

ETAPAS	OBJETIVOS
<p>ETAPA 1 "Determinación de objetivos"</p>	<p>Determinación temática: Puede ser general o específica. Entregar orientaciones para delimitar el área geográfica, los centros de base y atractivos del recorrido de la ruta.</p> <p>Definición de estructura: Se debe indicar la duración estimada, la zona a recorrer, actividades a desarrollar, tipo y nivel de servicios de alojamiento, alimentación y transporte requerido, servicios complementarios, excursiones y tiempo disponible y grupos de pasajeros</p>
<p>ETAPA 2 "Estudios y evaluaciones"</p>	<p>Investigación del área: conocimiento histórico, cultural y geográfico del área de estudio. Determinación de atractivos a incluir de acuerdo a la distancia desde el centro base más cercana y atractivos previamente seleccionados considerando la accesibilidad.</p> <p>Evaluaciones: Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, fortalezas y Oportunidades) y CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) del destino. Estudio de la demanda turística actual, potencial y emergente.</p>
<p>ETAPA 3 "Diseño de la Ruta"</p>	<p>Estructuración del itinerario: Bosquejo de la ruta, definición y estructuración de productos, servicios y actividades turísticas principales a realizar.</p> <p>Atractivos de la ruta. Redacción del itinerario: traspaso a papel de los antecedentes recopilados previamente.</p>
	<p>Diseño de plan: elaboración de un plan de sostenibilidad, responsabilidad social y comercio</p>

<p>ETAPA 4</p> <p>“Plan de sostenibilidad y responsabilidad social de la Ruta”</p>	<p>justo de los productos y servicios prestados en la ruta para asegurar la cohesión social y el equilibrio territorial.</p> <p>Definir herramientas: de gestión básicas que soporten el plan de sostenibilidad y responsabilidad.</p> <p>Formación: establecer mecanismos de formación, de cara a conseguir la implicación y motivación de proveedores de servicios, residentes locales y turistas.</p>
<p>ETAPA 5</p> <p>“Plan de estratégico de la Ruta”</p>	<p>Diseño de plan: Definición de un ente gestor del plan. Se perfilan los planes de acción y actuaciones por los que se alcanzarán los objetivos establecidos en el plan estratégico. Objetivos que sean pocos, claros, precisos, realistas y alcanzables por los medios disponibles a nivel local, la región o nacional.</p> <p>Gestión del plan: Desglose de los planes de acción y actuación por proyectos. Presupuesto estimado por proyecto. Definición de fases de ejecución (corto, medio y largo plazo) e indicadores de avance y cumplimientos del plan. Así como la medición del impacto de las actuaciones.</p>
<p>ETAPA 6</p> <p>“Comercialización de la Ruta”</p>	<p>Definición de estructura: tomar decisiones en cuanto al producto y a las estrategias de precios y distribución de la ruta y sus productos, y servicios asociados (directa o por tour operador). Así como la definición del plan de marketing (online y offline).</p>
	<p>Definición de la marca: que identifique gráficamente la ruta y que pueda ser aplicada en todo el material gráfico necesario, como: folletos, carpetas, afiches, papelería, souvenir, letreros</p>

<p>ETAPA 7 “Comunicación de la Ruta”</p>	<p>informativos, etc.</p> <p>Posicionamiento: diseñar una estrategia posicionamiento de la ruta a corto, medio y largo plazo, en la mente y preferencias de los turistas objetivos.</p> <p>Difusión de la ruta: creación de señalización territorial (paneles, indicadores...), digital (webs, apps, vídeos ,...), material impreso: directorios turísticos, catálogos, folletos, guías temáticas, mapas, etc.</p> <p>Organizar visitas de familiarización: según grupo objetivo, a fin de dar a conocer la ruta y buscar sinergias, por ejemplo: empresas de turismo, medios de comunicación, autoridades locales, regionales, nacionales, etc.</p>
<p>ETAPA 8 “Monitoreo y control de la Ruta”</p>	<p>Monitoreo: realización de auditoría de control de calidad, sostenibilidad y responsabilidad social en forma periódica de los productos y servicios asociados a la ruta. Coordinación de todos los miembros de la red, ratificación de conceptos y propósitos de la ruta, y elaboración de manual de operaciones para cada tipo de producto o servicio, en el que se definen las características de su ejecución.</p>

Tabla: Proceso de diseño e implantación de una ruta turística (elaboración propia)