

# MODERNIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CÓRDOBA

UTRERA, ROBERTO. MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y APLICACIONES TECNOLÓGICAS EN LA EMPRESA. UNIVERSIDAD SIGLO 21.  
ROBERTOUTRERAM@GMAIL.COM

UNIVERSIDAD  
**SIGLO 21**  
OPEN LAB 2021

## TEMA / PREGUNTAS

Digitalización de los procesos de comunicación y promoción turística

¿Qué cambios se deberían implementar en las tecnologías y sistemas de medición para evaluar las acciones de comunicación y promoción digital de la provincia de Córdoba como destino turístico?, ¿Cuál es el grado de digitalización de las acciones de comunicación y promoción que se implementan en el destino Córdoba?, ¿Cómo son valoradas y percibidas las funciones de las TIC en la gestión cotidiana del trabajo?.



## OBJETIVOS

### General:

Proponer mejoras en el proceso de modernización digital de la Agencia Córdoba Turismo S.E.M. en lo relacionado a sus procesos de comunicación y promoción del destino turístico provincia de Córdoba.

### Específicos:

Analizar y evaluar la performance de las acciones de comunicación y promoción digital del destino.

Relevar las oportunidades de mejora y digitalización en las acciones de comunicación y promoción.

Determinar la importancia que tiene la modernización digital en la gestión actual.

Desarrollar una propuesta de trabajo de base tecnológica que permita hacer más eficientes los procesos de comunicación y promoción del destino.

## METODOLOGÍA

Entrevistas en profundidad

Observación directa

Fuentes secundarias

## CONCLUSIÓN

El contexto nos desafía a innovar permanentemente en la búsqueda de soluciones que permitan una mejor integración entre el viajero y el destino turístico y entre los nuevos espacios de interacción que vinculan el mundo físico y digital. La comunicación, la promoción y la tecnología son excelentes aliados para el turismo.

Referencias: Tesis de maestría sobre la modernización digital en los procesos de comunicación y promoción turística de Agencia Córdoba Turismo S.E.M (Utrera, 2020). Imágenes: Freepik.com

## RESULTADO

El posicionamiento del destino Córdoba en canales digitales es positivo y preponderante sobre sus competidores.

La oferta turística está digitalizada en parte y se evidencia un gran componente de la comunicación y promoción en medios no digitales.

Los esfuerzos del sector no son suficientes para abordar el proceso de transformación digital de manera integral.

## DISCUSIÓN

La comunicación y promoción del turismo debe focalizarse en 4 dimensiones:

- Digitalizar completamente la oferta turística del destino.
- Sistematizar procesos, medir y analizar resultados.
- Desarrollar instancias que favorezcan la innovación.
- Rediseñar la estructura y forma de trabajo.



## PROPUESTA

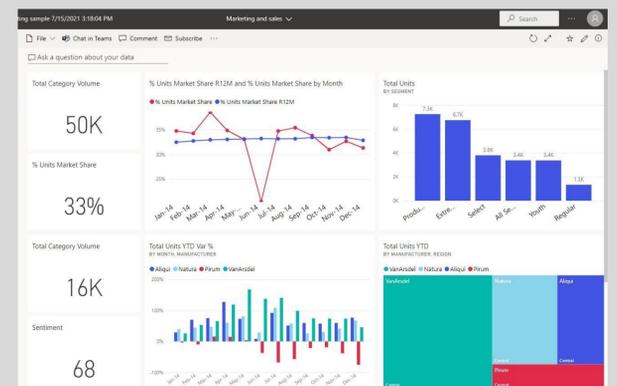
Desarrollo de un sistema de información y análisis de datos

- Solución tecnológica.
- Data Driven.
- Analítica Digital.
- Business Intelligence.

Datos en tiempo real.

Mejora la toma de decisiones.

Eficiencia en el uso de recursos.



## Profundizar estrategias de comunicación y promoción digital.

- Comportamiento del turista.
- Audiencias digitales.
- Viajero en el centro de la experiencia.
- Espacios de interacción físicos y virtuales.
- Turismo vinculado material y sensorialmente a la tecnología.

Comunicación y promoción en medios digitales.

