubre, sucede en los viñedos del territorio nacional la **vendimia**. El turista experimental que viaja en busca de la integración en la cultura local disfrutaría durante una pequeña colaboración en la jornada de vendimia. Este paquete turístico se podría ofertar durante los fines de semana que abarquen la temporada de vendimia.

Tras haber vendimiado en el campo, se visitaría una de las **cooperativas** del pueblo, donde pueda ver de cerca cómo la uva es destilada y procesada hasta la obtención de vino. Como bien se sabe, la imagen del Quijote y el vino están directamente relacionadas y asociadas al nombre de Castilla-La Mancha.

Otro de los días sería aprovechado para la **gastronomía y el turismo a los recursos relacionados con el Quijote**, como el museo del alambre, el barrio del Albaicín, y los molinos, finalizando con una tranquila cena en la azotea de un restaurante localizado en la misma sierra con vistas a los molinos y a todo el campo y el municipio.

- En el mes de octubre se celebra la **Semana Cervantina**, las fechas varían en función del año. El paquete turístico que se podría ofertar en esta semana sería similar al propuesto para el Día del Libro, pero con algunos añadidos ya que, al tratarse de una semana completa, podría aprovecharse para añadir más actividades.

Para esta ocasión se podría aprovechar para contratar autobuses turísticos en los cuales se pueda acudir al resto de municipios de la ruta propuesta por la asociación “País del Quijote, una ruta de ensueño”, puesto que son muy cercanos los unos a los otros. El turista pernoctaría y realizaría su estancia mayormente en Campo de Criptana, y tres de los días acudiría a los otros tres municipios de esta ruta, obedeciendo al plan de actividades propuestas por la asociación.



Figura 18: Portada cervantina con los actores de teatro. Extraído de «Campo de Criptana información». Recuperado de

<https://www.campodecriptana.info/hemeroteca/descargas/programas-semana-cervantina>.

Hemeroteca de Campo de Criptana Información, 2021.

Por el momento, se sabe que actualmente están arreglando **la Casa de la Torrecilla⁸, se va a convertir en una hospedería**. En Campo de Criptana, y en toda Castilla-La Mancha en general, el turismo adolece de falta de pernoctaciones. El hecho de que la que era una pequeña pensión reabra sus puertas a lo grande puede suponer un antes y un después en el turismo criptanense. Si esta iniciativa resultara exitosa, sería una señal de que es viable y necesaria la apertura de un establecimiento hotelero en el municipio. Cabe destacar que, siendo previsores, se necesitan eventos, sucesos, actividades a las que acudir, como las propuestas en los párrafos anteriores.

Una vez comentadas estas señaladas fechas, cabe destacar de nuevo el **interés en crear por fin el vínculo entre sector público y privado**. Es necesaria la colaboración de los lados público y privado para la confección de paquetes turísticos atractivos. Uno de los puntos fuertes del encanto criptanense es la gastronomía y la oferta enológica. Por eso, es de gran importancia contar tanto con el apoyo de las empresas de restauración como de las cooperativas vinícolas para desarrollar el turismo.

En resumidas cuentas, la pretensión que se tiene reside **en fomentar el turismo sin perjudicar a los habitantes de la localidad**. Teniendo en cuenta que la mayoría de los sitios que visitar puede hacerse de forma gratuita, de donde se puede obtener fruto económico sería de los establecimientos. No favorece a los ciudadanos tener que empezar a pagar una entrada a lo que hasta ahora han podido acceder de forma gratuita tan solo por atraer a turistas. La iniciativa que se ha tomado en el Parque Güell de Barcelona en la que los locales pueden visitarla gratis pero el resto de población tiene que aportar una cantidad económica puede resultar en una sensación de incomodidad para el turista, que se sentirá externo, excluido, cuando el plan de desarrollo se basa en la **inclusión**.

Por tanto, es necesario crear relaciones con los establecimientos del tercer sector o sector servicios para así crear **paquetes turísticos en torno a estas marcadas fechas** que el turista pueda pagar por adelantado y le incluyan todo. De esta manera se evitará perjudicar a la gente criptanense que quiera ir, por ejemplo, al museo del Pósito, que es de libre entrada. Si al turista se le es ofrecida un fin de semana en un alojamiento rural, con visita a los molinos de viento, a los museos del pueblo, o cualquier otra ruta que se pueda confeccionar, y sumada a ello la degustación gastronómica que incluya por un precio cerrado, el turista lo adquirirá.

⁸ La Casa de la Torrecilla era una casa particular en el centro del municipio que se reformó y antiguamente se utilizaba como un pequeño hospedaje y cafetería, pero no de una alta categoría. Gracias a la reciente inversión se han comprado dos locales adosados a ella y va a reabrir con un tamaño mayor.

Estas propuestas fomentan el desarrollo de un turismo sostenible, basado en la cooperación, y en busca del crecimiento conjunto, tanto de los ciudadanos como también a nivel comarcal, de la mano de los ayuntamientos cercanos. A su vez evitando, como no podría ser de otra forma, la degradación del medio. Se procede en el siguiente apartado al desarrollo turístico enfocado a estos objetivos para el desarrollo sostenible.

5.5. Presencia en los medios digitales

En este proyecto final de grado se propone el diseño de una página web que gire en torno a la ruta con el fin de crear un paquete turístico que poder vender al público. Como revela la figura 11, la propia asociación “País del Quijote, una ruta de ensueño” no goza de un sitio web propio que visitar.

No es usual que, llevando ya dos años en marcha, la asociación no disponga de una página web con la que promocionarse, ya que contiene archivos multimedia que serían muy interesantes de compartir, además de otras muchas cosas que ofrecer junto al paquete turístico.

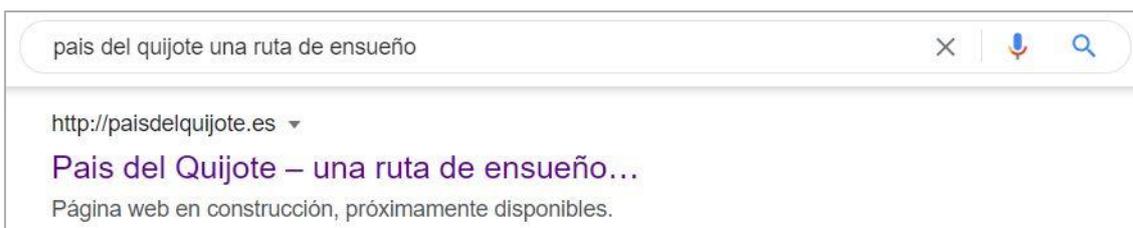


Figura 19: Página web en proceso.

Tomando provecho de este acontecimiento, se ha procedido a la creación de una propuesta de diseño para la misma. Del diseño de esta página web se espera sencillez, claridad y causar una sensación de atracción. Tiene que aportar confianza a quien la visite y todo habrá de funcionar correctamente.

Además, también se elaborará el diseño formal de una aplicación móvil que sirva de apoyo para el sitio web, que al usuario le facilite trabajo si desea consultar cualquier tipo de información sobre esta ruta desde sus dispositivos electrónicos.

Diseño de la página web:

La primera imagen que aparezca será, como no podría ser de otra manera, la pantalla de inicio. En ella se podrá leer la primera frase del libro de Don Quijote de La Mancha y acceder a la información básica de cada municipio que conforma esta ruta:



Figura 20: Entrada de la página web. Elaborado con <https://www.canva.com/>

El globo llamado “**Ir a la ruta**” (Fig. 22) redirigirá a la misma, y ahí se encontrarán las cuatro paradas que incluye (Fig. 23). El municipio que toma papel protagonista es Campo de Criptana. El turista pernoctará aquí durante toda su estancia. El resto de las paradas aparecen en orden de visita:



Figura 21: Paradas de la ruta. Elaborado con <https://www.canva.com/>

La ruta está planeada para tener una **duración de un fin de semana**, para poder ser realizada durante todo el año, estando sujeta a cambios en fechas señaladas como bien sean las vacaciones o puentes. Debajo de esta misma entrada, aparecerá un mapa para que el turista pueda tener una imagen más visual del recorrido que va a hacer, acompañado del plan general de actividades (Fig. 22):



Figura 22: Plan general y mapa de la ruta. Elaborado con <https://www.canva.com/>

Al encontrarse cercanos todos los municipios los unos a los otros, no se hará cuesta arriba para el visitante cambiar frecuentemente de localidad en un mismo viaje. Para esta ruta se contará con la empresa de autobuses de Campo de Criptana la cual será contratada cada fin de semana que se reciban grupos de turistas.

Se da la aparición del botón de “Rutas para fechas especiales”. Al hacer *click* en el mismo, se redirigirá al usuario a la siguiente página (Fig. 23):



Figura 23: Plan general y mapa de la ruta. Elaborado con <https://www.canva.com/>

Una vez vistas las fechas especiales y sus respectivas presentaciones, eligiendo la más interesante para el usuario, este podrá encontrar el plan de viaje detallado como lo hizo anteriormente con la ruta convencional.

La web también dispondrá de la traducción en inglés y, convenientemente, a japonés, al haber sido Japón un mercado emisor muy potente en la localidad. Si bien se va a instaurar por el momento un establecimiento hotelero, cabe la posibilidad de que se recupere este mercado.

Por último, un apartado de **“Contacto”**, donde se encontrarán todos los datos necesarios para solicitar información, ayuda, asesoría y un buzón de sugerencias, entre otros.

Aplicación móvil

La finalidad de la creación de la página web es plenamente por motivos de comodidad. A través de la aplicación para dispositivos electrónicos, el usuario será capaz de llamar directamente con un solo *click*. Por supuesto, también podrá enviar un correo electrónico, e incluso enviar sugerencias al departamento de turismo, gracias a la opción de **“Contáctanos”**. A continuación, la que sería la vista de inicio al abrir la aplicación:



Figura 24: Página de inicio de la aplicación móvil. Elaborado con

<https://www.canva.com/>

De manera rápida y sencilla se puede intuir el funcionamiento de esta aplicación. En estos tres botones el usuario encontrará todo lo imprescindible para su viaje. Al

seleccionar la opción de la **ruta convencional**, esto será lo que verá en su dispositivo electrónico. La manera en la presentación de la ruta ha sido elaborada ha sido de tal forma que el usuario tendrá la opción de reservarla en todo momento, podrá visualizar varias imágenes del día que se está describiendo (pulsando las flechas blancas a ambos lados de la imagen central) y, finalmente, podrá pasar a ver el siguiente día (Fig. 25):



Figura 25: Prototipo de visualización de la ruta por días. Elaborado con <https://www.canva.com/>

Si, por el contrario, el usuario estuviera interesado en otro paquete turístico para una estancia más larga que un fin de semana, pulsando en la opción de “**Rutas especiales**”, esto será lo que verá (Fig. 26):



Figura 26: Prototipo de visualización de la opción de "Rutas especiales". Elaborado con <https://www.canva.com/>

Esta es una distribución muy visual para que con tan solo un vistazo el usuario cree una imagen mental de lo que más le pueda interesar y así seleccione. En caso de querer escharbar más profundamente en una o varias de ellas, tras la opción de “**Saber más...**” se esconden los detalles de cada una de ellas, al igual que en la web, explicadas de manera muy similar a la ruta convencional.

Por último, el botón de “**Ver más**” daría acceso a otros paquetes turísticos potenciales que podrán ser creados en el departamento de turismo de Campo de Criptana una vez habido repasado los resultados obtenidos tras la puesta en escena de estas iniciativas.

En este ámbito mediático y social en línea también se presentan propuestas. Una observación sobre las redes a nivel general es la necesidad de crear y gestionar los perfiles en las redes sociales. Es de gran conveniencia eliminar las cuentas de la red social **Instagram** ya que están obsoletas, y crear un nuevo perfil de carácter oficial para el turismo de Campo de Criptana. Es necesaria la creación de una cuenta de **Twitter** debido a su inexistencia, con la que se pueda interactuar con el usuario de manera directa. **Tampoco existe una aplicación móvil** ni del pueblo, ni de su turismo, ni relacionada con la Ruta del Quijote.

En cuanto a la asociación “País del Quijote, una ruta de ensueño” es, cuando menos curioso que la que sería la página web de la asociación “País del Quijote, una ruta de

ensueño” esté en construcción después de llevar dos años en marcha, como se ha podido observar en la **Figura 21**.

5.6. Desarrollo del turismo en torno a los ODS de la Agenda 2030

La concienciación de que para desarrollar un **turismo de calidad** ha de girar en torno a los objetivos que incluye la Agenda del Desarrollo Sostenible 2030 es crucial. Es decir, hay que priorizar la calidad del turismo recibido a la cantidad del mismo para evitar escenas de nuevos destinos masificados y contaminados.

La Agenda 2030 ha concentrado un abanico de objetivos para el desarrollo sostenible en 17 grupos para una mejor comprensión con el fin de cumplimentarlos durante los quince años concentrados entre 2015 y 2030:



Figura 27: Objetivos de Desarrollo Sostenible. Extraído de «Desarrollo Sostenible». Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>. *Agenda 2030 del Desarrollo Sostenible*. © Organización de las Naciones Unidas.

Cada uno de estos 17 objetivos generales se desglosa en objetivos más específicos o metas que son igual de aplicables en todos los ámbitos, incluido el turismo.

Mercedes Mateu defiende que: “El turismo no deja de ser economía pura y dura. Ponemos en valor un territorio para que se desarrolle turísticamente mientras preservamos la cultura.” De esta manera la coordina y gerente de la asociación nos da una explicación clara y concisa de la finalidad del turismo que, al fin y al cabo, busca el beneficio económico.

A pesar de que un plan estratégico turístico se reproduzca en base a uno o varios objetivos determinados, no puede afectar de manera negativa al resto. Es decir, si el plan que se va a desarrollar en Campo de Criptana está relacionado al ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos, este no puede cumplirse si al desarrollarse perjudica a, por ejemplo, al ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, como supondría el caso de instaurar un establecimiento hotelero que no ofreciera empleos de calidad o, por otro lado, fuera en contra del ODS 3: Salud y bienestar, como ocurre en el caso de los destinos masificados.

Todos estos proyectos que se están poniendo en marcha y las acciones futuras de aspecto turístico habrían de girar en torno a los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

ODS 8: trabajo decente y crecimiento económico

Hay dos metas que son particularmente adecuadas en este objetivo para el plan estratégico turismo que se pretende llevar a cabo para el municipio de Campo de Criptana:

- Según establece el epígrafe **8.2**: “Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra.”, aquí es donde entraría en juego la **inteligencia artificial** aplicada al turismo. Desarrollando proyectos que incluyan los últimos avances tecnológicos, la inteligencia turística tomará un rol protagonista en la evolución del turismo criptanense.
- Atendiendo al apartado **8.9** de la Agenda 2030: “De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.”, es precisamente lo que se persigue, la reivindicación de la calidad de cada uno de los productos típicos existentes. A través de, como se propuso antes, la colaboración con las bodegas y los establecimientos de restauración con el departamento turístico se puede conseguir la atención de los turistas y dotar de fama a dichos elementos.

En general la persecución del desarrollo sostenible se aproxima a prácticamente todos los puntos del ODS 8, incluyendo también el punto **8.3**, cuya pretensión es beneficiar a las pequeñas empresas (mayoritarias en Campo de Criptana), y el **8.4**, que busca la mejora de la producción y un consumo eficiente con el fin de “desvincular el crecimiento económico de la degradación del medioambiente”.

ODS 11: ciudades y comunidades sostenibles

De este objetivo en concreto, en este proyecto cabe destacar el **11.a**, que trata sobre el vínculo positivo entre: **economía, sociedad y medioambiente**. Este proyecto persigue esta unión durante toda su totalidad. Con el fin de favorecer la economía local a la vez que se preserva y se pone en valor el gran patrimonio que esta área posee.

ODS 12: producción y consumo responsables

Tal cual dicta el epígrafe **12.b**: “Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y **promueva la cultura y los productos locales**.” Este punto podría definir la totalidad del trabajo, es, fundamentalmente, todo lo que se está reivindicando a lo largo de la confección del mismo a la vez que se preserva la totalidad del patrimonio (natural y cultural).

ODS 17: revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible

Este es un objetivo que incluye todo un apartado a la inclusión tecnológica en los proyectos de desarrollo. A través de la introducción de los últimos avances tecnológicos, como bien sean los códigos QR o el *free-wifi*, y con motivo de la **modernización de las zonas rurales**, se dará un paso más en la evolución del turismo rural.

Ha de esfumarse la idea que se tiene de que al modernizar las zonas rurales se está perdiendo valor. Todo lo contrario, se están poniendo en valor para que sea más accesible al resto del mundo, que los no locales puedan estar también informados si es causa de su interés. No hay otra solución para revitalizar el turismo rural más que adaptarse a la última tendencia.

En la página web oficial de turismo de Campo de Criptana se concede el acceso a un folleto llamado “**Guía Verde**” (Fig. 16). Con el fin de concienciar a los turistas que van a visitar las tierras manchegas, comenta en su interior los datos sobre las zonas verdes con las que cuenta, también el avance que ha supuesto la instalación del nuevo sistema de iluminación de bajo consumo y los semáforos LED, no sólo en cuanto ahorro económico y energético, sino también en la reducción de las emisiones de CO₂.



Figura 28: Folleto de la Guía Verde para la concienciación del turista. Derechos cedidos por la concejalía de turismo y cultura de Campo de Criptana.

Se dedican otros apartados al cuidado para que el agua sea de calidad, a la concienciación para la protección de la convivencia ciudadana, etcétera. Todo ello con la finalidad expresada bajo el lema: “Un pueblo más **verde**, un pueblo más **bonito**, un pueblo con más **futuro**”.

No sobra decir que, por encima de todo, la **igualdad** es un elemento dominante. No se tolerará la discriminación hacia ningún ser humano en ningún plan de desarrollo sostenible a causa de su género, lugar de procedencia, preferencias, religión, edad, clase social, discapacidad, ni por cualquier otra característica por la cual un individuo se vea oprimido. Este, al igual que cualquier otro proyecto de desarrollo, ha de ser **inclusivo**.

Para finalizar este Trabajo de Fin de Grado, se procede a realizar el desarrollo de una serie de conclusiones a las que se han llegado tras la inmersión en este proyecto. Las mismas exponen en el siguiente apartado.

6. Conclusiones

Muchas son las razones por las cuales una localidad busca ser objeto turístico, la más común es obtener un crecimiento económico. El turismo es tan importante que en muchos países les supone la base económica. Se enumerarán en este apartado final las conclusiones obtenidas de cada uno de los puntos estudiados.

Conclusiones con relación al análisis DAFO:

- Se precisa de forma urgente la creación de un **plan estratégico turístico** para el municipio para así tener unas directrices que seguir a la hora de desarrollar todas las acciones futuras que se tienen en mente desde el Ayuntamiento.
- Es de gran necesidad que exista **una mayor oferta de alojamiento** para que así la demanda turística tenga opción a crecer. Si los turistas recibidos terminan su estancia con una sensación satisfactoria y descubren el resto de los eventos celebrados en otras fechas seguramente quieran repetir, o lo transmitan a sus conocidos.
- Una pieza clave será prestar una especial atención a los resultados que tenga la nueva hospedería comentada en este trabajo, la **Casa de la Torrecilla** y, dependiendo de ellos, considerar la manera de actuar para futuros proyectos.
- Debe de consolidarse un **pacto de cooperación entre los sectores público y privado**. Sólo así se conseguirá que el turismo pueda organizarse correctamente. Sobre todo, se requiere un cambio de mentalidad por parte del sector privado, ya que el turismo les será muy beneficioso, no sólo a las empresas de restauración; también a las de alojamiento, pequeños comercios y a las empresas de transporte local.

Conclusiones con relación a las propuestas y acciones futuras:

- Un punto a favor de este proyecto es que se ha descubierto que es una realidad que la **inteligencia turística** será la base para las acciones futuras tanto desde el Ayuntamiento como desde la asociación de “País del Quijote, una ruta de ensueño”.
- Las propuestas aportadas podrían ayudar al municipio a favorecer a sus ciudadanos. Muchos son los **beneficios** de esta puesta en marcha, no tan sólo la parte **económica**, la cual tiene mucho peso, sino también la **social** es muy importante. Campo de Criptana no cuenta con un gran volumen de ciudadanos, y en ocasiones puede resultar fastidioso vivir allí. Esa es una de las razones por la que no hay muchos comercios que abran sus puertas en sus calles.
Al fin y al cabo, el **turismo supone un flujo a nivel general** y en caso de que el turismo sufriera un crecimiento los emprendedores no sentirían tanta inseguridad a la hora de establecer su negocio. A su vez, que haya más negocios hará que el turista no sienta falta de animación durante su estancia.

Conclusiones conforme a la aparición del municipio en los medios digitales:

- Otro punto muy importante a desarrollar es el de las **redes sociales**, actualmente es muy común que, en el momento que alguien quiera realizar un viaje, vaya en busca de fotografías y vídeos a sus redes sociales, en lugar de a un buscador en línea. Cuanto más contenido multimedia e interacción y cercanía con los usuarios observe el turista en los perfiles de redes sociales, más fiable será la percepción que este tenga sobre el destino.
- Es preciso, por tanto, que exista el puesto de **community manager**. Se necesita invertir en un profesional en marketing digital que se encargue plenamente de captar la atención de turistas potenciales a través de redes, un especialista que conozca el contenido exacto que debe subirse a cada red y la periodicidad en la que ha de hacerlo.

Conclusiones relacionadas al desarrollo turístico sostenible:

- Un requisito es tener un **pensamiento a largo plazo**. Para desarrollar un plan sostenible, tanto medioambiental como temporalmente, hay que **anteponer calidad a cantidad**. No se pretende buscar la atracción de turistas de todo el mundo en grandes cantidades mediante la venta de un turismo barato. Hay que tener consciencia de que las experiencias que se van a ofrecer son únicas, la gastronomía fresca y el trato exclusivo, tanto en la acomodación como en el transporte dentro del viaje.

A modo de conclusión global, como profesionales (no solo de turismo, sino en cualquier ámbito), es un deber **pensar en el futuro**, en cómo va a afectar cada acción que llevemos a cabo en la sociedad y en el medioambiente. Sólo de esta forma podremos desarrollar un turismo de calidad y sostenible, que mire por el bien de todos: de los turistas, los ciudadanos, las pequeñas y medianas empresas y el medioambiente.

Índice de imágenes y gráficos

Índice de imágenes

- Figura 1:** Comparativa de llegadas internacionales a España en los años 2019 y 2020. Extraído de «COVID-19 y sector turístico | 2020: análisis del año». Recuperado de <https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>, 2021. © UNWTO, Organización Mundial del Turismo _____ 4
- Figura 2:** Mapa turístico de Campo de Criptana. Extraído de Turismo Campo de Criptana. Recuperado de <https://www.tierradegigantes.es/> _____ 5
- Figura 3:** La Casa del Hidalgo, Alcázar de San Juan. Extraído de «Museo del Hidalgo». Recuperado de <https://www.turismoalcazar.es/index.php/que-ver/hidalgo>. *Museo Casa del Hidalgo*. © Archivo fotográfico del Museo Casa del Hidalgo. _____ 7
- Figura 4:** Campo de Criptana. Tierra de Gigantes. Extraído de «Museo del Pósito». Recuperado de <https://sites.google.com/site/entierradegigantes/museos/posito>. *Museo del Pósito Campo de Criptana*. © Archivo de Turismo Campo de Criptana. _____ 7
- Figura 5:** Dulcinea del Toboso. Extraído de «Pinterest», Charles Robert Leslie. Recuperado de <https://in.pinterest.com/pin/315111305179106687/>. *Museo de Albert y Victoria (Londres)*. © 1839 Victoria and Albert Museum. _____ 8
- Figura 6:** La cueva en la Casa de Medrano. Extraído de «El Lugar de la Mancha». Recuperado de <http://repositorio.turismocastillalamancha.com/miscelanea/175009/49/af97/museo-casa-de-medrano.jpg>. *La Casa de Medrano (Argamasilla de Alba)*. © Archivo de la Casa de Medrano. _____ 8
- Figura 7:** Molinos de viento de Campo de Criptana. Derechos cedidos por José Manzanque Carrasco. _____ 9
- Figura 8:** Diversas Rutas del Quijote. Extraído de «Guía del ocio». Recuperado de <https://www.guiadelocio.com/a-fondo/la-ruta-de-don-quiote-paso-a-paso/las-10-etapas-de-la-ruta-del-quiote>. *La Ruta de Don Quijote, paso a paso*. © Guía del ocio. 10
- Figura 9:** La Dolorosa. Una de las estampas de la Virgen de Campo de Criptana. Derechos cedidos por José Manzanque Carrasco _____ 11
- Figura 10:** Imagen de Sara Montiel junto a Luis Cobos. Extraído de «Diario Femenino». Recuperado de <https://www.diariofemenino.com/fotos/actualidad/sara-montiel-junto-al-cantante-luis-cobos-en-su-lugar-natal-campo-de-criptana/>. *Luis Pérez, 2013*. ____ 25
- Figura 11:** La fiesta yeyé en la Sierra de los Molinos de Campo de Criptana. Extraído de «El Semanal de La Mancha». Recuperado de <https://elsemanaldelamancha.com/art/20618/miles-de-personas-disfrutan-de-la->

fiesta-yeye-en-campo-de-criptana. <i>Archivo del periódico El Semanal de La Mancha</i> , 2017. _____	26
Figura 12: Procesión del Silencio. Virgen de la Esperanza. Derechos cedidos por José Manzanque Carrasco _____	27
Figura 13: Fotografía de la sierra de los molinos y sus vistas tomada en 1963. Derechos cedidos por la Concejalía de turismo y cultura de Campo de Criptana. _____	28
Figura 14: Portada cervantina con los actores de teatro. Extraído de «Campo de Criptana información». Recuperado de https://www.campodecriptana.info/hemeroteca/descargas/programas-semana-cervantina . <i>Hemeroteca de Campo de Criptana Información</i> , 2021. _____	29
Figura 15: Objetivos de Desarrollo Sostenible. Extraído de «Desarrollo Sostenible». Recuperado de https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/ . <i>Agenda 2030 del Desarrollo Sostenible</i> . © Organización de las Naciones Unidas. _____	37
Figura 16: Folleto de la Guía Verde para la concienciación del turista. Derechos cedidos por la Concejalía de turismo y cultura de Campo de Criptana. _____	40
Figura 17: Entrada de la página web turística de Campo de Criptana. _____	18
Figura 18: Criptana, un municipio literario. _____	19
Figura 19: Noticia del portal de Facebook de Campo de Criptana. Extraído de «Facebook». Recuperado de https://www.facebook.com/campocriptana.info . _____	20
Figura 20: Diversas cuentas de turismo para el municipio de Campo de Criptana. Extraído de «Instagram». _____	21
Figura 21: Página web en proceso. _____	31
Figura 22: Entrada de la página web. Elaborado con https://www.canva.com/ _____	32
Figura 23: Paradas de la ruta. Elaborado con https://www.canva.com/ _____	32
Figura 24: Plan general y mapa de la ruta. Elaborado con https://www.canva.com/ _____	33
Figura 25: Plan general y mapa de la ruta. Elaborado con https://www.canva.com/ _____	33
Figura 26: Página de inicio de la aplicación móvil. Elaborado con https://www.canva.com/ _____	34
Figura 27: Prototipo de visualización de la ruta por días. Elaborado con https://www.canva.com/ _____	35
Figura 28: Prototipo de visualización de la opción de "Rutas especiales". Elaborado con https://www.canva.com/ _____	36

Índice de tablas

Tabla 1: Calendario de celebraciones y festividades en Campo de Criptana _____	26
---	----

Bibliografía

“País del Quijote”, una ruta de ensueño por la llanura manchega. (2021). Recuperado 12 junio 2021, de <https://www.20minutos.es/noticia/4548758/0/pais-del-quiote-una-ruta-de-ensueno-por-la-llanura-manchega/?autoref=true>

(2021). *Escuela de Catadores Tierra de Gigantes*. Recuperado de <https://www.escueladecatadores.es>

Airbnb. (2021). *Ciudad real. Alojamientos. Airbnb*. Recuperado de <https://www.shorturl.at/ksDR8>

Ayuntamiento de Campo de Criptana (2020). *Escuela de catadores*. Recuperado de <https://www.escueladecatadores.es/>

Ayuntamiento de Campo de Criptana. (2021). *Turismo Campo de Criptana*. Recuperado de <https://www.tierradegigantes.es/>

Biblioteca Universidad Carlos III de Madrid (2021). *Guía temática de Turismo UC3M: Biblioteca Depositaria OMT*. Recuperado de https://uc3m.libguides.com/guias_tematicas/turismo/turismo/biblioteca_depositaria_OMT

Booking. (2021). *Booking.com: Hoteles en Campo de Criptana*. Recuperado de <https://www.shorturl.at/orBC2>

Campo de Criptana. Tierra de Gigantes. [Figura]. Recuperado de <https://sites.google.com/site/entierradegigantes/museos/posito>.

Chinchilla, J. C. (2019, abril 27). *Cueva de Medrano: leyenda y realidad del origen del Quijote*.

Comparativa de llegadas internacionales a España en los años 2019 y 2020 [Figura] Recuperado de <https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>

Diversas Rutas del Quijote. [Figura]. Recuperado de <https://www.guiadelocio.com/a-fondo/la-ruta-de-don-quiote-paso-a-paso/las-10-etapas-de-la-ruta-del-quiote>

Dulcinea del Toboso. [Figura]. Recuperado de <https://in.pinterest.com/pin/315111305179106687/>

Entorno turístico (2020). *¿Qué son las rutas turísticas?* Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/que-son-las-rutas-turisticas/>

Instituto Nacional de Estadística (2021). *Encuesta de ocupación hotelera*. Recuperado de <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2941>

La Casa del Hidalgo, Alcázar de San Juan. [Figura]. Recuperado de <https://www.turismoalcazar.es/index.php/que-ver/hidalgo>

La cueva en la Casa de Medrano. [Figura]. Recuperado de <http://repositorio.turismocastillalamancha.com/miscelanea/175009/49/af97/museo-casa-de-medrano.jpg>

La fiesta yeyé en la Sierra de los Molinos de Campo de Criptana. [Figura]. Recuperado de <https://elsemanaldelamancha.com/art/20618/miles-de-personas-disfrutan-de-la-fiesta-yeye-en-campo-de-criptana>.

Mapa turístico de Campo de Criptana. Extraído de Turismo Campo de Criptana. [Figura]. Recuperado de <https://www.tierradegigantes.es/>

Noticia del portal de Facebook de Campo de Criptana. [Figura]. Recuperado de <https://www.facebook.com/campocriptana.info>.

Objetivos de Desarrollo Sostenible. [Figura]. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Pérez, L. (2013). Imagen de Sara Montiel junto a Luis Cobos. [Figura]. Recuperado de <https://www.diariofemenino.com/fotos/actualidad/sara-montiel-junto-al-cantante-luis-cobos-en-su-lugar-natal-campo-de-criptana/>.

Pobes, A. (2021, julio 9). El primer centro de interpretación de molinos, en Criptana. *La Tribuna de Ciudad Real*. [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MBpbp4rO6k>

Portada cervantina con los actores de teatro. [Figura]. Recuperado de <https://www.campodecriptana.info/hemeroteca/descargas/programas-semana-cervantina>

Rodríguez, M. (2017). "DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA ENTRE EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA Y LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA DE RUNTUN, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, ECUADOR. Ambato: Tesis de pregrado, UNIANDES.

SEGITTUR. Destinos turísticos inteligentes (2021). Recuperado 25 junio 2021, de <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/>

Syntonize. Turismo inteligente: El future del turismo. [Entrada blog]. Recuperado de <https://www.syntonize.com/turismo-inteligente-el-futuro/>

Torres Bernier, E. (2006). Rutas culturales. Recurso, destino y producto turístico. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 60, 84-97.

Turismo Opennemas. (2014, agosto 16). *¿Qué es un CIT?* Turiscom.

UNWTO: Turismo y el Desarrollo Rural: Nota técnica. (2020). Recuperado el 23 julio 2021, de <https://www.unwto.org/es/dia-mundial-del-turismo-2020/turismo-desarrollo-rural-nota-tecnica>

Vila, R. (2020). *Plan de Social Media*. Manuscrito no publicado, Escuela Politécnica Superior de Gandía, Universidad Politécnica de Valencia, Gandía.

Wikiwand: Casa del Hidalgo. (s.f.). Recuperado el 25 de julio 2021, de <https://www.wikiwand.com/es/Casa del Hidalgo>