

---

## Propuesta de una estructura metodológica como guía exhaustiva y detallada para el diseño de rutas turísticas.



### Proposal of a methodological structure as a comprehensive and detailed guide for the design of tourist routes.

---

Aureliano del Toro Cabrera  
Instituto Superior Universitario Almirante Illingworth.  
adelatoro@aitec.edu.ec  
 <https://orcid.org/0000-0002-2683-9053>

**Sapientia Technological**  
ISSN-e: 2737-6400  
Periodicidad: Semestral  
Volumen 6 Número 1  
enero-junio 2025  
sapientiatechnological@aitec.edu.ec



Instituto Tecnológico Superior  
Almirante Illingworth

Recepción: **09 noviembre 2024**  
Aprobación: **30 diciembre 2024**

DOI: <https://doi.org/10.58515/039RSPT>



Atribución/Reconocimiento-  
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Licencia  
Pública Internacional CC BY-NC-SA  
4.0  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.es>

**Resumen:** El artículo propone una estructura metodológica para el diseño de una ruta turística contribuyendo el desarrollo de una guía exhaustiva, centrándose en aspectos como la autenticidad cultural, la sostenibilidad y la accesibilidad. El objetivo general fue diseñar una estructura metodológica que sirva como herramienta para que los planificadores turísticos elaboren rutas atractivas y funcionales en destinos locales. El estudio se abordó mediante un enfoque cualitativo, con alcance exploratorio y empleando la teoría fundamentada como marco metodológico, permitiendo construir patrones emergentes a partir de entrevistas semiestructuradas a actores clave en el diseño de rutas turísticas. El análisis de la información se realizó a través de la codificación abierta a partir de la cual se identificaron categorías relacionadas con etapas y factores esenciales en el diseño de rutas. Para asegurar la validez de los resultados se emplearon estrategias de triangulación de datos y saturación teórica. La investigación cumplió con principios éticos de confidencialidad y consentimiento informado de los participantes. Los resultados brindaron un modelo metodológico replicable y adaptable a distintos contextos de planificación turística, proporcionando una herramienta concreta para el diseño de rutas en destinos locales y enriqueciendo la experiencia turística mediante un enfoque estructurado.

**Palabras clave:** rutas turísticas, desarrollo sostenible, gestión turística, recursos turísticos.

**Abstract:** The article entitled Methodological structure for the design of a tourist route proposed the development of a comprehensive guide for creating tourist routes, focusing on aspects such as cultural authenticity, sustainability and accessibility. The overall objective was to design a methodological structure to serve as a tool for tourism planners to develop attractive and functional routes in local destinations. The study was approached through a qualitative approach, with an exploratory scope and using grounded theory as a methodological framework, allowing the construction of emerging patterns based on semi-structured interviews with key actors in the design of tourist routes. In the analysis of the information, through open coding, categories related to essential stages and factors in the design of routes were identified. To ensure the validity of the results, data triangulation and theoretical saturation strategies were used. The research complied with ethical principles of confidentiality and informed consent of the participants. The results provided a methodological model that can be replicated and adapted to different tourism planning contexts, providing a concrete tool for the design of routes in local destinations and enriching the tourism experience through a structured approach.

**Keywords:** tourist routes, sustainable development, tourist management, tourist resources.

---

## Introducción

En el contexto actual del turismo, la necesidad de una planificación estratégica y sostenible se ha vuelto más apremiante. Las rutas turísticas, como herramientas clave para la promoción de destinos y la mejora de la experiencia del visitante, requieren un diseño meticuloso que abarque no solo los aspectos logísticos, sino también las dimensiones culturales, ambientales y sociales que afectan la viabilidad de una ruta. A medida que el turismo continúa evolucionando hacia modelos más responsables y centrados en la experiencia del visitante, se hace evidente que las metodologías de diseño de rutas deben adaptarse para incorporar enfoques innovadores y sostenibles.

Para la investigación, se obtuvo el consentimiento informado de todos los participantes, quienes desempeñan roles clave en el ámbito turístico. Entre los participantes se incluyeron operadores turísticos locales, guías turísticos certificados, representantes de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, técnicos del Ministerio de Turismo y líderes comunitarios. Este enfoque permitió recoger diversas perspectivas y garantizar que la información obtenida reflejara tanto la experiencia técnica como las necesidades y expectativas de las comunidades involucradas en el diseño de rutas turísticas.

Una ruta turística se puede definir como un trayecto estructurado y temático diseñado para guiar a los visitantes a través de una serie de puntos de interés, promoviendo experiencias significativas que reflejan la cultura, historia y naturaleza de un destino. Además de la belleza escénica y el valor educativo, las rutas turísticas están diseñadas para ser accesibles y sostenibles, asegurando que los turistas puedan explorar y disfrutar de manera segura y cómoda. Estas rutas también buscan promover el desarrollo económico local y la participación activa de las comunidades en las actividades turísticas que desarrollen, creando beneficios mutuos tanto para los residentes como para los visitantes.

Desde mi perspectiva como investigador, una ruta turística debe ser concebida como un producto integral que considera la diversidad de intereses y necesidades de los turistas. Esto implica una cuidadosa selección de los recursos y atractivos, así como un análisis del contexto social y ambiental en el que se desarrolla. El enfoque holístico desde el que se fundamenta la propuesta es esencial para crear rutas que no solo sean atractivas y accesibles, sino que también fomenten la sostenibilidad y el respeto hacia las comunidades locales y su patrimonio cultural.

Por eso, la planificación de rutas turísticas implica una serie de fases interconectadas que deben abordarse de manera sistemática para garantizar el éxito del proyecto. Según Cooper y Hall (2008), un diseño eficaz de rutas turísticas no solo considera los atractivos disponibles, sino que también se centra en la experiencia del visitante, la accesibilidad y la interacción con la comunidad local.

En este sentido, la presente investigación propone una estructura metodológica integral para el diseño de rutas turísticas, que se fundamenta en un análisis exhaustivo de la literatura existente y las prácticas actuales en el campo. La metodología propuesta se desarrolla en varias fases, que van desde la definición del concepto y objetivos de la ruta hasta la evaluación y monitoreo continuo, permitiendo una visión completa y detallada del proceso de diseño. Esta aproximación es fundamental, ya que muchas metodologías existentes carecen de un marco tan estructurado, lo que

puede llevar a una planificación deficiente y, en última instancia, a la insostenibilidad de la ruta, como se aprecia a diferentes autores.

Por ejemplo, Calderón, Arcila, y López (2018) abordan la importancia de incorporar tanto los recursos culturales como naturales de una región, subrayando el valor de los portales turísticos como plataformas clave para mostrar itinerarios. Su trabajo en la Revista de Estudios Andaluces resalta la aplicación de metodologías de evaluación para destacar los puntos de interés y optimizar la experiencia del visitante.

Otro enfoque lo propone Ejarque (2005), quien presenta un modelo de diseño que integra la gestión, creación, y marketing de destinos. Su metodología enfatiza la investigación de mercado y el análisis de la competencia, junto con estrategias de segmentación de público, lo cual es fundamental para asegurar la viabilidad y atractivo de una ruta turística. En su libro *Destinos turísticos de éxito*, Ejarque explora cómo la planificación y promoción pueden llevar a rutas que no solo atraen visitantes, sino que también promueven el desarrollo sostenible del destino.

Martorell (2012) examina la función de los itinerarios culturales como una herramienta para el desarrollo sostenible y la valorización del patrimonio. A través de sus estudios, publicados en *Turismo y Patrimonio*, detalla criterios de comparación entre rutas, subrayando la necesidad de considerar factores como la infraestructura de servicios básicos y la accesibilidad para garantizar una experiencia positiva y sostenible para el turista.

En su trabajo sobre la gestión del patrimonio cultural, Tresserras (2015) aporta una metodología detallada para rutas e itinerarios en Iberoamérica, en donde el enfoque está en preservar la autenticidad y fomentar el compromiso comunitario. Su modelo enfatiza la colaboración entre actores locales y el diseño de actividades que reflejen la identidad cultural del destino, promoviendo una experiencia más enriquecedora y auténtica para los visitantes.

Estas metodologías, aunque destacan diferentes aspectos clave en el diseño de rutas, desde la segmentación de mercado y la selección de recursos, hasta la evaluación y sostenibilidad, no proporcionan una estructura metodológica integral y diversificada que pueda adaptarse a distintos contextos turísticos, como una guía exhaustiva y detallada, que abarca los aspectos imprescindibles para la creación de rutas turísticas en términos de profundidad, enfoque integral y adaptabilidad.

En este contexto, la incorporación de prácticas sostenibles y responsables en el diseño de rutas se convierte en una prioridad. Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, 2020), la sostenibilidad no solo es una responsabilidad ética, sino también un factor esencial para la competitividad en el mercado turístico actual. Así, la propuesta de metodología presentada no solo se alinea con las tendencias actuales del turismo, sino que también proporciona una base sólida para el desarrollo de rutas que sean respetuosas con el medio ambiente y culturalmente sensibles.

La fase de identificación y selección de recursos y atractivos turísticos es otra área crítica en el diseño de rutas. La selección adecuada de atractivos puede determinar el éxito o el fracaso de una ruta, y, por ende, es esencial que esta selección se realice de manera informada y basada en criterios de calidad y singularidad (Fuchs & Weiermair, 2004). En este sentido, la metodología propuesta establece un enfoque sistemático que incluye la evaluación de la capacidad de carga y el flujo de

visitantes, asegurando que los recursos turísticos puedan sostenerse a largo plazo sin comprometer su integridad.

El análisis de mercado y la investigación de la competencia son también componentes significativos en el diseño de rutas. La capacidad de entender las tendencias del mercado, las preferencias del público y las estrategias de los competidores permite a los diseñadores de rutas crear ofertas más competitivas y atractivas. Esto es particularmente relevante en un entorno turístico cada vez más saturado y diversificado, donde los turistas buscan experiencias únicas y memorables (Ritchie & Crouch, 2003).

En cuanto a la infraestructura y servicios asociados a la ruta, es fundamental asegurar que estos sean adecuados para satisfacer las necesidades de los visitantes. La accesibilidad, la seguridad, y la calidad de los servicios de alojamiento y alimentación son factores que influyen en la percepción y satisfacción del visitante (Page & Connell, 2020). La metodología propuesta aborda estas áreas de manera integral, proporcionando un diagnóstico exhaustivo que facilita la identificación de áreas de mejora y oportunidades para el desarrollo de la infraestructura necesaria.

La sostenibilidad y la responsabilidad ambiental se han convertido en principios rectores en el turismo contemporáneo. La metodología desarrollada incluye fases específicas que abordan la minimización del impacto ambiental, la educación y sensibilización de los visitantes, así como el compromiso y capacitación de la comunidad local. Estos elementos son esenciales para garantizar que el desarrollo turístico no solo sea rentable, sino también ético y sostenible a largo plazo.

La presente investigación no solo busca establecer una metodología estructurada para el diseño de rutas turísticas, sino que también aspira a contribuir al avance del conocimiento en el campo del turismo sostenible. A medida que el sector turístico enfrenta desafíos significativos, desde la sobreexplotación de recursos hasta la necesidad de adaptarse a un entorno en constante cambio, se vuelve imperativo que los diseñadores de rutas adopten enfoques innovadores y responsables que prioricen la sostenibilidad y la experiencia del visitante.

La estructura metodológica propuesta en este estudio se presenta como una herramienta valiosa para lograr estos objetivos, ofreciendo un marco integral que combina la teoría y la práctica en el diseño de rutas turísticas con la finalidad de desarrollar una estructura metodológica exhaustiva y detallada que sirva como guía práctica para el diseño de rutas turísticas, con el fin de optimizar la planificación, mejorar la sostenibilidad y enriquecer la experiencia del visitante, logrando así un impacto positivo en el desarrollo turístico y el bienestar de las comunidades locales involucradas.

## **Materiales y métodos**

Este estudio se desarrolla bajo un enfoque cualitativo debido a su intención de explorar y comprender la incidencia de una estructura metodológica detallada y exhaustiva en el diseño de rutas turísticas. La investigación cualitativa permite interpretar fenómenos y procesos sociales de manera profunda, siendo adecuada para analizar percepciones y experiencias de los actores involucrados en el turismo y el desarrollo de rutas. Según Creswell (2014), el enfoque cualitativo es apropiado cuando se busca comprender el significado de una experiencia o fenómeno en un contexto determinado, lo cual es el objetivo central de este estudio.

Dado el carácter exploratorio de esta investigación, se identificaron y comprendieron los elementos clave utilizados para desarrollar una estructura metodológica adecuada en el diseño de rutas turísticas, para la cual se llevó a cabo una revisión bibliográfica y visitas de campo en áreas cercanas a la ciudad de Guayaquil. La revisión bibliográfica incluyó cinco fuentes principales: el manual del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), el estudio de Ibarra Luna et al. (2020), el Manual de Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos del Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR), el Manual de Atractivos Turísticos del mismo MINTUR y el libro de Ejarque (2005). Estas referencias proporcionaron una base conceptual y metodológica sólida para el análisis.

**Tabla 1** *Revisión de fuentes bibliográficas*

Nº	Fuente	Tipo de documento	Año	Institución o autor(es)
1	Manual del SENA	Manual	N.D.	SENA
2	Manual de Generación de Rutas e Itinerarios	Manual	2014	MINTUR Ecuador
3	Manual de Atractivos Turísticos	Manual	2017	MINTUR Ecuador
4	Ibarra Luna et al.	Artículo científico	2020	Ibarra Luna et al.
5	Cómo crear destinos turísticos rentables	Libro	2005	Ejarque, J.

*Nota:* Elaboración propia

Se realizaron cuatro visitas de campo en lugares cercanos a Guayaquil: el Parque Histórico de Guayaquil, el Bosque Protector Cerro Blanco, la Isla Santay y el cantón Playas. En cada lugar, se efectuaron entrevistas semiestructuradas con actores clave, incluidos representantes del MINTUR, líderes comunitarios y operadores turísticos locales. Estas actividades permitieron observar las dinámicas turísticas locales, analizar la sostenibilidad en las rutas propuestas y recopilar información cualitativa para validar los hallazgos teóricos.

**Tabla 2** *Visitas de campo realizadas*

Nº	Lugar	Actividad	Propósito del estudio	Entrevistados	Fecha aproximada
1	Parque Histórico de Guayaquil	Observación cultural	Analizar rutas temáticas relacionadas con el patrimonio	Representantes del MINTUR	Marzo 2024
2	Bosque Protector Cerro Blanco	Senderismo	Evaluar sostenibilidad en rutas naturales	Guardabosques y operadores turísticos locales	Abril 2024

Nº	Lugar	Actividad	Propósito del estudio	Entrevistados	Fecha aproximada
3	Isla Santay	Cicloruta y avistamiento	Identificar impacto ambiental y accesibilidad	Líderes comunitarios y MINTUR	Mayo 2024
4	Cantón Playas	Turismo costero	Observar rutas en entornos marinos	Operadores turísticos y GAD local	Junio 2024

*Nota:* Elaboración propia

Los estudios exploratorios permiten analizar fenómenos sobre los cuales existe poca información (Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, 2014), lo que aplica en este caso, dada la escasa literatura disponible en torno a metodologías específicas para el diseño de rutas. Además, se exploran teorías y conceptos que subyacen al desarrollo de productos turísticos, como la experiencia del visitante, la autenticidad y el atractivo cultural (Richards, 2018).

Para la construcción del marco metodológico, se utilizó la teoría fundamentada como enfoque principal. Esta metodología permite desarrollar teorías a partir de los datos recolectados en el campo de investigación, definido en este caso como el diseño de rutas turísticas en destinos cercanos a Guayaquil, incluyendo el Parque Histórico de Guayaquil, el Bosque Protector Cerro Blanco, la Isla Santay y el cantón Playas. La teoría fundamentada facilita la identificación de patrones y relaciones emergentes a partir de la información obtenida (Strauss y Corbin, 2002). Este enfoque resulta ideal para el contexto de este estudio, ya que permite una comprensión inductiva del proceso de diseño de rutas turísticas, basándose en las experiencias y percepciones de actores clave como representantes locales, comunidades y turistas.

Para el diseño de investigación se siguen las siguientes fases, adaptadas de la teoría fundamentada:

1. Recopilación de datos primarios: Se llevaron a cabo un total de ocho entrevistas semiestructuradas con actores clave en el diseño de rutas turísticas, seleccionados por su experiencia y conocimiento en el ámbito turístico. Los participantes incluyeron dos operadores turísticos con experiencia en la planificación y comercialización de itinerarios, dos guías turísticos especializados en destinos locales y regionales, dos planificadores estratégicos del Ministerio de Turismo, un representante de una comunidad local involucrada en iniciativas turísticas y un representante de una organización de desarrollo turístico. Esta técnica permitió recopilar información detallada y específica sobre los factores que consideran esenciales para diseñar rutas turísticas exitosas, explorando sus percepciones, prioridades y recomendaciones prácticas para optimizar las etapas del proceso (Patton, 2015).
2. Codificación abierta: En la primera fase de codificación abierta, se procedió a analizar los datos obtenidos en las entrevistas semiestructuradas con los actores clave del diseño de rutas turísticas. Esta etapa consistió en fragmentar los datos en segmentos significativos, que luego fueron analizados de manera detallada para identificar patrones, temas recurrentes y relaciones emergentes. Durante este proceso, se

identificaron categorías relacionadas con los principales elementos y etapas del diseño de rutas turísticas, como la selección de atractivos, la planificación logística, el involucramiento comunitario y las estrategias de promoción. Estas categorías emergentes fueron etiquetadas y organizadas de manera sistemática, proporcionando una base sólida para el análisis posterior. La codificación abierta permitió descubrir aspectos clave como la importancia de la sostenibilidad, la necesidad de integración de actores locales y la relevancia de adaptar las rutas a los intereses de los turistas, lo cual resultó fundamental para estructurar un marco metodológico orientado al diseño eficiente y efectivo de rutas turísticas (Strauss y Corbin, 2002).

3. Codificación axial: En esta segunda fase, se agrupan las categorías emergentes y se establecen relaciones entre ellas. Se analizan factores como la autenticidad cultural, la accesibilidad y la sostenibilidad de la ruta, que son fundamentales en la estructura metodológica propuesta (Charmaz, 2006).
4. Codificación selectiva: En la tercera fase de codificación selectiva, se integraron las categorías principales identificadas en las etapas previas para construir un modelo conceptual que guíe el diseño de rutas turísticas. Este modelo establece etapas clave, como el diagnóstico inicial del destino, la identificación de atractivos turísticos, la participación de actores locales, el diseño de la ruta y su promoción. Además, incorpora factores esenciales como la sostenibilidad, la accesibilidad y la viabilidad económica. El modelo refleja la interacción entre estos elementos, resaltando en la colaboración con las comunidades locales para integrar recursos culturales y naturales. También enfatiza la importancia de adaptar las rutas a los perfiles de los visitantes y gestionar adecuadamente los impactos ambientales. Este marco teórico ofrece una guía clara y estructurada para diseñar rutas turísticas que equilibren la experiencia del visitante con la sostenibilidad del destino, y constituye la base de la propuesta metodológica del estudio.

Para asegurar la validez de los datos, se realiza triangulación mediante varias fuentes de información, como documentos de planes turísticos locales y entrevistas a diferentes actores involucrados en la actividad turística. Esto permite comparar y corroborar los hallazgos, enriqueciendo la interpretación de los datos y la precisión del modelo teórico.

El análisis de datos se realiza en paralelo con la recolección, siguiendo el principio de saturación teórica, donde se detiene la recolección de datos una vez que las nuevas observaciones dejan de aportar información novedosa a las categorías establecidas (Glaser y Strauss, 1967). Este procedimiento asegura que el modelo metodológico final esté basado en una comprensión exhaustiva del fenómeno. Para la investigación se obtuvo el consentimiento informado de todos los participantes, explicándoles el propósito de la investigación, así como el uso y tratamiento de sus respuestas de forma confidencial y anónima. La investigación cumple con los principios éticos propuestos por la Asociación Internacional de Investigadores Cualitativos (2011) y garantiza la protección de la información y los derechos de los participantes.

## **Resultados y Discusión**

Este artículo propone una estructura metodológica que sigue una serie de fases integradas para diseñar rutas turísticas efectivas. Esta metodología se centra en una propuesta clara y un enfoque sistemático que es esencial para planificar experiencias memorables, sostenibles y alineadas con el

potencial turístico de cada región, la cual abarca desde la concepción inicial de la ruta hasta su evaluación y monitoreo continuo, asegurando que cada etapa esté alineada con las necesidades y expectativas tanto de los turistas como de las comunidades locales.

La estructura comienza con la definición clara del concepto y los objetivos de la ruta, lo que permite establecer un marco de referencia que guiará todas las decisiones posteriores. Esta fase inicial es crucial, ya que un diseño de ruta sin objetivos bien definidos puede resultar en experiencias inconsistentes y poco satisfactorias para los visitantes.

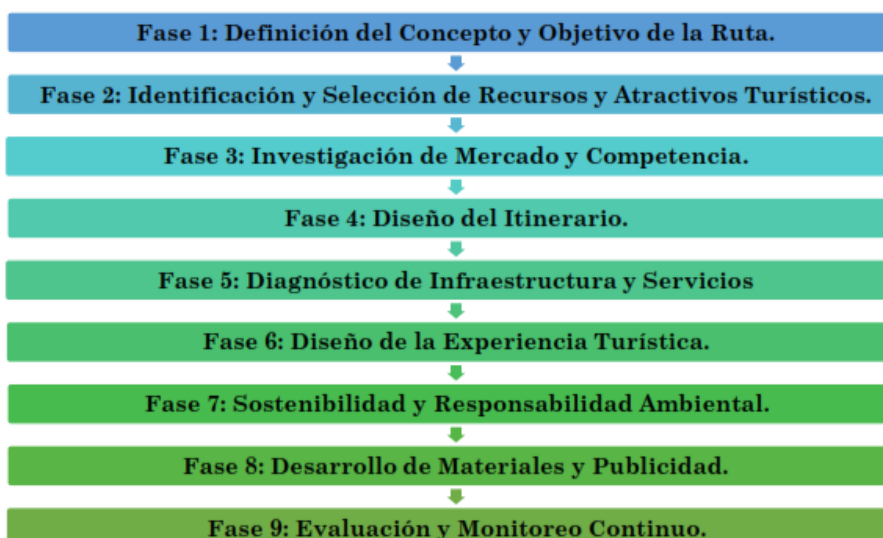
A continuación, se realiza una identificación y selección de recursos turísticos, donde se evalúan no solo los atractivos naturales y culturales, sino también la capacidad de carga de cada punto de interés. Este enfoque es vital para prevenir la sobreexplotación de los recursos y garantizar la sostenibilidad del destino, un aspecto cada vez más relevante en el turismo contemporáneo.

La fase de investigación de mercado y competencia permite comprender el contexto en el que se desarrollará la ruta, así como identificar el público objetivo y sus preferencias. Esto facilita el diseño de una propuesta de valor atractiva y diferenciada que responda a las demandas del mercado.

En el diseño del itinerario, se considera no solo la selección de puntos de interés, sino también la estructura del recorrido y las actividades planificadas, asegurando que la experiencia sea coherente y gratificante. Esta etapa es fundamental para maximizar la satisfacción del visitante y promover un mayor tiempo de permanencia en el destino.

Finalmente, la implementación de un diagnóstico de infraestructura y servicios, junto con el diseño de la experiencia turística, garantiza que todos los aspectos logísticos se alineen con la visión del destino, mejorando la accesibilidad y la calidad del servicio. La sostenibilidad y la responsabilidad ambiental se incorporan a lo largo de todas las fases, asegurando que el desarrollo turístico beneficie tanto a los visitantes como a las comunidades locales y al entorno natural. La metodología aquí desarrollada está dividida en nueve fases, que abordan desde el planteamiento inicial del proyecto hasta la evaluación continua de la ruta. Cada fase incluye elementos fundamentales para diseñar un itinerario atractivo y gestionar el impacto ambiental y social del turismo en el destino.

**Figura 1** *Fases de la propuesta de diseño de rutas turísticas*



*Nota:* Elaboración propia



## Desglose de la propuesta

### Fase 1: Definición del Concepto y Objetivo de la Ruta.

**1.1 Tema de la Ruta:** El tema de la ruta da identidad y coherencia al recorrido, al conectar con las emocionalmente de los visitantes. Aquí se refleja la esencia cultural y natural del destino, destacando su singularidad, lo cual guía la experiencia y atrae a un público específico interesado en esa narrativa.

**1.2 Objetivos:** Los objetivos de la ruta son metas claras que van a guiar su diseño, lo cual precisa la manera en que se van a enfocar los esfuerzos y medir sus resultados, garantizan un impacto sostenible alineado con su propósito.

**1.3 Alcance de la Ruta:** El alcance de la ruta define su extensión, recorrido y los servicios que se van a ofrecer, para asegurar una planificación eficiente y realista. Permitiendo gestionar la logística y adaptar la experiencia a los recursos e infraestructura disponibles.

**1.4 Público Objetivo** Hace referencia al perfil de visitantes al cual se adapta la ruta, considerando sus gustos, necesidades y características, lo que garantiza una mayor conexión y éxito del recorrido. Entenderlos permite crear experiencias personalizadas que aumenten su satisfacción.

### Fase 2: Identificación y Selección de Recursos y Atractivos Turísticos.

**2.1 Identificación de Recursos Naturales, Culturales e Históricos:** Identificar los recursos naturales, culturales e históricos permite destacar lo más valioso del destino, además, de reflejar la riqueza y esencia del patrimonio local. Esto asegura que la ruta cuente con lugares auténticos y atractivos para los visitantes.

**2.2 Evaluación de la Calidad y Singularidad de los Recursos:** Evaluar la calidad y singularidad de los recursos permite elegir aquellos que resulten más representativo del destino, fortaleciendo su identidad y conexión con los visitantes. Esto asegura que la ruta sea atractiva y destaque por su autenticidad.

**2.3 Capacidad de Carga y Flujo de Visitantes:** La capacidad de carga define el número de visitantes que puede recibir la ruta sin afectar su entorno, evitando la sobrecarga para preservar el equilibrio del lugar. Este análisis es clave para proteger los recursos y ofrecer una experiencia agradable.

### Fase 3: Investigación de Mercado y Competencia.

**3.1 Identificación del Lugar y Contexto:** Identificar el lugar y su contexto implica analizar su entorno geográfico, económico y social, para asegurar su relevancia y posicionamiento en el mercado turístico. De esta manera se puede diseñar la ruta acorde a las características y potencial del destino.

**3.2 Benchmarking de Buenas Prácticas:** El benchmarking analiza rutas similares para aprender de sus éxitos y errores. Esto permite diseñar ruta más sólida y bien fundamentada al incorporar prácticas efectivas y eficientes que eviten los fallos comunes.

**3.3 Segmentación y Análisis Profundo del Público Objetivo:** La segmentación identifica al público ideal para la ruta según la edad, intereses y hábitos de viaje, lo cual permite ajustar la experiencia a sus necesidades, propiciando una propuesta más atractiva y relevante para cada grupo.

**3.4 Estudio de Demanda Potencial:** El estudio de demanda estima cuántos visitantes podrían estar interesados en la ruta, para garantizar que los servicios estén alineados con la demanda esperada.

**3.5 Análisis de la Competencia:** El análisis de la competencia examina rutas similares para encontrar ventajas y puntos de diferenciación, que ayude a diseñar una propuesta única que se destaque. Al revisar a los competidores, se pueden identificar áreas de mejora que permitan ofrecer algo distinto.

**3.6 Investigación de Campo y Entrevistas:** La investigación de campo y entrevistas permite recopilar datos directos de los turistas y la comunidad, para tener una visión clara de sus expectativas y preocupaciones. Con esta información, se ajusta el diseño de la ruta a las necesidades reales de los involucrados.

**3.7 Análisis de Factibilidad y Logística:** Realizar un análisis exhaustivo de la viabilidad técnica, económica y legal de la ruta asegura que esta pueda implementarse con éxito. Considerar los aspectos logísticos previene problemas operativos futuros y permite optimizar recursos.

**3.8 Análisis FODA:** Identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas proporciona una visión completa de los aspectos internos y externos que pueden influir en el éxito de la ruta.

**3.9 Diseño de la Propuesta de Valor:** La propuesta de valor es el elemento que diferencia a la ruta de otras alternativas al destacar por sus atractivos. Debe ser atractiva y reflejar las cualidades únicas del recorrido para captar el interés del visitante.

**3.10 Definición de Indicadores de Éxito:** Establecer indicadores de desempeño permite monitorear los avances y ajustar la ruta para alcanzar los objetivos de manera continua. Los indicadores permiten medir el cumplimiento de los objetivos para realizar los ajustes.

#### **Fase 4: Diseño del Itinerario.**

**4.1 Selección de Puntos de Interés:** Elegir los puntos de interés más relevantes y atractivos, asegura que cada uno ofrezca una experiencia de valor alineada con el tema de la ruta. La selección adecuada de los puntos de interés mejora la experiencia del visitante y aumenta la fidelización.

**4.2 Estructura del Recorrido:** Planificar un recorrido lógico y fluido optimiza el tiempo y mejora la experiencia del visitante, permitiendo que disfruten cada parada sin inconvenientes. Un recorrido fluido y bien estructurado permite maximizar el disfrute del visitante.

**4.3 Tiempo de Duración:** Establecer un tiempo adecuado para cada actividad y parada asegura que los visitantes puedan disfrutar sin prisa, optimizando su tiempo en cada punto de la ruta. El tiempo ideal de duración se define según la capacidad de los visitantes y la complejidad del recorrido.

**4.4 Actividades en Cada Punto:** La inclusión de actividades en cada parada, como visitas guiadas o talleres, enriquece la experiencia y facilita el aprendizaje sobre el destino. Incluir actividades interactivas en cada punto aumenta el valor de la experiencia.

#### **Fase 5: Diagnóstico de Infraestructura y Servicios**

**5.1 Accesibilidad y Transporte:** La accesibilidad y el transporte son fundamentales para atraer visitantes, garantizando que todos puedan llegar y moverse fácilmente por la ruta. La conexión con las principales vías y el transporte público es clave para evaluar la

calidad de estos medios y las opciones de movilidad disponibles lo cual influye en la decisión de los turistas.

**5.2 Seguridad y Señalización:** La seguridad y la señalización son esenciales para generar confianza y ofrecer una experiencia segura. Es importante analizar la seguridad de la ruta, considerando riesgos y servicios de emergencia. Una señalización clara y efectiva facilita la movilidad, mejorando la satisfacción del visitante.

**5.3 Instalaciones de Alojamiento y Alimentación:** La calidad en el alojamiento y la alimentación es fundamental para garantizar la fidelización del turista. Es fundamental que las instalaciones sean cómodas y bien ubicadas, ofreciendo opciones para diferentes presupuestos.

**5.4 Energía y Telecomunicaciones:** La conectividad es crucial para muchos turistas, por lo que el acceso a internet y telecomunicaciones mejora la experiencia y el comportamiento de consumo. Evaluar la infraestructura de energía y telecomunicaciones asegura que los visitantes tengan acceso a información y servicios en tiempo real.

**5.5 Mantenimiento y Monitoreo de Infraestructura:** El mantenimiento y monitoreo constante de la infraestructura es clave para evitar el deterioro y asegurar que las instalaciones sigan siendo funcionales y atractivas que garantice una experiencia de calidad a los turistas. Es importante constar con un plan de mantenimiento regular, revisiones periódicas y protocolos de seguridad.

**5.6 Infraestructura de Servicios Básicos:** Los servicios básicos como agua potable, saneamiento y gestión de residuos son fundamentales para el confort y bienestar de los turistas. Un diagnóstico detallado ayuda a identificar las necesidades de infraestructura y garantizar los estándares de higiene, para prevenir que la falta de estos servicios afecte la percepción del destino.

## **Fase 6: Diseño de la Experiencia Turística.**

**6.1 Segmentación del Público:** La segmentación del público adapta la experiencia a diferentes perfiles de visitantes, basándose en sus expectativas, intereses y comportamientos con la finalidad de garantizar que cada segmento tenga una experiencia atractiva y personalizada.

**6.2 Atracción y Singularidad del Destino:** Identificar los aspectos únicos del destino es clave para ofrecer una experiencia memorable y diferenciada, que destaque frente a otros destinos, con la finalidad de crear un valor añadido para atraer a los visitantes.

**6.3 Interacción y Participación del Visitante:** La incorporación de actividades interactivas y participativas contribuye a que el turista se involucre activamente en la experiencia, generando una conexión más fuerte con el destino. Estas actividades, como talleres culturales o excursiones guiadas, pueden mejorar significativamente la satisfacción y el compromiso del visitante.

**6.4 Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental:** Promover el respeto por los recursos naturales y culturales sostenibilidad es esencial en el diseño de las rutas turística. Se deben aplicar prácticas como el uso responsable de recursos, reducción de residuos y políticas de turismo responsable, para asegurar que la actividad turística no dañe el entorno del destino.

**6.5 Tecnología e Innovación:** El uso de tecnología, como aplicaciones móviles, códigos QR y realidad aumentada, puede mejorar la experiencia del visitante, ofreciendo información adicional y personalizada. Estas herramientas no solo enriquecen la

experiencia, sino que también optimizan la accesibilidad de la información para el visitante.

**6.6 Seguridad y Comodidad:** La seguridad y comodidad deben ser una prioridad en el diseño de rutas, con la finalidad de garantizar la satisfacción del visitante. La señalización adecuada, los equipos de seguridad y el monitoreo de la ruta contribuyen a una experiencia sin riesgos y sin inconvenientes.

**6.7 Calidad y Capacitación del Personal:** Un personal capacitado mejora la calidad de la experiencia turística, al ofrecer un servicio personalizado y profesional, que eleve la experiencia y asegure un servicio de calidad. La formación en cultura, sostenibilidad, seguridad y atención al cliente es clave para satisfacer las necesidades de los visitantes.

**6.8 Tematización:** La tematización permite diseñar la ruta en torno a un tema específico, lo cual aporta una narrativa coherente que enriquece la experiencia y fortalece la identidad de la ruta, generando una narrativa que conecta emocionalmente con los visitantes. Este enfoque facilita que los visitantes comprendan y aprecien el contexto histórico y cultural de cada punto de interés.

### **Fase 7: Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental.**

**7.1 Minimización del Impacto Ambiental:** Minimizar el impacto ambiental busca reducir los efectos negativos del turismo en el entorno natural y cultural, al proteger el destino y asegurar su conservación a largo plazo. Esto incluye prácticas como regular el flujo de visitantes, usar energías renovables y gestionar residuos adecuadamente.

**7.2 Educación y Sensibilización Ambiental:** La educación ambiental enseña a los visitantes a respetar y conservar los recursos naturales y culturales del destino, de manera que se conviertan en aliados en la conservación y el turismo responsable. Esto se logra con señalización, talleres, guías capacitados y materiales informativos.

**7.3 Compromiso y Capacitación de la Comunidad Local:** Involucrar a la comunidad local es clave para el éxito y la sostenibilidad del turismo. Esto incluye capacitaciones en prácticas sostenibles y sensibilización sobre la conservación del entorno.

**7.4 Capacitación del Personal:** El personal debe ser capacitado en sostenibilidad, gestión de residuos, conciencia ambiental y prácticas responsables de manera que promuevan un turismo más consciente y responsable. La formación continua asegura que el equipo guíe a los visitantes respetando el entorno.

### **Fase 8: Desarrollo de Materiales y Publicidad.**

**8.1 Materiales Informativos:** Los materiales informativos, como mapas, folletos o apps, son esenciales para guiar y enriquecer la experiencia del visitante. Deben ser claros, atractivos y accesibles, proporcionando detalles sobre la ruta y las normas de conservación.

**8.2 Estrategia de Promoción y Comercialización:** La estrategia de promoción debe enfocarse en el público objetivo a través de canales como redes sociales y agencias de viajes, de manera que se asegure que la ruta sea conocida y deseada por los turistas. Un buen marketing posiciona la ruta de manera atractiva, destacando sus valores, sostenibilidad y puntos únicos.

**8.3 Posicionamiento:** El posicionamiento consiste en destacar los atributos únicos de la ruta para diferenciarla de otras opciones turísticas. Un buen posicionamiento hace que la ruta sea vista como exclusiva, sostenible y de calidad, lo que resulta fundamental para

desarrollar una identidad coherente que atraiga a los visitantes y les ofrezca un valor agregado.

### **Fase 9: Evaluación y Monitoreo Continuo.**

**9.1 Retroalimentación del Visitante:** Recoger opiniones de los visitantes a través de encuestas y entrevistas es clave para identificar fortalezas y áreas de mejora. La retroalimentación ayuda a ajustar la oferta y garantizar que la experiencia cumpla con las expectativas de los turistas.

**9.2 Monitoreo de Impactos:** El monitoreo de impactos es fundamental para evaluar los efectos sociales, culturales y ambientales de la ruta. Permite identificar problemas en el ecosistema, la comunidad y la economía, tomando medidas preventivas para asegurar la sostenibilidad del proyecto turístico.

**9.3 Ajustes y Mejoras:** Con base en la retroalimentación y los resultados del monitoreo, es necesario realizar ajustes en la ruta y sus operaciones para mejorar la experiencia del visitante y preservar el entorno. Este proceso de mejora continua asegura que la ruta se mantenga actualizada, atractiva y acorde con los objetivos de sostenibilidad y satisfacción del visitante. La adaptación continua es fundamental para mantener la calidad y relevancia del proyecto turístico en el tiempo.

Este proceso permitió integrar dichas categorías en un marco teórico coherente que dio forma a un modelo conceptual para el diseño de rutas turísticas. El modelo resultante identifica las etapas fundamentales, como el diagnóstico inicial del destino, la identificación de atractivos turísticos, la participación de actores locales, el diseño de la ruta y su promoción, además de factores imprescindibles como la sostenibilidad, la accesibilidad y la viabilidad económica.

Cada etapa del modelo se vincula de manera lógica con los factores identificados, resaltando las interacciones entre ellos, como la importancia del diálogo entre las comunidades locales y los planificadores turísticos para garantizar una adecuada integración de los recursos culturales y naturales del destino. Asimismo, el modelo destaca la necesidad de estrategias adaptadas al perfil de los visitantes, incluyendo elementos de interpretación turística y gestión del impacto ambiental. Este marco teórico no solo sintetiza la información obtenida a lo largo del estudio, sino que también proporciona una guía estructurada y adaptable para diseñar rutas turísticas efectivas, asegurando un balance entre la experiencia del visitante y la sostenibilidad del destino. Este modelo conceptual constituye la base de la propuesta metodológica, al ofrecer una visión integral y fundamentada del proceso de diseño de rutas.

Para la creación de una ruta turística se ha desarrollado una estructura metodológica que constituye un avance significativo frente a las propuestas de otros autores y manuales respecto a su carácter integral y estructurado, que se refleja en cada fase y subcomponente que son abordados. Con la finalidad de presentar una propuesta que resalte en solidez y profundidad a las metodologías existentes se muestra el siguiente análisis comparativo con respecto a algunos de los autores y manuales revisados

Respecto a la metodología utilizada por SENA y el Manual de Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos del MINTUR Ecuador, las cuales ofrecen una visión preliminar de la definición de rutas, estas carecen de especificidad en cuanto al alcance, objetivos y público objetivo, por el contrario, la propuesta presentada establece una fase inicial que no solo define el tema, sino que

también clarifica los objetivos específicos y el alcance de la ruta, permitiendo que la estructura del diseño este alineado estratégicamente desde el inicio, facilitando una ruta más coherente y centrada en el valor añadido que se desea proporcionar al visitante.

A diferencia del Manual de Atractivos Turísticos del MINTUR que se centra fundamentalmente en la catalogación de recursos naturales y culturales, la metodología que se propone en este diseño incluye otros aspectos como la evaluación de la calidad, la singularidad de estos recursos y la capacidad de carga, los cuales permiten prever y mitigar impactos negativos, al considerarlo como una característica más estructurada frente a las metodologías revisadas. Esto no solo garantiza la relevancia y sostenibilidad de los atractivos seleccionados, sino que también ofrece una base sólida para la gestión del flujo de visitantes, elemento crucial para la preservación de los recursos y la experiencia del visitante.

La propuesta metodológica se distingue por integrar un enfoque exhaustivo de análisis de mercado y competencia que incluye benchmarking de buenas prácticas, segmentación del público objetivo, análisis de demanda potencial y un estudio de factibilidad y logística. Mientras que, cuando se analiza el trabajo de Ibarra Luna et al. (2020), que resulta valioso para analizar rutas con relevancia cultural, esta carece de una fase tan detallada de estudio de mercado y competencia, como se muestra en la metodología que se ha presentado, que no solo evalúa la demanda y la segmentación de los visitantes, sino que también integra el análisis FODA y la definición de una propuesta de valor, lo que proporciona una ventaja competitiva sustancial para el desarrollo de rutas turísticas exitosas.

Aunque autores como Ejarque (2005) en su obra sobre destinos turísticos, abordan la importancia de la estructuración de itinerarios, la metodología presentada perfecciona este proceso al incluir etapas específicas como la selección de puntos de interés, la estructura del recorrido, el tiempo de duración y las actividades en cada punto. Este nivel de detalle no solo garantiza una planificación organizada del itinerario, sino que además permite adecuar las experiencias de los visitantes a las expectativas y necesidades del público objetivo, algo que no se explora con la misma profundidad en otras metodologías.

La inclusión de elementos clave como accesibilidad y transporte, seguridad y señalización, instalaciones de alojamiento y alimentación, energía y telecomunicaciones, en la metodología expuesta, permite diferenciarse de otras propuestas como la del Manual de Atractivos Turísticos del MINTUR, que menciona la infraestructura, pero no especifica el diagnóstico de manera detallada. Lo que garantiza que se aborden en esta investigación todas las necesidades logísticas para la ejecución exitosa de la ruta, proporcionando una base sólida para la experiencia del visitante y la operatividad de la ruta en el largo plazo.

La fase de Diseño de la Experiencia Turística incluye aspectos innovadores como la tematización, la participación del visitante, y la sostenibilidad ambiental, como elementos esenciales para garantizar una experiencia turística diferenciada y atractiva. En comparación con el enfoque de Ejarque (2005) y el manual de SENA, la propuesta presentada va más allá al enfatizar en la seguridad, la comodidad y el uso de tecnología que sean capaces de enriquecer la experiencia del visitante. Esto facilita que la ruta sea tanto segura como tecnológicamente adaptada a las tendencias actuales del turismo, ofreciendo un itinerario más memorable y atractivo, alineado con las expectativas de un turista moderno.

Mientras que el Manual de Generación de Rutas del MINTUR y el trabajo de Ibarra Luna reconocen la importancia de la sostenibilidad, la metodología expuesta se distingue por incluir un

conjunto de acciones prácticas que permitan minimizar el impacto ambiental, educar al visitante y capacitar a la comunidad local. Esto garantiza que el desarrollo de la ruta esté alineado con los principios de sostenibilidad a largo plazo, protegiendo el entorno y promoviendo un compromiso local que no se detalla tan explícitamente en los métodos de los otros autores.

La estructura propuesta en este trabajo incluye una fase donde se detallada los materiales informativos, estrategia de promoción y comercialización, además del posicionamiento de la ruta. Esta fase, que se enfoca en la difusión y captación de turistas, es fundamental para que la ruta sea competitiva y conocida en el mercado turístico. A diferencia de otros métodos revisados, que apenas tocan este tema, la metodología reconoce la importancia de la visibilidad y el atractivo de la ruta en su éxito comercial.

En comparación a otras metodologías que no toman en cuenta una fase de evaluación o ajustes continuos, la propuesta en este trabajo establece un proceso continuo de retroalimentación, monitoreo de impactos y ajustes necesarios para lograr y mantener la excelencia del servicio que se ofrece. Esto asegura que la ruta no solo mantenga su calidad y relevancia, sino que se ajuste continuamente a las necesidades y expectativas cambiantes del mercado turístico, consolidando su éxito y sostenibilidad en el tiempo.

En este sentido, se considera que la propuesta metodológica no solo comprende todos los aspectos esenciales del diseño de rutas turísticas, sino que lo hace de manera integrada y detallada, superando así a las metodologías previamente mencionadas en términos de profundidad, exhaustividad y adaptabilidad a las realidades del turismo actual. Esta estructura no busca solo diseñar rutas turísticas viables, sino también sostenibles, innovadoras y adaptadas a las necesidades de un mercado competitivo y en constante cambio.

## Conclusiones

Se puede concluir, que la metodología estructurada para el diseño de rutas turísticas que se ha desarrollado en esta investigación, representa una contribución significativa en el campo del turismo, ofreciendo una solución integral y bien fundamentada que abarca cada uno de los aspectos esenciales para la creación y gestión de rutas exitosas. A lo largo de las nueve fases que se han propuesto, la metodología no solo responde a la necesidad de una planificación detallada y estructurada, sino que además establece un marco que permite la adaptabilidad a distintos contextos turísticos y tipos de visitantes, asegurando que cada ruta sea atractiva, viable y sostenible.

La propuesta supera a los modelos existentes que han sido estudiados en varios aspectos, donde la incorporación de fases específicas para la investigación de mercado y análisis de competencia, así como un enfoque exhaustivo en la sostenibilidad y responsabilidad ambiental, destacan por su profundidad y por su carácter práctico. La aplicación de estas fases, les permitirá a los diseñadores de rutas no solo identificar y valorar los recursos naturales y culturales, sino también establecer parámetros de sostenibilidad que protejan el entorno y generen un impacto positivo en las comunidades locales. Asimismo, la inclusión de una fase de diseño de experiencia turística con un enfoque en innovación y tematización, demuestra una capacidad para responder a las expectativas y demandas actuales del turista moderno, un área que pocos modelos abordan con la misma precisión.

Otro de los aspectos que realza la solidez de esta metodología es la fase de evaluación y monitoreo continuo, que garantiza que las rutas no solo se mantengan relevantes, sino también mejoren con el tiempo. Mediante la retroalimentación de los visitantes y el análisis de impacto, esta

estructura pretende lograr una renovación constante que fortalezca la calidad y garantice que los atractivos de las rutas permanezcan por un largo tiempo. Esta característica proporciona un marco adaptable que favorece tanto la viabilidad económica como la sostenibilidad ambiental y social, cualidades esenciales en el contexto del turismo actual.

Esta metodología presenta una estructura completa y flexible que puede aplicarse en los distintos entornos, representando un avance en el diseño de rutas turísticas desde una perspectiva científica y práctica. Implementar adecuada, esta metodología tiene el potencial de transformar la manera en que se desarrollan y gestionan las rutas turísticas, brindando una herramienta invaluable para diseñadores de rutas, gestores turísticos y comunidades que buscan beneficiarse de un turismo bien planificado y sostenible. La estructura metodológica presentada se perfila como un modelo superior y dominante en el ámbito de la creación de rutas turísticas, marcando un estándar de calidad y efectividad en el diseño de experiencias turísticas contemporáneas.

### Referencias Bibliográficas

- Calderón, D. M., Arcila, M. L., & López, J. A. (2018). Las Rutas e Itinerarios Turístico-Culturales en los Portales Oficiales de Turismo de las Comunidades Autónomas Españolas. *Revista de Estudios Andaluces*, 35, 123-145. <https://doi.org/10.12795/rea.2018.i35.05>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage Publications. [http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Charmaz\\_2006.pdf](http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Charmaz_2006.pdf)
- Cooper, C., & Hall, C. M. (2008). *Contemporary Tourism: An International Approach*. Routledge. [https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781136414466\\_A23845477/preview-9781136414466\\_A23845477.pdf](https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781136414466_A23845477/preview-9781136414466_A23845477.pdf)
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications. [https://books.google.com.co/books?id=4uB76IC\\_pOQC&printsec=frontcover&source=gbs\\_book\\_other\\_versions\\_r&cad=3#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=4uB76IC_pOQC&printsec=frontcover&source=gbs_book_other_versions_r&cad=3#v=onepage&q&f=false)
- Servicio Nacional de Aprendizaje (s.f.) *Diseño de Rutas Turísticas*. [https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o\\_de\\_Rutas\\_tur%C3%ADsticas](https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas)
- Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing*. Madrid: Pirámide. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=299054>
- Fuchs, Matthias & Weiermair, Klaus. (2004). Destination Benchmarking: An Indicator-System's Potential for Exploring Guest Satisfaction. *Journal of Travel Research - J TRAVEL RES.* 42. 212-225. <https://doi.org/10.1177/0047287503258827>
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine Transaction. [http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Glaser\\_1967.pdf](http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Glaser_1967.pdf)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill. [https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)



- Ibarra Luna, Mabel y otros tres autores. (2020). Rutas turísticas en el paisaje cultural cafetero caldense. Manizales: Centro Editorial Universidad Católica de Manizales.
- MINTUR. (2018). Manual de atractivos turísticos. [https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos\\_compressed.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos_compressed.pdf)
- MINTUR. (2018). Manual generación de rutas e itinerarios turísticos. [https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual\\_generacion\\_rutas\\_itinerarios\\_sub2021\\_compressed.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual_generacion_rutas_itinerarios_sub2021_compressed.pdf)
- Martorell, A. (2012). Itinerarios culturales: una herramienta para el desarrollo turístico sostenible. *Turismo y Patrimonio*, 7, 55-64. <https://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/67/61>
- Page, S. J., & Connell, J. (2020). *Tourism: A Modern Synthesis*. Cengage Learning. [https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781000043082\\_A38996095/preview-9781000043082\\_A38996095.pdf](https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781000043082_A38996095/preview-9781000043082_A38996095.pdf)
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Sage Publications. [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ovAkBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Patton,+M.+Q.+\(2015\).+Qualitative+research+%26+evaluation+methods+\(4th+ed.\).+Sage+Publications.&ots=ZSZY1vvEz\\_&sig=AM458cy0iATHzBRUZH57Y4Pb52g#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ovAkBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Patton,+M.+Q.+(2015).+Qualitative+research+%26+evaluation+methods+(4th+ed.).+Sage+Publications.&ots=ZSZY1vvEz_&sig=AM458cy0iATHzBRUZH57Y4Pb52g#v=onepage&q&f=false)
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677018300755>
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainability Perspective*. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=yvydAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Ritchie,+J.+R.+B.,+%26+Crouch,+G.+I.+\(2003\).+The+Competitive+Destination:+A+Sustainability+Perspective.+Tourism+Management,+25\(1\),+1-14.&ots=lTKY4nibYO&sig=8WaXybEN7iggXhg7svSBI9w1QEk#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=yvydAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Ritchie,+J.+R.+B.,+%26+Crouch,+G.+I.+(2003).+The+Competitive+Destination:+A+Sustainability+Perspective.+Tourism+Management,+25(1),+1-14.&ots=lTKY4nibYO&sig=8WaXybEN7iggXhg7svSBI9w1QEk#v=onepage&q&f=false)
- Strauss, A. L. & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. (1. ed.). Medellín: Editorial Universidad de Antioquia. [https://www.academia.edu/29601295/Bases\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_cualitativa\\_T%C3%A9cnicas\\_y\\_procedimientos\\_para\\_desarrollar\\_la\\_teor%C3%ADa\\_fundamentada](https://www.academia.edu/29601295/Bases_de_la_investigaci%C3%B3n_cualitativa_T%C3%A9cnicas_y_procedimientos_para_desarrollar_la_teor%C3%ADa_fundamentada)
- Tresserras, J. J. (2015). Rutas e Itinerarios culturales en Iberoamérica. *Patrimonio Cultural y Turismo*, 15, 14-56. <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf15/articulo1.pdf>
- World Travel & Tourism Council - WTTC. (2020). *Economic Impact Reports*. [https://destinationcenter.org/wp-content/uploads/2021/10/WTTC-Economic-Impact-Report-2020\\_vanuatu\\_A4-24pp-1.pdf](https://destinationcenter.org/wp-content/uploads/2021/10/WTTC-Economic-Impact-Report-2020_vanuatu_A4-24pp-1.pdf)