



¿Cómo citar el artículo?

Ojeda-Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *RIIED*, número 8, 1-10.



Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico

Tourist routes, a way to diversify the tourism product

Rotas turísticas, una forma de diversificar o producto turístico

Revisión teórica

Recibido: 29/07/2024 Revisado: 28/08/2024 Aceptado: 25/09/2024

René Felipe Ojeda Alfonso

Centro de Capacitación del Ministerio del Turismo, Varadero. Cuba.

<https://orcid.org/0000-0002-8306-9278>

renefelipeojeda70@gmail.com

Resumen

El objetivo es mostrar las potencialidades de las rutas e itinerarios turísticos, en el contexto del desarrollo turístico contemporáneo, valorar la interrelación entre los valores patrimoniales y el diseño de estos productos, así como exponer los elementos fundamentales para la creación de los mismos. La revisión de fuentes aplicada permite al autor exponer la significación de las rutas turísticas como eslabón fundamental, para establecer y consolidar un destino que constituya un recurso para gestionar la actividad turística y con ella el desarrollo local de manera sostenible en armonía al contenido de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Palabras clave: Rutas turísticas, itinerarios culturales, patrimonio cultural.

Abstract

The objective is to show the potential of tourist routes and itineraries, in the context of contemporary tourism development, assess the interrelation between heritage values and the design of these products, as well as expose the fundamental elements for their creation. The applied review of sources allows the author to expose the significance of tourist routes as a fundamental link, to establish and consolidate a destination that constitutes a resource to manage tourist activity and with-it local development in a sustainable manner in harmony with the content of the Agenda 2030 of the United Nations.

Keywords: Tourist routes, cultural itineraries, cultural heritage.



¿Cómo citar el artículo?

Ojeda-Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *RIIED*, número 8, 1-10.



Resumo

O objetivo é mostrar as potencialidades dos roteiros e itinerários turísticos, no contexto do desenvolvimento turístico contemporâneo, avaliar a inter-relação entre os valores patrimoniais e a concepção destes produtos, bem como expor os elementos fundamentais para a sua criação. A revisão aplicada das fontes permite ao autor expor a importância dos roteiros turísticos como elo fundamental, para estabelecer e consolidar um destino que constitui um recurso para gerir a atividade turística e com ela o desenvolvimento local de forma sustentável e em harmonia com o conteúdo do Agenda 2030 das Nações Unidas.

Palavras-chave: Rotas turísticas, itinerários culturais, património cultural.

Introducción

El turismo es una de las principales actividades económicas en el mundo, genera un importante impulso económico, contribuyendo al crecimiento y al progreso social de los países en vías de desarrollo, además, atrae inversión nacional y extranjera e impulsa la infraestructura regional mediante la construcción o la modernización de bienes y servicios.

En la actualidad se ha consolidado la evolución de la demanda turística desde los tradicionales destinos de sol y playa hacia otros nuevos, se crean nuevos productos turísticos que intentan dar respuesta a estas nuevas demandas de los viajeros, destacando, entre ellos los relacionados con aspectos vinculados con las costumbres locales y sus valores patrimoniales.

El turismo cultural, constituye una modalidad que se observa a su vez, desde diversos sectores con los cuales esta disciplina interactúa y crea una sinergia con el desarrollo sustentable, el patrimonio, y la economía.

La inclusión del patrimonio cultural como soporte esencial del producto turístico, implica tener en cuenta la conservación del sentido y la identidad del entorno, respetar sus esquemas de crecimiento sin afectar las

áreas históricas, teniendo muy claros los criterios de intervención. Los valores patrimoniales pueden deteriorarse y llegar a sufrir daños irreparables si no se respeta su trasfondo histórico y cultural.

En este contexto, los destinos turísticos tratan de diferenciarse y hacer valer sus singularidades y ventajas para sobresalir entre sus competidores, observándose un aumento en la articulación de nuevos productos alrededor del concepto de ruta turística.

Sobre la base de la revisión de fuentes relevantes en el tema se hace una revisión con el propósito de mostrar las potencialidades de las rutas e itinerarios turísticos, en el contexto del desarrollo turístico contemporáneo, valorar la interrelación entre los valores patrimoniales y el diseño de estos productos, así como exponer los elementos fundamentales para la creación de los mismos.



¿Cómo citar el artículo?

Ojeda-Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *RIIED*, número 8, 1-10.



Desarrollo

El término ruta, se deriva del latín *rupta* y del francés *route*, y significa literalmente, recorrido, dirección, camino o itinerario que se sigue para un propósito. Las rutas turísticas constituyen un fenómeno global que se materializa localmente en el marco de estrategias territoriales de dinamización económica y de posicionamiento en el mercado turístico internacional.

Las rutas turísticas son itinerarios planificados que guían a los viajeros a través de una serie de puntos de interés, generalmente relacionados por un tema común. Estas rutas pueden enfocarse en diversos aspectos culturales, históricos, naturales o gastronómicos de un destino. Su objetivo principal es ofrecer a los turistas una experiencia enriquecedora y organizada, facilitando la exploración y el disfrute de los recursos y atractivos del lugar visitado. Por ejemplo, se pueden mencionar:

1. Rutas Culturales: Enfocadas en el patrimonio cultural, como museos, monumentos históricos, y sitios arqueológicos.
2. Rutas Naturales: Destinadas a la exploración de parques naturales, reservas ecológicas, y paisajes pintorescos.
3. Rutas Gastronómicas: Ofrecen un recorrido por los mejores restaurantes, mercados y productores locales, destacando la cocina tradicional y contemporánea.
4. Rutas Temáticas: Basadas en temas específicos, como la ruta del vino, rutas literarias, o rutas de arquitectura.

Las rutas turísticas ayudan a diversificar la oferta turística de un destino, también fomentan un turismo más sostenible y equilibrado, distribuyendo el flujo de visitantes y promoviendo el desarrollo local (Hernández Ramírez, 2011).

Los objetivos que se buscan con este nuevo producto turístico son impulsar el desarrollo económico y social, de forma sostenible, de una determinada zona para así incrementar, en su conjunto, la actividad turística en el área geográfica donde se desarrolle el producto turístico, generar riqueza a través de una actividad novedosa, así como lograr la mejora de las infraestructuras de la zona, lo cual, en definitiva, va a redundar en la calidad de vida de las personas que habitan en dichos lugares.

Las rutas pretenden conducir las actividades resaltando qué es lo que merece la pena conocerse del nuevo territorio turístico. Para ello son construidas narrativas que reelaboran e incluso generan nuevas imágenes y significados de los lugares, subrayando determinados aspectos considerados sugestivos.

Los diferentes tipos de ruta turística, son un [itinerario](#), o incluso recorrido o circuito, terrestre específico ([ruta](#), camino o vía de agua), que permite sobre un ámbito geográfico variable descubrir y apreciar la belleza natural, los productos, la historia, la cultura, el estilo de vida y las costumbres de los sitios y lugares recorridos. Se identifican como un itinerario estandarizado de lugares y actividades a realizar en un territorio con tiempos y duración de visitas no rígidos. La idea de un



¿Cómo citar el artículo?

Ojeda-Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *RIIED*, número 8, 1-10.



producto turístico basado en un itinerario (o circuito) turístico facilita la orientación del turista en el destino, además, un recorrido establecido incentiva al turista, que no sólo disfruta de los sitios fijados, sino del recorrido en su totalidad.

Una 'ruta turística' puede ser definida como un itinerario o recorrido temático, propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento, a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con este objeto (Zurita, 2011, p. 13).

La definición de Itinerario Cultural elaborada por el Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC) y ratificada por la asamblea general del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) en 2008 es la siguiente:

Toda vía de comunicación terrestre, acuática o de otro tipo, físicamente determinada y caracterizada por poseer su propia y específica dinámica y funcionalidad histórica al servicio de un fin concreto y determinado (2008:2). Esta vía debe, según ICOMOS, ser un espacio de intercambios multidimensionales, continuos y recíprocos capaz de generar una gran riqueza patrimonial y fecundas relaciones históricas entre distintos pueblos (ICOMOS, 2008, p. 2).

Como vemos, es necesario en este punto, hacer un análisis con respecto a la terminología empleada para definir este producto, algunos autores plantean que los itinerarios culturales son elementos distintos a las rutas turístico-culturales, los primeros serían productos

culturales con gran potencialidad para convertirse en atractivos turísticos y, en el segundo caso, se referiría a productos turísticos que usan el patrimonio cultural como eje de su oferta, las rutas turístico-culturales pueden ser un producto no necesariamente verídico diseñado con el objeto de conseguir un mayor atractivo para el destino, mientras que los itinerarios culturales son un producto real, surgido de las relaciones humanas (comerciales, religiosas, culturales, etc.) que han originado un patrimonio tangible e intangible cultural y económico, sin embargo, a pesar de ser usados indistintamente por algunos autores, se puede afirmar que son en realidad conceptos diferentes aunque complementarios, "no pueden confundirse los itinerarios culturales con las rutas turístico-culturales, porque los primeros responden a criterios históricos de autenticidad, de continuidad y de intercambios contrastados entre culturas, mientras que las segundas son invenciones turísticas de conveniencia, promovidas por agentes públicos o privados, que unen recursos patrimoniales más o menos homogéneos y vinculados entre sí". Hernández (2011) Bajo este criterio, todos los itinerarios culturales pueden ser transformados en productos turísticos, pero no todas las rutas turístico-culturales son itinerarios culturales, así podemos identificar varias tipologías dentro de estos recorridos, atendiendo a la relación que establecen entre el patrimonio real, y el imaginario o la recreación de esos valores patrimoniales.

Los conceptos de itinerarios y las rutas son difíciles de conceptualizar, y en buena medida se utilizan dependiendo del enfoque y la funcionalidad de las diferentes propuestas a la hora de su definición y



¿Cómo citar el artículo?

Ojeda-Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *RIIED*, número 8, 1-10.



caracterización, otros autores, sin embargo, señalan que su empleo depende del análisis y de la utilidad que se les dé y ambos pueden ser analizados como productos culturales y potencialmente turísticos.

Una ruta turística se compone de un conjunto de atractivos, locales, elementos, comunidades y facilidades, organizados en forma de red dentro de una región determinada y que, estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico.

Las rutas turísticas culturales representan una eficaz manera de desmitificar el arte, acercándolo al visitante, que pasa a estar en total interacción con el medio cultural. El acceso al patrimonio, y a los lugares, hechos y personajes que lo conforman, construyen la percepción de la ciudad, y la forma en que el residente, e incluso el visitante, pudieran manifestarse sobre proyectos que vengan a manipular este patrimonio.

Los atractivos culturales relacionados con el arte poseen una característica importante y sumamente fuerte: su carácter universal que, si bien en un primer momento siempre claman al inconsciente colectivo, al ser integrados en rutas turísticas culturales, puedan sensibilizar al visitante para establecer conexiones con culturas diferentes, y disfrutar y respetar el entorno patrimonial.

Las rutas turísticas, se vinculan a una temática específica, ya sea de carácter histórico, social, artística o geográfica, que permita integrar coherentemente todos los atractivos y recursos seleccionados, esta estructuración alrededor de un tema posibilita la coherencia del proceso siguiendo una idea central, que

unifica en el recorrido los lugares y vivencias experienciales que lo constituyen (Arribas & Gil de Arriba, 2021; Minjia, 2021).

Para el diseño y ejecución de las rutas se conforman equipos interdisciplinarios, integrados por expertos y especialistas, no solo vinculados al sector turístico, sino relacionados con otras disciplinas como la geografía, la historia, la etnografía, la literatura, etc., siendo tan variados, como variados pueden ser los ejes centrales alrededor de los cuales pueda estructurarse una ruta turística. La proliferación de rutas turísticas e itinerarios culturales responde a un fenómeno global que busca resaltar y conservar el patrimonio cultural de las regiones (Hernández Ramírez, 2011; González, 2016).

El diseño de una ruta turística debe concebirse como el diseño de un producto turístico en sí o de varios productos turísticos concatenados de forma amena, con calidad y accesibilidad para el turista. Las rutas turísticas pueden caracterizarse desde diferentes enfoques, sin embargo, hay tres que resultan medulares e insoslayables al intentar conformarlas: el institucional, el turístico y el cultural (SENA, s.f.).

Desde este enfoque se destacan las definiciones del ICOMOS y las del Consejo de Europa. ICOMOS en 2008 en su “Carta de itinerarios culturales” define a los itinerarios como:

una vía de comunicación (...) caracterizada por su funcionalidad que se caracteriza por ser resultado de movimientos interactivos de personas habiendo generado una fecundación múltiple y recíproca e integrar en un sistema dinámico de relaciones



¿Cómo citar el artículo?

Ojeda-Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *RIIED*, número 8, 1-10.



históricas y los bienes culturales asociados a su existencia (ICOMOS, 2008).

Hay que diferenciar dos tipos bien definidos de productos turísticos culturales, uno, aquellos itinerarios culturales particularizados por su carácter histórico, y que poseen un trazado físico, y un patrimonio cultural surgido de un tránsito cultural de individuos e ideas, y, en segundo lugar, se definirían, las rutas turístico-culturales, identificadas por un tema cultural que condiciona su creación y explotación como producto turístico.

En una primera categoría de itinerarios, el visitante realiza un recorrido en el que predomina una determinada categoría patrimonial, (manifestaciones culturales, restos arqueológicos o históricos, valores artísticos, espacios naturales, etc.).

Un segundo tipo de rutas, recrean el recorrido mediante nuevos atractivos que necesariamente no se corresponden con la realidad histórica y cultural de los destinos, pero se agregan como valores añadidos a los mismos, por ejemplo, sitios donde se desarrolla la trama de novelas celebres, leyendas y mitos, locaciones de películas de éxito, de series de TV, etc. Aquí el lugar es reinventado y se persigue estimular a los turistas a revivir con su particular mirada vicaria lo que antes leyeron en novelas o contemplaron en la pequeña o gran pantalla (Herbert, 2001; Hernández, 2005).

Las rutas mixtas se diferencian de las anteriores, por carecer de un eje temático definido, son rutas eclécticas en las que, el producto turístico se forma a partir de la suma de varios componentes, los cuales

pueden ser variados o sustituidos en dependencia de las circunstancias. Es un concepto netamente mercantil, que recrea una realidad en muchos casos imaginada, y donde los valores culturales y patrimoniales no necesariamente intervienen directamente.

El último apartado dentro de esta clasificación, lo ocupan los caminos históricos, que constituyen un tipo de trayecto que busca ser incluido, a partir del reconocimiento oficial e institucional, como un itinerario cultural, oficializado en catálogos e inventarios de bienes culturales y patrimoniales.

En 1987 el Consejo de Europa inscribió el Camino de Santiago como el primer Itinerario Cultural Europeo y en 1993 esta misma ruta fue registrada por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, refrendando la validez de este tipo de propuestas, y contribuyendo a su sostenido crecimiento.

Para la elaboración del diseño de una ruta turística, es necesario tener en cuenta una serie de aspectos que resultan imprescindibles para garantizar un proyecto coherentemente estructurado, de acuerdo con Puig (2006):

Debe construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga, la diferencie y le dé su nombre. Esta actividad puede ser muy variada: lugares donde vivió un personaje famoso, rincones literarios, (...), elaboración del vino, etc. Se debe desarrollar un tema adecuado, resaltando determinados hechos históricos, culturales, sociales o naturales que permitan contemplar la idiosincrasia del lugar.



¿Cómo citar el artículo?

Ojeda-Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *RIIED*, número 8, 1-10.



En esta labor, es imprescindible regirse por una serie de aspectos, que resultan medulares para diseñar la ruta:

- 1- La elección del lugar idóneo para establecer la ruta atendiendo a los atractivos de la zona elegida.
- 2- Tener perfectamente identificados estos atractivos
- 3- Establecer la longitud de la ruta seleccionada
- 4- Estructurar la narrativa general de la ruta
- 5- Estudiar el tiempo del recorrido para la trayectoria elegida
- 6- Preparar el itinerario a partir de la jerarquización de los atractivos de la ruta
- 7- La ruta debe estar perfectamente señalizada a lo largo de todo el recorrido, mostrando, cuando sea necesario, mapas de información acerca de los puntos que abarca, los territorios, las distancias, los servicios y productos que integra, así como los beneficios o valor agregado que aporta al viajero
- 8- Garantizar la sostenibilidad y la sustentabilidad del producto
- 9- Establecer la modalidad de ejecución de la ruta (con empleo de guías, autoguiada, o la mixta, que combina ambas formas)
- 10- Garantizar la formación y la superación del personal que operara la ruta
- 11- Diseñar una adecuada estrategia de marketing para dar a conocer y posicionar el producto.

La sostenibilidad constituye uno de los aspectos medulares en la explotación de una ruta, un producto o servicio turístico que no responda y cumpla este aspecto, será poco viable y poco competitivo en el contexto actual, el cuidado y preservación de los recursos naturales y patrimoniales, la eliminación de emisiones contaminantes y de desechos, deben ser una línea directriz, regida por los criterios del [Consejo Mundial del Turismo Sostenible](#) y los [17 Objetivos de Desarrollo Sostenible](#) de la ONU para 2030. En armonía con el enfoque de la Agenda que sitúa la ONU en función de la sostenibilidad se cita a Celemín et al. (2022): “La puesta en marcha de las rutas supondría un beneficio para la sociedad” (p. 295).

La búsqueda de originalidad y novedad, añade valor a las rutas, las costumbres, la arquitectura, la gastronomía, las fiestas populares, las tradiciones, imbricadas en una línea temática que constituyan una vivencia inolvidable para el visitante, deben estar enfocadas a lograr la percepción de una experiencia total y única, teniendo en cuenta la necesidad de confeccionar una variada gama de productos y servicios que satisfagan diversas motivaciones específicas (Rubio et al., 2022).

Otro importante aspecto a tener en cuenta en la presentación de este tipo de producto lo constituye la autenticidad y la veracidad de la propuesta, la descontextualización del patrimonio, la desarticulación de los territorios donde se ubican, el concepto de imágenes que no se corresponden plenamente con las realidades sociales y culturales donde se implantan, falsean y tergiversan los valores identitarios del destino.



¿Cómo citar el artículo?

Ojeda-Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *RIIED*, número 8, 1-10.



Otro indicador que puede ser definitorio para el éxito de una ruta turística en su consolidación como producto, es diseñar la misma, teniendo en cuenta la inclusión de más de un atractivo principal, para así hacer la oferta más interesante y diversificada, acrecentando el interés por parte de los consumidores en ella, por otra parte, la interacción con el turista a la par que incrementa el disfrute experiencial del recorrido, contribuye a la visibilización del producto, a partir de la interacción de este con las redes sociales mediante fotos, videos y comentarios motivadores a futuros clientes.

Dentro de todo este proceso, la introducción de la tecnología y la innovación, se presentan como condicionantes de la mejora continua y sostenida de los productos y servicios turísticos ofertados en la ruta. Esta innovación no solo debe ir referida a las tecnologías propiamente dichas, sino también a renovar los procesos y los servicios en sí mismos, conduciendo al producto a la búsqueda permanente de la excelencia, que a la larga será su clave del éxito y de rentabilidad.

El sitio *Entorno Turístico* (2024) ha determinado las tendencias más representativas a nivel mundial -con proyección al 2025- en el empleo de rutas turísticas para la diversificación del producto turístico incluyen:

1. **Digitalización de los destinos turísticos:** La incorporación de tecnologías digitales y herramientas como la inteligencia artificial (IA) y la realidad aumentada (AR) para mejorar la experiencia del turista y optimizar la gestión de los destinos.

2. **Preferencia por destinos alternativos y emergentes:** Los viajeros están buscando experiencias únicas y menos turísticas, lo que ha llevado a la creación de rutas turísticas en lugares menos conocidos y más auténticos.
3. **Autenticidad y personalización:** Los turistas valoran cada vez más experiencias personalizadas y auténticas que les permitan conectarse con la cultura local y vivir como los locales.
4. **Turismo sostenible:** La creación de rutas turísticas que minimicen el impacto ambiental y promuevan la sostenibilidad, incluyendo el uso de energías renovables y prácticas de economía circular
5. **Interacción con la comunidad anfitriona:** Fomentar la interacción entre los turistas y las comunidades locales para crear experiencias más enriquecedoras y beneficiosas para ambas partes.

Esto compromete a los gestores turísticos y profesionales del sector en sentido general a trabajar en su capacitación continua, para incorporar saberes actualizados, resultados de la ciencia, las potencialidades de la tecnología, así como buenas prácticas que se identifiquen en armonía con lo antes expuesto..



¿Cómo citar el artículo?

Ojeda-Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *RIIED*, número 8, 1-10.



Conclusiones

El turismo se ha convertido en un importante factor de crecimiento, desarrollo económico y territorial, generando nuevas estrategias de marketing y nuevos productos que hacen más atractivos y competitivos los diferentes mercados. Las rutas turísticas constituyen un fenómeno global que se materializa localmente en este contexto de dinamización económica y de posicionamiento en el mercado turístico internacional.

Las rutas turísticas y su diversificación de forma contextualizada potencian la puesta en el mercado de territorios que, por sus características y valores singulares, atraen la visita de consumidores potenciales y contribuyen a desarrollar de manera sostenible las economías locales.

Referencias bibliográficas

- Arribas, N. & Gil de Arriba, C. (2021). Propuesta de itinerario turístico-cultural como herramienta para la puesta en valor del patrimonio territorial en el curso medio del Pas y final del Pisueña (Cantabria) Máster en Patrimonio Histórico y Territorial. Universidad de Cantabria.
- Celemín, M.S., González, I. & Vidal, L. (2022). Analysis of the methodology for the design of tourist routes on latin american heritage in the Community of Madrid. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 5 (1), 283-297
- Entorno Turístico Staff. (18 de noviembre de 2024). 10 tendencias turísticas hacia el 2025 - Entorno Turístico.
- González, L. (2016). Diseño de una estrategia de valorización de un casco histórico a través de rutas e itinerarios temáticos Estudio de caso: El Casco Histórico de Icod de los Vinos Grado en Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de la Laguna.
- Hernández Ramírez, J. (2011). "Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales." *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 225-236. Universidad de La Laguna, El Sauzal (Tenerife), España
- Hernández, J. (2005). Cine, Turismo y Cultura. En Cao, M. V., J. Hernández, R. Plasencia y M. Salinas (Coord.) *El cine visto por los antropólogos*. (pp. 9-29). Universidad Nacional de San Marcos.
- ICOMOS (2008). *Carta de Itinerarios Culturales*, 16ª AG, Québec (Canada).
- Minjia, L. (2021). *Diseño de ruta turística basado en la arquitectura madrileña del siglo XXI*. Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza
- Puig, A. (2006). *Los Nuevos Negocios Turísticos*. Valleta Ediciones S.R.L
- Rubio, L., Vidal, L., Martínez, I. & Novero, R. (2022). El patrimonio cultural latinoamericano en la Comunidad de Madrid como un activo



¿Cómo citar el artículo?

Ojeda-Alfonso, R. F. (2024). Las rutas turísticas, una vía para la diversificación del producto turístico. *RIIED*, número 8, 1-10.



turístico. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 5(1), 40-57.

Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (s.f.). *Diseño de Rutas Turísticas*. FAVA - Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje. SENA.

Zurita Calispa, R. (2011). *Diseño de la Ruta Turística del Chagra para el cantón Mejía*, provincia de

Pichincha. Tesis. Escuela Superior Politécnica, Machachi, Ecuador.