

PROVINCIA DE CÓRDOBA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**DIAGNÓSTICO PARA LA
CREACIÓN DE LA RED
CORDOBESA DE INTELIGENCIA
TURÍSTICA Y SU PROGRAMA DE
GESTIÓN DE CALIDAD DTI**

INFORME FINAL

16 DE JUNIO DE 2025

FUNDACIÓN LABORATORIO DE IDEAS Y ACCIONES SOSTENIBLES



ABSTRACT

El presente informe constituye el resultado del proceso de diagnóstico, diseño y validación metodológica orientado a la creación de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística y a la formulación de su Programa de Gestión de Calidad bajo el enfoque de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). La iniciativa, impulsada por la Agencia Córdoba Turismo (ACT) con financiamiento del Consejo Federal de Inversiones (CFI), se enmarca en la adopción de un modelo de gestión turística basado en los principios de sostenibilidad, accesibilidad, innovación, gobernanza y valorización identitaria, alineándose con la norma IRAM 42.101.

El proyecto se estructura en tres etapas: diagnóstico situacional, desarrollo del sistema integral de calidad DTI y proceso de implementación normativa. En la primera fase, se realizó un exhaustivo relevamiento territorial, institucional y normativo, incluyendo el mapeo de actores estratégicos, entrevistas a partes interesadas, análisis comparativo de casos nacionales e internacionales, y evaluación técnica de destinos testigo (Nono, Miramar de Ansenuza y Villa Tulumba). En la segunda etapa, se diseñó un modelo de indicadores propio acompañado de un manual de gestión multinivel y escalable, un sistema de categorización por niveles de madurez, y una estrategia de identidad gráfica institucional. Finalmente, la tercera etapa implicó la validación territorial y la implementación piloto de la Norma IRAM 42.101 en los municipios de Nono y Villa General Belgrano, lo que permitió llevar a cabo ajustes metodológicos.

Como resultado de ello se logró la validación de un modelo de indicadores adaptado al contexto cordobés, la creación de un manual operativo en clave DTI, y la implementación efectiva de la Norma IRAM 42.101 en destinos piloto. Estas acciones no solo evidencian la viabilidad técnica y operativa del modelo, sino que habilitan su replicabilidad en otros municipios, posicionando a la provincia de Córdoba como un referente nacional en el desarrollo DTI.

ÍNDICE GENERAL

ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	12
TAREA 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	15
SUBTAREA 1.1. REUNIÓN DE INICIO Y MAPEO ACTORES	15
1.1.1. Reunión De Inicio	15
1.1.2. Desarrollo de Mapeo Actores	15
SUBTAREA 1.2. ENTREVISTA DE PARTES INTERESADAS	27
1.2.1. Desarrollo de Entrevistas a Partes Interesadas	27
1.2.1.1. Análisis del Cuestionario de Partes Interesadas: SECTOR PRIVADO	27
1.2.1.2. Análisis del Cuestionario de Partes Interesadas: SECTOR PÚBLICO	32
1.2.2. Entrevistas a Actores Claves	36
A. Resumen de las entrevistas a miembros de la Agencia Córdoba Turismo, considerando sus áreas de responsabilidad para identificar una posición general de la ACT sobre los Destinos Turísticos Inteligentes	36
B. Resumen de la entrevista al sector académico	38
C. Resumen de las entrevistas a los destinos escogidos para el diagnóstico DTI	38
SUBTAREA 1.3. BENCHMARK (COMPARATIVAS DE RENDIMIENTO) DE DESTINOS Y CASOS DE ÉXITO	40
1.3.1. Red de Destinos Turísticos Inteligentes (España)	40
1.3.1.1. Entrevista Málaga – España	43
1.3.2. Red Iberoamericana de DTI	44
1.3.3. Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI-Ar)	46
1.3.4. La Red Neuquina de Destinos Turísticos Inteligentes	50
1.3.5. Conclusiones	53
SUBTAREA 1.4. RELEVAMIENTO TERRITORIAL DE CASOS TESTIGOS	55
1.4.1. Relevamiento Territorial	55
A. Destino Nono, Valle de Traslasierra	55
B. Destino Miramar de Ansenuza	58
C. Destino Villa Tulumba	62
SUBTAREA 1.5. CONSTRUCCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE DESTINO	65
1.5.1. Potencial turístico de Córdoba	65
Contexto general	65
Las diversas regiones turísticas de Córdoba	68
Patrimonio Natural	72
Infraestructura turística	75
Turismo interno	79
1.5.2. Análisis del Marco Normativo del Turismo en Córdoba	81
1.5.3. Desarrollo de la Oferta Turística	85
Productos turísticos	85
Otros productos turísticos destacados de la provincia	91
1.5.4. Breve desarrollo de la Oferta Turística de Destinos Relevados	97
Nono	97
Miramar de Ansenuza	99

Villa Tulumba	101
1.5.5. Herramientas de Planificación	103
1. Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2030	103
2. Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) y Metas Relevantes	106
Aspectos Clave del Plan	107
1.5.6. Diagnóstico de Inteligencia Turística	109
1. Repaso de metodología y acciones llevadas a cabo	109
2. Análisis Preliminar - Antecedentes	111
3. Autodiagnóstico DTI	114
4. Autodiagnóstico Dirigido de la ACT	115
5. Municipios Turísticos de Córdoba y la Región Centro de la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes	120
6. Diagnóstico sobre potencialidades de creación de la Red Cordobesa de DTI	122
7. Análisis sintético sobre autodiagnósticos de miembros adheridos de la Red DTI-Ar – Región Centro	124
8. Autodiagnóstico Dirigido casos testigos: Nono, Miramar de Ansenuza y Villa Tulumba	126
1.5.7. Relevamiento Diagnóstico de Destinos Testigos y ACT en Comparativa de la Norma Iram 42.101	132
1. Agencia Córdoba Turismo S.E.M.	135
2. Dirección de Turismo de Nono	136
3. Secretaría de Turismo de Miramar de Ansenuza	136
4. Secretaría de Turismo de Villa Tulumba	137
Indicadores del Capítulo 8, titulado "Operación" de la norma IRAM 42.101	137
8.1. - Planificación y control operacional	137
Indicadores del Capítulo 8.2, titulado "Gobernanza" de la norma IRAM 42.101	142
8.2.1 - Gobernabilidad	142
8.2.2 - Participación y gestión abierta	143
8.2.3 - Gestión digital	153
8.2.4 - Planeamiento urbano y usos del territorio	157
8.2.5 Movilidad y transporte	162
Indicadores del Capítulo 8.3, titulado "Sostenibilidad" de la norma IRAM 42.101	164
8.3.1 Economía / 8.3.3 Social	165
8.3.2 Ambiente	171
8.3.4 Seguridad sanitaria	186
8.3.5 Seguridad ciudadana / 8.3.6. Prevención de la explotación de niños, niñas y adolescentes	189
Indicadores de los Capítulos 8.4, titulado "Innovación" y 8.6., titulado "Tecnología", de la norma IRAM 42.101	191
8.6.2 - Aplicaciones y/o plataformas informáticas / 8.6.4 - Seguridad informática	191
Indicadores del Capítulo 8.5., titulado "Accesibilidad e Inclusión", de la norma IRAM 42.101	196
Indicadores del Capítulo 8.6., titulado "Tecnología", de la norma IRAM 42.101	200
8.6.1 - Infraestructura de telecomunicaciones	200
8.6.3 - Promoción y marketing	205

1.5.8. Conclusiones	212
SUBTAREA 1.6. VALIDACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL DIAGNÓSTICO DTI DEL DESTINO	215
TAREA 2. DESARROLLO DE SISTEMA INTEGRAL DE INTELIGENCIA TURÍSTICA CORDOBESA	216
SUBTAREA 2.1: CONSTRUCCIÓN DE MODELO DE INDICADORES DTI	216
2.1.1. Introducción	216
2.1.2. Fundamentación metodológica y planificación del Sistema Integral de Inteligencia Turística Cordobesa	216
2.1.3. Diseño de indicadores por ejes DTI	218
2.1.3.1. Análisis comparativo de fuentes: Norma IRAM 42101 y Autodiagnóstico de la Red DTI	219
2.1.3.2. Justificación del modelo cordobés: reorganización de ejes	220
2.1.3.3. Justificación de los cambios: por qué se redefinieron los ejes	221
2.1.3.4. Unificación de Innovación, Tecnología y Marketing	221
2.1.3.5. Eje con carácter provincial, identitario y con sentido de arraigo: Eje Identidad	222
2.1.3.6. Principios para la construcción de los indicadores	224
2.1.4. Validación por niveles de madurez	224
2.1.5. Matriz de indicadores - Presentación de ejes e indicadores	225
SUBTAREA 2.2: CREACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DTI CORDOBÉS	227
2.2.1. Introducción	227
2.2.2. Desarrollo del Manual DTI Córdoba	227
2.2.2.1. Enfoque multinivel, multieje y escalable	227
2.2.3. Indicadores de Implementación según IRAM 42.101	228
2.2.4. Metodología de Creación y Desarrollo del Programa de Gestión de Calidad DTI Cordobés	230
2.2.5. Proceso de desarrollo del Programa de Calidad DTI	230
2.2.6. Componentes del Programa de Gestión de Calidad DTI	232
2.2.7. Resultados esperados	232
SUBTAREA 2.3: DIAGRAMA DE LA RED DTI CÓRDOBA	233
2.3.1. Análisis preliminar	233
2.3.1.1. Arribando a conclusiones	235
2.3.1.2. Definición de la estructura y gobernanza	236
2.3.2. La Red	237
2.3.3. Estructura y modelo de gestión	239
2.3.3.1. Integración de la Mesa Directiva	239
2.3.3.2. Perfiles y modalidades para la integración	240
2.3.3.3. Integración de equipo técnico	240
2.3.3.4. Mecanismo de elección de representantes regionales para integrar la Mesa Directiva	240
2.3.3.5. Mecanismo de elección de representantes del sector educativo para integrar la Mesa Directiva	241
2.3.3.6. Marco de gobernanza de la Red	241
2.3.4. Sistema de adhesión a la Red	243
2.3.4.1. Sistema de adhesión	243

2.3.5. Acerca de la categorización de miembros titulares	244
2.3.5.1. Escalabilidad de la Categorización	244
2.3.6. Derechos y Obligaciones de los Miembros Titulares Adheridos a la Red	245
2.3.6.1. Derechos	245
2.3.6.2. Obligaciones	245
2.3.7. Acerca de la adhesión de miembros colaboradores	246
a) Empresas de la Cadena de Valor Turística	246
b) Profesionales	246
c) Organizaciones: Clústeres, Asociaciones Empresariales, Gremios Profesionales, Organizaciones del Tercer Sector	247
2.3.8. Necesidades básicas para el funcionamiento de la Red	247
2.3.9. Propuesta de protocolo de adhesión de miembros titulares de la Red (gobiernos locales)	247
2.3.10. Propuesta de reglamento interno de la RCIT	250
2.3.11. Definición del Régimen de Membresía para Miembros Colaboradores	252
2.3.11.1. Criterios de definición	252
2.3.11.2. Actualización y revisión	253
SUBTAREA 2.4: MANUAL DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DTI CORDOBÉS	254
2.4.1. Introducción	254
2.4.2. Fundamentación técnica sobre la denominación del documento elaborado	255
2.4.3. Objetivos del manual	256
2.4.3.1. Objetivo General del Manual	256
2.4.3.2. Objetivos específicos	257
2.4.4. Destinatarios	257
2.4.5. Beneficios Estratégicos de la Implementación	258
2.4.6. Proceso Metodológico	259
2.4.7. Componentes Clave del Modelo de Gestión	260
2.4.8. Tipos de Evidencias de Cumplimiento	264
2.4.9. Criterios de Evaluación	264
2.4.9.1. Lógica de Evaluación por Niveles	265
2.4.10. Proceso de Distinción de Destinos Turísticos Inteligentes en Córdoba	266
2.4.10.1. Vigencia y Renovación de la Distinción	267
SUBTAREA 2.5: TESTEO TERRITORIAL	268
2.5.1. Introducción	268
2.5.2. Selección de destinos para la prueba piloto	268
2.5.3. Metodología de implementación	268
2.5.4. Síntesis detallada del proceso de implementación y validación territorial del modelo DTI Cordobés	269
2.5.5. Validación, ajustes metodológicos y retroalimentación	270
2.5.6. Justificación metodológica del testeo territorial. Resultados obtenidos del testeo territorial	271
2.5.7. Conclusiones	273
SUBTAREA 2.6: DISEÑO DE MARCA, SELLOS GRÁFICOS Y ESTÉTICA GENERAL	274
2.6.1. Consulta sectorial	274

2.6.2. Análisis comparado (benchmarking)	274
2.6.3. Exploración formal	274
2.6.4. Principales hallazgos y decisiones:	275
2.6.5. Definición de la solución gráfica final	276
2.6.6. Iteración y validación interna	276
2.6.7. Concepto rector: marca madre	277
2.6.7.1. Racional de marca	277
2.6.7.2. Identidad cordobesa	277
2.6.8. Estructura morfológica y cromática	278
2.6.8.1. Diseño del Isologotipo	278
2.6.8.2. Identidad cromática	278
2.6.9. Tipografía y estilo visual	279
2.6.10. Submarcas por nivel y jerarquía institucional	280
2.6.11. Manual de Uso de Marca y Editables	281
SUBTAREA 2.7: PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DTI CORDOBÉS	282
TAREA 3: PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMA IRAM DTI	284
SUBTAREA 3.1: DIAGNÓSTICO INICIAL DE DESTINOS ELEGIDOS	284
3.1.1. Justificación de la elección de destinos	284
3.1.2. Justificación de la implementación paralela	284
3.1.3. Definición del alcance, equipos de trabajo, recursos asignados y cronograma	285
3.1.4. Capacitación y reuniones iniciales en el marco del diagnóstico técnico DTI	285
3.1.5. Análisis GAP – Identificación de brechas	286
3.1.5.1. Nono – Análisis GAP frente a los requisitos de la norma	286
3.1.5.2. Villa General Belgrano – Análisis GAP frente a los requisitos de la norma	286
3.1.6. Cuadro preliminar de Cumplimiento – Norma IRAM 42.101	287
3.1.6.1. Municipio de Nono	287
3.1.6.2. Villa General Belgrano	288
3.1.7. Evaluación del cumplimiento	289
SUBTAREA 3.2: IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMA	290
3.2.1. Inicio formal de asistencia técnica para la implementación de la Norma IRAM 42.101 en el municipio de Nono	290
3.2.1.1. Actores participantes	290
3.2.1.2. Metodología aplicada	290
3.2.1.3. Cronograma de actividades y plan de acción	290
3.2.1.4. Análisis de cumplimiento de requisitos y hallazgos	294
3.2.2. Inicio formal de asistencia técnica para la implementación de la Norma IRAM 42.101 en el municipio de Villa General Belgrano	294
3.2.2.1. Actores participantes	294
3.2.2.2. Metodología aplicada	295
3.2.2.3. Cronograma de actividades	295
3.2.2.4. Plan de acciones desarrolladas	296
3.2.2.5. Análisis de cumplimiento de requisitos y hallazgos	299
3.2.3. Segunda asistencia técnica - implementación de la Norma IRAM 42.101 en el	

municipio de Nono	301
3.2.3.1. Actores participantes	301
3.2.3.2. Cronograma de trabajo	301
3.2.3.3. Plan de acciones desarrolladas	302
3.2.3.4. Análisis de cumplimiento de requisitos y hallazgos	306
3.2.4. Segunda asistencia técnica - implementación de la Norma IRAM 42.101 en el municipio de Villa General Belgrano	307
3.2.4.1. Actores participantes	307
3.2.4.2. Cronograma de trabajo	308
3.2.4.3. Plan de acciones desarrolladas	308
3.2.4.4. Análisis de cumplimiento de requisitos y hallazgos	311
SUBTAREA 3.3: AUDITORÍA INTERNA PARA LA REVISIÓN DE CONFORMIDAD CON LOS REQUISITOS DEL SGC DE LA NORMA IRAM 42101, Y DEL CUMPLIMIENTO DE LA PLANIFICACIÓN ESTIPULADA	313
3.3.1. Auditoría Interna del Sistema de Gestión conforme a la Norma IRAM 42.101 del Municipio de Nono	313
3.3.1.1. Auditoría Interna	313
3.3.1.2. Hallazgos de la Auditoría Interna	313
3.3.1.3. Revisión por la Dirección	314
3.3.1.4. Conclusiones preliminares	315
3.3.2. Auditoría Interna del Sistema de Gestión conforme a la Norma IRAM 42.101 del Municipio de Villa General Belgrano	315
3.3.2.1. Auditoría interna	315
3.3.2.2. Hallazgos	316
3.3.2.3. Revisión por la Dirección	317
3.3.2.4. Conclusiones preliminares	318
3.3.3. Conclusión general – Auditoría interna y Revisión por la Dirección	318
3.3.3.1. Síntesis del nivel de madurez del destino: Nono	318
3.3.3.2. Síntesis del nivel de madurez del destino: Villa General Belgrano	319
3.3.3.3. Recomendación final	319
BIBLIOGRAFÍA	320

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Mapa de actores provincial	25
Imagen 2: Logo Red DTI de España	40
Imagen 3: Logo Red Iberoamericana	44
Imagen 4: Logo Red DTI-Ar	46
Imagen 5: Estructura Red DTI-Ar	49
Imagen 6: Logo Red Neuquina de DTI	50
Imagen 7: Reunión con mesa de trabajo sector privado de Nono	56
Imagen 8: Reunión con mesa de trabajo sector público de Nono	57
Imagen 9: Señalética Parque Miramar de Ansenuza	59
Imagen 10: Reunión con mesa de trabajo sector privado de Miramar de Ansenuza	60
Imagen 11: Reunión con mesa de trabajo sector público de Miramar de Ansenuza	61

Imagen 12: Reunión con mesa de trabajo Villa Tulumba	63
Imagen 13: Áreas Turísticas de la provincia de Córdoba	70
Imagen 14: Áreas Naturales Provinciales	73
Imagen 15: Plaza hotelera Córdoba	76
Imagen 16: Geolocalización de deportes extremos	93
Imagen 17: Impacto del turismo aventura.	94
Imagen 18: Adhesión Red DTI-Ar Provincia de Córdoba	111
Imagen 19: I Congreso Latinoamericano de Inteligencia Turística y del II Encuentro de la Red DTI-Ar	112
Imagen 20: Autoridades Red DTI junto al gobernador de la Provincia de Córdoba - I Congreso Latinoamericano de Inteligencia Turística y del II Encuentro de la Red DTI-Ar	112
Imagen 21: Análisis Autodiagnóstico Red DTI – Ar - Región Centro	125
Imagen 22: Open Government Partnership (OGP)	144
Imagen 23: Portal Gestión Abierta	145
Imagen 24: Audiencia Pública y Participación Ciudadana	146
Imagen 25: Audiencia Pública y Participación Ciudadana	146
Imagen 26: Presentación de datos abiertos – Visit Córdoba	148
Imagen 27: Portal Datos Abiertos de Miramar de Ansenuza	150
Imagen 28: Publicación audiencias públicas en Nono	152
Imagen 29: Publicación audiencias públicas en Nono	153
Imagen 31: Consulta y Pago de deudas en Nono	155
Imagen 32: Gestión Digital de Miramar de Ansenuza	156
Imagen 33: Mapas de la provincia de Córdoba	158
Imagen 34: Infraestructura municipal de Miramar de Ansenuza	162
Imagen 35: Indicadores total de tránsitos por cada localidad (aterrizajes y despegues).	163
Imagen 36: Cantidad de empresas registradas en Córdoba	167
Imagen 37: Indicadores ODS del turismo	167
Imagen 38: Portal de empleo del Ministerio de Desarrollo Social y Promoción del Empleo	168
Imagen 39: Indicadores sobre población	170
Imagen 40: Indicadores sobre población	171
Imagen 41: Programa G.I.R.E.	177
Imagen 42: Vegetación registrada en Miramar de Ansenuza	182
Imagen 43: Planta de reciclaje de Miramar de Ansenuza	183
Imagen 44: Mapeo recolección residuos en Miramar de Ansenuza	184
Imagen 45: Programa de Ciudades, Municipios y Comunidades Saludables	188
Imagen 46: Programa de Ciudades, Municipios y Comunidades Saludables	188
Imagen 47: Programa Turista Protegido	190
Imagen 48: QR acceso encuesta satisfacción de Nono	194
Imagen 49: Datos relevados en Miramar de Ansenuza	196
Imagen 50: Aplicación de códigos QR en acciones promocionales	196
Imagen 51: 10 Pautas para un Turismo Accesible	197
Imagen 52: Mapa conectividad de la provincia de Córdoba	201
Imagen 53: Mapa conectividad de la Municipalidad de Nono	203
Imagen 54: Redes sociales de Turismo Córdoba	207

Imagen 55: Reunión autoridades ACT - presentación diagnóstico	215
Imagen 56: Captura de carátula del Capítulo Innovación, Tecnología y Marketing	222
Imagen 57: Captura de carátula del Capítulo Identidad	223
Imagen 58: Modelo Matriz indicadores	226
Imagen 59: Ejemplo de indicador plasmado en el Manual de Gestión del SICIT	229
Imagen 60: Ejemplo de indicador plasmado en el Manual de Gestión del SICIT	230
Imagen 61: Estructura de la Red	239
Imagen 62: Portada manual de Gestión del SICIT	254
Imagen 63. Componentes	261
Imagen 64: Ejes temáticos del Manual de Gestión del SICIT	262
Imagen 65: Ejemplo de Criterio Específico plasmado en el Manual de Gestión del SICIT	262
Imagen 66: Ejemplo de matriz de análisis plasmado en el Manual de Gestión del SICIT	264
Imagen 67: Ejemplos de situaciones posibles de evaluación	266
Imagen 68: Variantes de marcas RCIT	275
Imagen 69: Aplicación principal de Isologo	277
Imagen 70: Aplicaciones alternativas según ejes temáticos	279
Imagen 71: Aplicación de marca por nivel de desarrollo	280
Imagen 72: Foto grupal final actividades – Presentación pública	283
Imagen 73: Reunión en destino para la implementación de la norma 42.101	294
Imagen 74: Reunión en destino para la implementación de la norma 42.101	299
Imagen 75: Reunión en destino para la implementación de la norma 42.101	305
Imagen 76: Reunión en destino para la implementación de la norma 42.101	311

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Resultados parciales sobre encuesta	29
Gráfico 2: Resultados parciales sobre encuesta	30
Gráfico 3: Resultados parciales sobre encuesta	30
Gráfico 4: Resultados parciales sobre encuesta	31
Gráfico 5: Resultados parciales sobre encuesta	31
Gráfico 6: Resultados parciales sobre encuesta	32
Gráfico 7: Resultados parciales sobre encuesta	33
Gráfico 8: Resultados parciales sobre encuesta	34
Gráfico 9: Resultados parciales sobre encuesta	35
Gráfico 10: Localidades según cantidad de plazas	77
Gráfico 11: Presentación de datos abiertos – Visit Córdoba	148
Gráfico 12: Presentación de datos abiertos – Visit Córdoba	149
Gráfico 13: Registro turistas Miramar de Ansenuza	151
Gráfico 14: Indicadores ODS del turismo	168
Gráfico 15: Índice de ocupación turistas invierno	193
Gráfico 16: Datos referidos a lugar de procedencia de turistas	195
Gráfico 17: Tendencias en redes sociales sobre “Turismo Córdoba”	208
Gráfico 18: Tendencias en redes sociales sobre “Turismo Córdoba”	209
Gráfico 19: Tendencia comparativa de búsquedas en internet de los tres destinos	

analizados”

211

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Mapa de actores provincial	17
Tabla 2: Mapa de actores provincial	20
Tabla 3: Medios de transporte utilizado	67
Tabla 4: Registro visitas Áreas Naturales Protegidas	74
Tabla 5: Ocupación Hotelera en la Provincia de Córdoba	76
Tabla 6: Tipo de Alojamiento Utilizado	77
Tabla 7: Turismo interno Córdoba	79
Tabla 8: Distribución según Grupo Etario	80
Tabla 9: Motivos de viajes	80
Tabla 10: Cuadro normativo vinculado al turismo de la Provincia de Córdoba	82
Tabla 11: Clasificación Destinos x ITL	109
Tabla 12: ITL total país	120
Tabla 13: ITL consolidado Provincia Córdoba	121
Tabla 14: Destinos de la Provincia de Córdoba adheridos a la Red DTI-Ar	122
Tabla 15: Autodiagnóstico Dirigido casos testigos: Nono, Miramar de Ansenuza y Villa Tumbra	127
Tabla 16: Tabla comparativa de plataformas digitales de Turismo Córdoba	205
Fuente: Elaboración propia	206
Tabla 17: Tabla comparativa de plataformas digitales entre destinos relevados	210
Tabla 18: Síntesis Matriz indicadores	226
Tabla 19: Componentes del programa	232
Tabla 20: Criterios de evaluación	265
Tabla 21: Casos considerados	274
Tabla 22: Justificación simbólica de utilización de colores	278
Tabla 23: Nivel cumplimiento requisitos Norma 42.101 - Nono	287
Tabla 24: Nivel cumplimiento requisitos Norma 42.101 - Villa Gral. Belgrano	288
Tabla 25: Cronograma y plan de acción desarrollado en Nono	290
Tabla 26: Cronograma desarrollado en Villa General Belgrano	295
Fuente: Elaboración propia	296
Tabla 27: Plan de acción desarrollado en Villa General Belgrano	296
Tabla 28: Cronograma desarrollado en Nono	302
Tabla 29: Plan de acción desarrollado en Nono	302
Tabla 30: Cronograma desarrollado en Villa General Belgrano	308
Tabla 31: Plan de acción desarrollado en Villa General Belgrano	308

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha consolidado, a lo largo del tiempo, como un fenómeno económico y social en constante evolución. En este contexto dinámico, emergen nuevas concepciones y metodologías que buscan adaptar la actividad turística a las necesidades actuales. Una de estas tendencias, cada vez más relevante, es la implementación del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI).

En este contexto surge necesario definir qué se entiende por DTI. *“Un Destino Turístico Inteligente es aquel que gestiona de manera efectiva la información, llevando a cabo procesos de recolección, organización, priorización, utilización y apertura de datos. Esto permite la planificación, gestión y monitoreo de estrategias que mejoran la sostenibilidad, accesibilidad y resiliencia del destino, impactando positivamente tanto en la calidad de vida de los ciudadanos como en la experiencia de los visitantes”*¹

En los últimos años, se ha configurado un enfoque metodológico sistemático que responde a las nuevas realidades del turismo y a la necesidad urgente de transformación en los destinos turísticos. Esta iniciativa involucra a los gobiernos locales, a través de sus organismos de turismo, así como a la cadena de valor vinculada al sector.

Argentina ha tomado la iniciativa de incorporarse a esta tendencia, adaptando la metodología de DTI a sus particularidades locales.

Así es que, en el año 2022, desarrolló la Norma IRAM DTI 42.101 donde ha estructurado los ejes temáticos del modelo en cinco categorías: Gobernanza, Sostenibilidad, Innovación, Tecnología y Accesibilidad.

La creación de la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI-Ar) ha permitido a varios destinos trabajar bajo esta metodología. La provincia de Córdoba es parte activa de dicha red.

Esta red ha alineado sus indicadores con la norma IRAM DTI 42.101, asegurando el cumplimiento de criterios consensuados por diversos actores que garantizan la calidad, seguridad y eficiencia en la gestión de destinos.

La provincia de Córdoba se erige como uno de los destinos turísticos más significativos del país, atrayendo un gran flujo de turistas gracias a su extenso desarrollo turístico, impulsado por el gobierno provincial y la cantidad de destinos consolidados y emergentes. El turismo se posiciona como una de las principales actividades económicas en la provincia, con una fuerte presencia de emprendimientos hoteleros y gastronómicos, que actúan como motores de empleo y dinamizadores de la economía local.

El presente proyecto tiene como finalidad sentar las bases para la creación de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística, la cual se sustentará en un sistema de sellos de gestión y organización en línea con el modelo DTI. Estos sellos serán

¹ Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes. (s.f.). *Sitio Web Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes*.

otorgados a los destinos turísticos locales en función del cumplimiento de los indicadores del modelo, previniendo su escalabilidad y la implementación de acciones y proyectos que transformen los destinos turísticos locales en destinos turísticos inteligentes.

En el marco del proyecto de fortalecimiento de capacidades institucionales para el desarrollo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en la provincia de Córdoba, la Agencia Córdoba Turismo (ACT), con el acompañamiento metodológico de una consultoría especializada y el financiamiento del Consejo Federal de Inversiones (CFI), ha llevado adelante un conjunto de acciones destinadas a diseñar, validar e implementar un modelo integral de gestión turística inteligente adaptado a las particularidades territoriales, culturales y organizativas de la provincia.

Este trabajo se inscribe en un momento de creciente interés y consolidación del enfoque DTI a nivel nacional e internacional, entendido no sólo como una tendencia vinculada al uso intensivo de tecnologías, sino como un modelo de planificación y gestión basado en la sostenibilidad, la accesibilidad, la gobernanza participativa, la innovación sistémica y la valorización de la identidad local. En este marco, Córdoba avanza en la creación de su propia Red Cordobesa de Inteligencia Turística (RCIT), con una visión estratégica de largo plazo y una arquitectura metodológica propia, construida desde el territorio y para el territorio.

El proyecto se estructura en tres tareas principales, concebidas como fases complementarias y progresivas que permiten abordar de forma integral la construcción del modelo de Destino Turístico Inteligente para la provincia de Córdoba. Cada tarea responde a una etapa específica del proceso: desde el diagnóstico inicial, pasando por el diseño de herramientas de gestión de calidad, hasta la implementación normativa y la institucionalización del modelo a nivel territorial.

El alcance de la Tarea 01 es realizar un diagnóstico preliminar, bajo la metodología DTI, de la provincia de Córdoba, centrando el análisis en el ámbito de intervención de la Agencia Córdoba Turismo (ACT) y en algunos destinos tomados como muestra para realizar el pertinente análisis de situación. Este diagnóstico servirá como punto de partida fundamental para la planificación y ejecución de estrategias sostenibles y efectivas en el futuro del turismo en la provincia.

Para ello se presenta un diagnóstico preliminar de la provincia de Córdoba bajo la metodología DTI, enfocándose en el ámbito de intervención de la Agencia Córdoba Turismo y en destinos seleccionados como muestras para el análisis situacional. Este diagnóstico servirá como punto de partida fundamental para la planificación y ejecución de estrategias sostenibles y efectivas que orienten el futuro del turismo inteligente en la provincia.

La Tarea 02 del proyecto ha estado orientada a la construcción del Programa de Gestión de Calidad DTI Cordobés, un instrumento rector que articula los fundamentos, objetivos, metodologías e instrumentos necesarios para acompañar a

los destinos turísticos de la provincia en su tránsito hacia la inteligencia turística. Esta tarea incluyó, entre otras acciones, la elaboración de un manual de gestión con criterios e indicadores alineados a la Norma IRAM 42.101 y a los estándares internacionales; el diseño de mecanismos de categorización por niveles (Inicial, Intermedio, Avanzado); la construcción de una matriz de evaluación integral; el desarrollo de un sistema de distinción interna; la creación de una identidad visual institucional (marca madre y submarcas); y la validación territorial del modelo a través del testeo en dos destinos seleccionados: Nono y Villa General Belgrano.

Dicha validación territorial fue fundamental para poner a prueba los componentes técnicos del manual, la aplicabilidad de los indicadores, la viabilidad de los procesos propuestos y el grado de alineación con la realidad operativa de los municipios. Las visitas técnicas, entrevistas, auditorías documentales y la evaluación conjunta de resultados permitieron afinar el modelo, identificar ajustes necesarios y fortalecer la legitimidad del proceso a través del involucramiento de actores locales. Al mismo tiempo, estas experiencias piloto fueron insumo directo para construir una primera clasificación de destinos y validar la lógica de funcionamiento de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística.

La Tarea 03, en tanto, representa un paso decisivo en términos de institucionalización del modelo, al avanzar en la implementación de la Norma IRAM 42.101, que establece los requisitos para un sistema de gestión específico para destinos turísticos inteligentes. En línea con lo desarrollado en la Tarea 02, se decidió comenzar la implementación de la norma en los mismos destinos utilizados para el testeo territorial, lo que permitió aprovechar los diagnósticos previos, mantener coherencia metodológica y profundizar en el trabajo iniciado.

El proyecto sienta las bases para una transformación profunda y planificada del modelo de gestión turística en la provincia de Córdoba, alineándose con estándares nacionales e internacionales. A través de un enfoque por etapas, que combina diagnóstico, desarrollo de herramientas de calidad e implementación normativa, se avanza hacia un modelo de turismo más sostenible, accesible, innovador y eficiente. La creación de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística no solo permitirá consolidar estos avances, sino también proyectar a Córdoba como un referente en el desarrollo de Destinos Turísticos Inteligentes en Argentina y la región.

TAREA 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

SUBTAREA 1.1. REUNIÓN DE INICIO Y MAPEO ACTORES

1.1.1. Reunión De Inicio

Con el fin de iniciar el conjunto de acciones previstas en el marco del presente proyecto, se celebró una reunión entre el equipo consultor y la Agencia Córdoba Turismo (ACT), sirviendo como punto de partida del proyecto DTI Córdoba.

El objetivo principal fue establecer una coordinación efectiva entre las partes, unificar criterios metodológicos y validar las primeras acciones previstas en el plan de trabajo.

Durante el encuentro se presentó el enfoque general del proyecto, se definieron roles y responsabilidades, y se acordó un calendario preliminar de actividades. También se validaron los instrumentos de relevamiento inicial, consistentes en dos encuestas sectoriales estructuradas, dirigidas a los sectores público y privado, con algunas preguntas abiertas para captar valoraciones cualitativas.

La ACT se comprometió a proporcionar información clave para el desarrollo del diagnóstico, incluyendo:

- Documentación normativa e institucional.
- Mapeo preliminar de actores relevantes.
- Organigrama funcional de la organización.

En reuniones de seguimiento, se avanzó en la identificación de insumos estratégicos, tales como normativas locales aplicables, estructura institucional, datos de oferta y demanda turística, y recursos disponibles en los destinos (naturales, culturales, gastronómicos, de alojamiento y transporte).

También se definieron tres destinos testigos para el diagnóstico territorial, seleccionados en función de su nivel de desarrollo turístico:

- Nono (destino consolidado)
- Miramar de Ansenuza (destino en desarrollo)
- Villa Tulumba (destino emergente)

Además, se analizaron posibles destinos piloto para implementar el Programa de Gestión DTI, cuya selección definitiva quedó sujeta a un análisis posterior.

Por último, se estableció que, hacia la finalización de la etapa diagnóstica, se llevaría a cabo la presentación final de resultados mediante una reunión privada con autoridades y una exposición pública dirigida a actores del sector turístico, académico e institucional.

1.1.2. Desarrollo de Mapeo Actores

El camino hacia la creación de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística y su Programa de Gestión de Calidad como Destino Turístico Inteligente (DTI) requiere iniciar, dentro de su diagnóstico situacional, con un análisis pormenorizado de uno de sus componentes esenciales: el mapeo de actores.

Entendiendo que el mapeo de actores se refiere al conjunto de personas, grupos y organizaciones que tienen interés, influencia o una relación con el ecosistema turístico de un destino, el análisis de este mapeo en el contexto de la construcción del modelo cordobés de inteligencia turística tiene como objetivo:

Identificación de Interesados claves: Se reconoce a los grupos y personas que cuentan con influencia en el sector turístico, por cuanto ellos poseen con un interés legítimo afectado (positiva o negativamente). Entre ellos se encuentran autoridades provinciales, municipales, emprendedores locales, organizaciones no gubernamentales, residentes y visitantes. Esto contribuye a un entendimiento más integral del contexto turístico.

Planificación y Gestión Efectiva: Al conocer quiénes son los actores y cuáles son sus intereses, los gestores turísticos pueden tomar decisiones más precisas y estratégicas.

Minimización de conflictos: Reconocido los actores involucrados y sus intereses, se pueden identificar y abordar conflictos potenciales antes de que se conviertan en problemas mayores.

Evaluación de Impacto: Permite medir el impacto del turismo en la comunidad y evaluar sus beneficios y desventajas.

Este proceso sirve para identificar, analizar y categorizar las partes interesadas en la provincia de Córdoba, enfatizando su influencia y relevancia en el sistema turístico.

Metodología: ***Técnica de "Análisis de Poder-Interés" adaptado.***

Para el análisis de *Stakeholders*² (partes interesadas) se ha utilizado un enfoque metodológico centrado en la identificación de actores claves involucrados en el turismo en Córdoba, segmentando por **relación con la actividad, relación con el proyecto y nivel de valoración final**.

Para llevar adelante este análisis se ha procedido a adaptar la técnica de "Análisis de Poder-Interés", la cual se utiliza para categorizar y priorizar a los actores según su capacidad de influir y ser influenciados por las decisiones relacionadas al desarrollo del turismo.

Esta adaptación ayuda a enfocarse en aspectos específicos del contexto y entender mejor las dinámicas que afectan al proyecto.

A continuación, se describe el método con los componentes adaptados:

² Stakeholders: Partes interesadas. En el marco del proyecto, se definen como las personas, grupos o entidades que, de manera directa o indirecta, están involucrados en el tema en cuestión. Tienen un interés legítimo y pueden influir en, o ser impactados por, las decisiones y resultados del proyecto. Su inclusión y consideración son esenciales para garantizar un enfoque integral y exitoso en el desarrollo del proyecto.

- **Relación con la Actividad:** Este componente evalúa el grado de implicación y conexión de cada actor con la actividad turística en general. Los actores pueden tener diferentes niveles de participación, desde aquellos que son actores con un nivel de relación ALTA (como grupos de empresarios turísticos, autoridades, etc.) hasta los que tienen una relación indirecta o BAJA (como organizaciones comunitarias).
- **Relación con el Proyecto:** Aquí se analiza el nivel de involucramiento de los actores en el proyecto específico en cuestión. Algunos pueden estar muy comprometidos y ser proactivos, mientras que otros pueden ser neutrales o incluso oponerse a ciertas iniciativas del proyecto. También se ha utilizado la escala de ALTA, MEDIA y BAJA para identificar el grado de relación con el proyecto.
- **Nivel de Valoración Final:** Este componente se refiere a la evaluación general del impacto que tiene cada actor sobre el éxito del proyecto, considerando por cada uno la relación con la actividad y con el proyecto. Además, se incluyen factores como su capacidad de influencia, impacto en la comunidad y la percepción que tienen los demás sobre su posición. Esto ayuda a clasificar a los actores según su importancia estratégica en **ACTOR CLAVE** (aquellos que tienen un alto nivel de influencia y un gran interés en el proyecto. Su apoyo es fundamental para el éxito del mismo, y su resistencia puede comprometer los resultados), **ACTOR PRIMARIO** (son quienes un interés significativo en el proyecto y una capacidad moderada de influencia y su colaboración puede ser muy beneficiosa), **ACTOR SECUNDARIO** (aquellos que tienen un interés bajo o moderado en el proyecto y un impacto menor en su desarrollo o resultados) y **ACTOR SIN INTERÉS** (aquellos sin interés en el proyecto y con influencia mínima. Generalmente, su participación no afecta el éxito del proyecto).

Se acompaña [listado de los actores identificados](#). Para el armado de dicha lista se ha empleado la revisión de documentación existentes (conforme información disponible en la Agencia Córdoba Turismo y otros medios para identificar actores relevantes), interconsultas (con actores ya identificados para detectar otros posibles stakeholders relevantes) y buceo web (investigación en línea para ampliar la lista de actores y detectar patrones de relación).

Dentro del contexto de la provincia de Córdoba, el mapeo de actores identifica un conjunto diverso de stakeholders relevantes tanto del sector público como privado, además de actores académicos, de la sociedad civil y la comunidad local.

Tabla 1: Mapa de actores provincial

Nº	Nombre de la organización / institución	Sector	Referente	Función	Relación con la	Relación con el proyecto	Nivel de valoración final
----	---	--------	-----------	---------	-----------------	--------------------------	---------------------------

actividad turística							
1	Administración de Parques Nacionales	Público	Facundo Fernández	Director Región Centro	Media	Alta	Actor secundario
2	Agencia Córdoba Cultura	Público	Raúl Sansica	Presidente	Baja	Baja	Actor secundario
3	Agencia Córdoba Deportes	Público	Agustín Calleri	Presidente	Baja	Baja	Actor secundario
4	Agencia Córdoba Turismo	Público	Darío Capitani	Presidente	Alta	Alta	Actor clave
5	Agencia Córdoba Turismo	Público	Diego Edgardo Barberis	Director	Alta	Alta	Actor clave
6	Agencia Córdoba Turismo	Público	Adrián Walker	Director	Alta	Alta	Actor clave
7	Agencia Córdoba Turismo	Público	Nora Beatriz Cingolani	Directora	Alta	Alta	Actor primario
8	Agencia Córdoba Turismo	Público	Alejandro Lastra	Asesor	Alta	Alta	Actor clave
9	Agencia Córdoba Turismo	Público	Julia Camillucci	Directora Producto y Promoción	Alta	alta	Actor clave
10	Agencia Córdoba Turismo	Público	Nicolás Contos	Relaciones institucionales	Alta	Alta	Actor primario
11	Agencia Córdoba Turismo	Público	Joaquín Assen	Sabores de Córdoba	Alta	Alta	Actor primario
12	Asociación Cordobesa de Agentes de Viajes	Privado	Diego Obregón	Presidente	Alta	Media	Actor sin interés
13	Asociación Hotelera y Gastronómica de Río Cuarto	Privado	Laura Virginia Rivera	Presidenta	Alta	Media	Actor primario
14	Cámara de Turismo de la Provincia de Córdoba	Privado	Gustavo Peralta	Presidente	Alta	Media	Actor clave

15	Ministerio de Cultura y Economía Circular	Público	María Victoria Flores	Ministra	Media	Media	Actor primario
16	Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica	Público	Pedro Dellarossa	Ministro	Media	Alta	Actor primario
17	Región Ansenúza	Público	Silvina Arrieta	Director Turismo Miramar	Alta	Alta	Actor primario
18	Región Capital	Público	Marcelo Valdomero	Subsecretario de Turismo	Alta	Alta	Actor primario
19	Región de la Historia	Público	Araceli Islas	Director Turismo Río cuarto	Alta	Alta	Actor primario
20	Región de la Llanura	Público	Dino Gagliese	Director Turismo Villa María	Alta	Alta	Actor primario
21	Región de los Grandes Lagos	Público	Valeria Amateis	Director Turismo Alta Gracia	Alta	Alta	Actor primario
22	Región del Valle de Punilla	Público	German Livelli	Director Promoción Carlos Paz	Alta	Alta	Actor primario
23	Región del Valle de Traslasierra	Público	Marisol Fernández	Director Turismo y Cultura Nono	Alta	Alta	Actor primario
24	Unidad Ejecutora Cura Brochero	Público	Ariel Moyano	Director	Alta	Alta	Actor primario
25	Universidad Blas Pascal	Académico	Alejandro Lastra	Director Carrera de Turismo	Alta	Media	Actor secundario
26	Universidad de Villa María	Académico	Federico Zuliani	Coordinador Sede Córdoba	Alta	Media	Actor secundario
27	Universidad Provincial de Córdoba	Académico	Fernando Westergaard	Decano Turismo y Ambiente	Alta	Alta	Actor secundario

28	Universidad Siglo 21	Académico	Mariano Gilardi	Director sede Córdoba	Baja	Baja	Actor secundario
29	Comunidad local de los destinos turísticos	Sociedad Civil	Representantes de organizaciones barriales, centros vecinales, vecinos organizados	Participación ciudadana, guardianes del patrimonio, consumidores y co-creadores de experiencias	Alta	Alta	Actor clave

Fuente: Elaboración propia en base a links institucionales

Presentación de los principales actores identificados:

Tabla 2: Mapa de actores provincial

1. Actores Clave: Alto Impacto y Relevancia
Agencia Córdoba Turismo - Relación con la Actividad Turística: Es el principal ente turístico que coordina las políticas y estrategias turísticas de Córdoba. - Relación con el Proyecto: Ente rector del desarrollo DTI; sus decisiones influyen transversalmente el sector. - Nivel de Valoración Final: Alto.
Cámara de Turismo de la Provincia de Córdoba - Relación con la Actividad Turística: Representa los intereses del sector privado, siendo crucial en la inversión y desarrollo. - Relación con el Proyecto: Socio clave en la promoción y adaptación de prácticas inteligentes. - Nivel de Valoración Final: Alto.

Unidad Ejecutora Cura Brochero

- Relación con la Actividad Turística: Actúa como punto de promoción turístico relevante, especialmente en la región de Cura Brochero, sobre uno de los temas transversales de gestión cordobesa.

- Relación con el Proyecto: Su participación activa puede ser clave para la implementación de iniciativas en esta temática atento que busca desarrollar un plan de promoción dirigido a resaltar la oferta turística religiosa de la región al estilo del Camino de Santiago (España).

- Nivel de Valoración Final: Alta. Actor importante en la oferta turística regional.

Comunidad local de los destinos turísticos de Córdoba

- Relación con la actividad turística: Es directa, estructural y continua. La comunidad local es la que aporta identidad y sentido de pertenencia, participa (o no) de la cadena de valor turístico, sufre o se beneficia de los impactos del turismo (económicos, ambientales, sociales y culturales).

- Relación con el proyecto DTI: Alta. La perspectiva DTI prioriza el enfoque ascendente, reconociendo que ningún destino puede considerarse verdaderamente inteligente sin una comunidad informada, empoderada y participe. Su participación en diagnósticos, implementación de acciones y validación de indicadores es fundamental.

- Nivel de valoración final: Alto. Es necesario asegurar su representación en los espacios de gobernanza y en los procesos de co-diseño del modelo DTI cordobés.

2. Actores Primarios: Impacto Moderado

Asociaciones Hoteleras y Gastronómicas

- Relación con la Actividad Turística: Aseguran la calidad del alojamiento y la experiencia gastronómica.

- Relación con el Proyecto: Participan implementando estándares de calidad acordes con el modelo DTI.

- Nivel de Valoración Final: Medio-Alto.

Ministerio de Cultura y Economía Circular

- Relación con la Actividad Turística: Promueve el turismo cultural y sostenible.

- Relación con el Proyecto: Proveedor de contenido cultural y actividades con triple impacto.

- Nivel de Valoración Final: Medio.

Ministerio de Industria, Ciencia e Innovación

- Relación con la Actividad Turística: Proporciona apoyo en la innovación y desarrollo de infraestructura, crucial para el turismo.

- Relación con el Proyecto DTI: Su rol es esencial para impulsar tecnologías que optimicen el sector turístico.

- Nivel de Valoración Final: Valor significativo en la promoción cultural, aunque con relación más indirecta.

Regiones

- Relación con la Actividad Turística: Organización de territorio para la implementación de políticas públicas turísticas y administración de recursos.

- Relación con el Proyecto: Posibles áreas de expansión y diversificación turística.

- Nivel de Valoración Final: Alto.

3. Actores Secundarios: Bajo Impacto

Administración de Parques Nacionales

- Relación con la Actividad Turística: Encargada de la gestión de áreas naturales que pueden ser atractivos turísticos.
- Relación con el Proyecto: Clave en la integración de la gestión ambiental con el desarrollo turístico.
- Nivel de Valoración Final: Medio-Bajo.

Universidades y Centros Académicos

- Relación con la Actividad Turística: Conocimiento y desarrollo educativo en el ámbito turístico.
- Relación con el Proyecto: Aliados en la formación de talento humano y transferencia de conocimiento.
- Nivel de Valoración Final: Medio-Bajo.

Agencia Córdoba Cultura

- Relación con la Actividad Turística: Su función es promover el patrimonio cultural, que es un atractivo turístico.
- Relación con el Proyecto DTI: Aunque su impacto en el DTI es limitado, su colaboración en eventos culturales puede enriquecer la oferta turística.
- Nivel de Valoración Final: Impacto limitado en el ámbito turístico, aunque puede aportar en eventos específicos.

Agencia Córdoba Deporte

- Relación con la Actividad Turística: El deporte puede ser un atractivo turístico, pero su conexión es menos directa.
- Relación con el Proyecto DTI: Su aporte es mínimo, pero puede colaborar en eventos deportivos que atraigan turistas.

- Nivel de Valoración Final: Impacto limitado en el ámbito turístico, aunque puede aportar en eventos específicos.

4. Actores con Relación Indirecta o Limitada: Bajo Impacto y Baja Relevancia

Asociación Cordobesa de Agentes de Viajes

- Relación con la Actividad Turística: Son intermediarias que conectan a los turistas con ofertas de servicios.

- Relación con el Proyecto: Pueden facilitar la distribución de ofertas turísticas desarrolladas bajo el marco del DTI.

- Nivel de Valoración Final: Bajo.

Fuente: Elaboración propia en base a links institucionales

Stakeholder Mapping

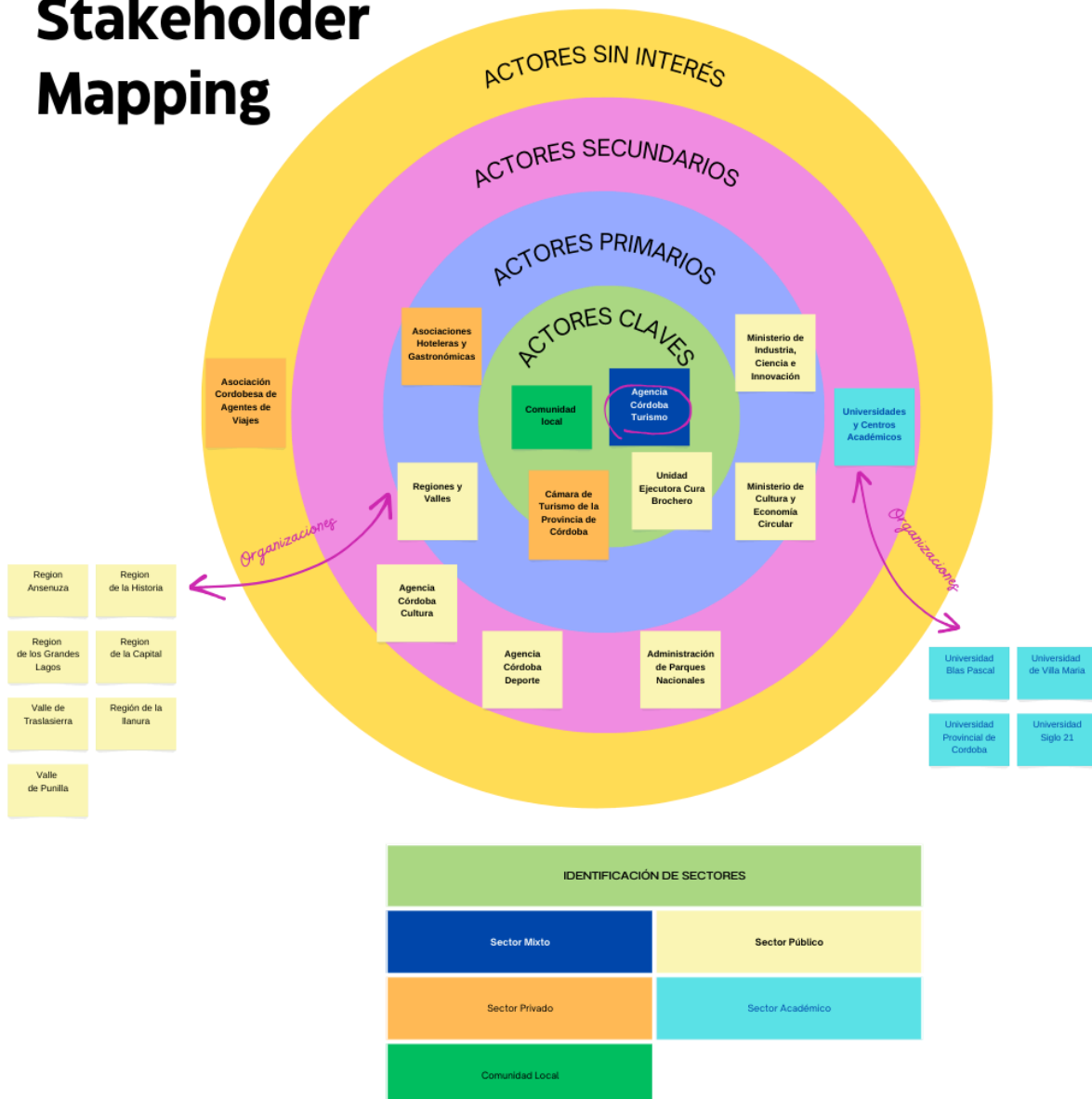


Imagen 1: Mapa de actores provincial
Fuente: Elaboración propia

Justificación de los actores detectados:

- **La Agencia Córdoba Turismo**, liderada por Darío Capitani como presidente, Diego Edgardo Barberis como director y Julia Camillucci en la dirección de Producto y Promoción, fue seleccionada debido a su papel fundamental en la planificación, promoción y regulación del sector turístico en la provincia. Dado que estos representantes son responsables de las acciones de calidad y del desarrollo

del modelo, son esenciales para guiar las iniciativas turísticas de Córdoba en su proceso de transformación DTI.

- **La Cámara de Turismo de la Provincia de Córdoba** se eligió como actor clave porque representa los intereses del sector privado turístico. Su capacidad para facilitar sinergias entre distintos agentes del turismo es fundamental, ya que permite asegurar que las iniciativas consideren las necesidades y opiniones de las empresas, promoviendo un desarrollo turístico armónico y colaborativo.

- **La Unidad Ejecutora Cura Brochero** fue seleccionada por su enfoque en emular el camino de Santiago en Argentina, utilizando la figura del cura Brochero, único santo argentino, que está profundamente arraigada en las costumbres e idiosincrasia cordobesa. El gobierno de la provincia lo tiene identificado como uno de los ejes centrales en el desarrollo turístico.

- **La comunidad local** fue escogida porque representa a los residentes permanentes de los destinos turísticos. Su papel es central en la sostenibilidad del desarrollo turístico, al ser custodios de los recursos naturales y culturales, co-creadores de productos y experiencias turísticas, sujetos de derechos (como beneficiarios de políticas) y de responsabilidades (en la gobernanza turística) y voz fundamental en la validación de propuestas vinculadas a la innovación, accesibilidad e identidad territorial.

- Se eligieron las **regiones turísticas** (Ansenuza, Capital, Historia, Llanura, Grandes Lagos, Calamuchita, Norte y Noroeste, Valle de Punilla y Valle de Traslasierra) debido a la estructura organizativa que proporciona una gestión más efectiva del turismo. Identificar referentes de cada una de estas regiones es crucial para establecer un vínculo con los municipios y comunas del territorio, asegurando que las iniciativas y acciones turísticas sean pertinentes y alineadas con las particularidades locales.

- Se incluyen la **Universidad Blas Pascal, Universidad de Villa María, Universidad Provincial de Córdoba y Universidad Siglo 21** porque su papel en la investigación y formación de recursos humanos en el ámbito turístico es invaluable.

El mapeo de actores para la creación de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística es una tarea crítica que proporciona una visión clara de cómo el sector turístico puede organizarse y gestionarse.

Este análisis no solo ayuda a detectar oportunidades de colaboración, sino que también prepara el terreno para enfrentar desafíos en la implementación del modelo Destinos Turísticos Inteligentes, sobre todo desde el enfoque de la gobernanza, eje que permite vislumbrar un sistema donde los stakeholders trabajan en conjunto, respetando y potenciando sus intereses y capacidades.

SUBTAREA 1.2. ENTREVISTA DE PARTES INTERESADAS

1.2.1. Desarrollo de Entrevistas a Partes Interesadas

En el contexto de pretender identificar oportunidades de mejora en los destinos, se recopiló información valiosa a través de encuestas en profundidad con actores clave del sector, tanto público como privado.

Se busca analizar las opiniones, identificar problemáticas y reflexiones de los participantes identificados en el Mapa de Actores, que incluye representantes del gobierno local y miembros de la cadena de valor turístico.

La metodología propuesta consiste en realizar entrevistas presenciales semi-estructuradas, utilizando una guía diseñada para captar tanto información precisa como *insights* sobre la percepción actual de la metodología DTI y los desafíos que enfrentan.

Para ello se elaboraron dos modelos de encuestas:

[Encuestas de partes interesadas - Sector público](#)

[Encuestas de partes interesadas - Sector privado](#)

Los datos se procesaron y arrojaron *insight* las cuales se procesaron en los [resultados de cuestionarios parte pública](#) y parte [privada](#).

A continuación, se acompañan los resultados más relevantes obtenidos:

1.2.1.1. *Análisis del Cuestionario de Partes Interesadas:* SECTOR PRIVADO

Se presenta el análisis de los resultados generales de la encuesta aplicada al sector privado turístico de Córdoba con el objetivo de diagnosticar la creación de una Red Cordobesa de Inteligencia Turística y su programa de gestión de calidad.

El análisis se centra en la percepción del sector privado sobre diversos aspectos clave para el desarrollo turístico inteligente en la región:

Conocimiento sobre DTI:

Un 48% de los encuestados declara tener algo de conocimiento sobre el concepto de Destino Turístico Inteligente, mientras que solo el 36% conoce poco o nada sobre el tema.

Conocimiento sobre la Norma IRAM DTI 42.101:

La mayoría (70%) de los encuestados desconocía la existencia de una norma sectorial específica para DTI. Esto sugiere una oportunidad mejor la comunicación de la temática con el sector privado.

Enfoque de la Norma IRAM DTI 42.101:

El 82% de los encuestados cree que la norma no se centra en el sector privado, sino en los organismos locales de turismo (OLT). Esto podría generar resistencias a su adopción por parte del sector privado si no se aclara su aplicabilidad y beneficios.

Conocimiento sobre el Proyecto de Diagnóstico:

La mitad de los encuestados (52%) no estaba al tanto del proyecto de diagnóstico para la creación de la Red Cordobesa de DTI, lo cual implica la necesidad de una mayor difusión y comunicación del proyecto.

Conceptos Asociados a la Inteligencia Turística:

Los encuestados asociaron principalmente la inteligencia turística con la mejora de la calidad de vida de los residentes a través de la implementación de tecnologías en diferentes áreas. También se destaca la importancia de la articulación público-privada y la gobernanza turística transparente.

En la mayoría de las respuestas se evidencia la importancia que se otorga a la "Tecnología" e "Innovación", claramente el sector privado asocia principalmente la Inteligencia Turística con la aplicación de nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia y la competitividad de sus negocios. Posiblemente pensando en herramientas como el análisis de datos, la automatización de procesos o la creación de experiencias personalizadas para los turistas.

Un alto porcentaje de respuestas incluye "Sostenibilidad": Esto refleja una creciente conciencia en el sector privado sobre la importancia de un turismo responsable y respetuoso con el ambiente y las comunidades locales. La Inteligencia Turística posiblemente sea vista como una herramienta para medir el impacto ambiental de sus actividades y tomar decisiones más sostenibles.

Es de destacar que el concepto de "Colaboración público-privada" surge de manera importante, sugiriendo que el sector privado valora la importancia de trabajar en conjunto con las instituciones públicas para el desarrollo de un turismo inteligente. Podrían estar buscando un marco regulatorio favorable a la innovación, así como el acceso a datos e infraestructuras públicas.

Participación en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes:

El 40% de los encuestados desconocía si su municipio formaba parte de la Red DTI-Ar. Es importante mejorar la comunicación y participación en la red.

Actividad Empresarial y Utilización de Datos e Innovación:

Gran parte de los encuestados realizan acciones de planificación estratégica, utilizan datos estadísticos y aplican tecnologías como las redes sociales en la gestión de su negocio. Sin embargo, existen áreas donde la implementación es menor como la responsabilidad social y la accesibilidad, sugiriendo una necesidad de fomentar y apoyar este tipo de prácticas.

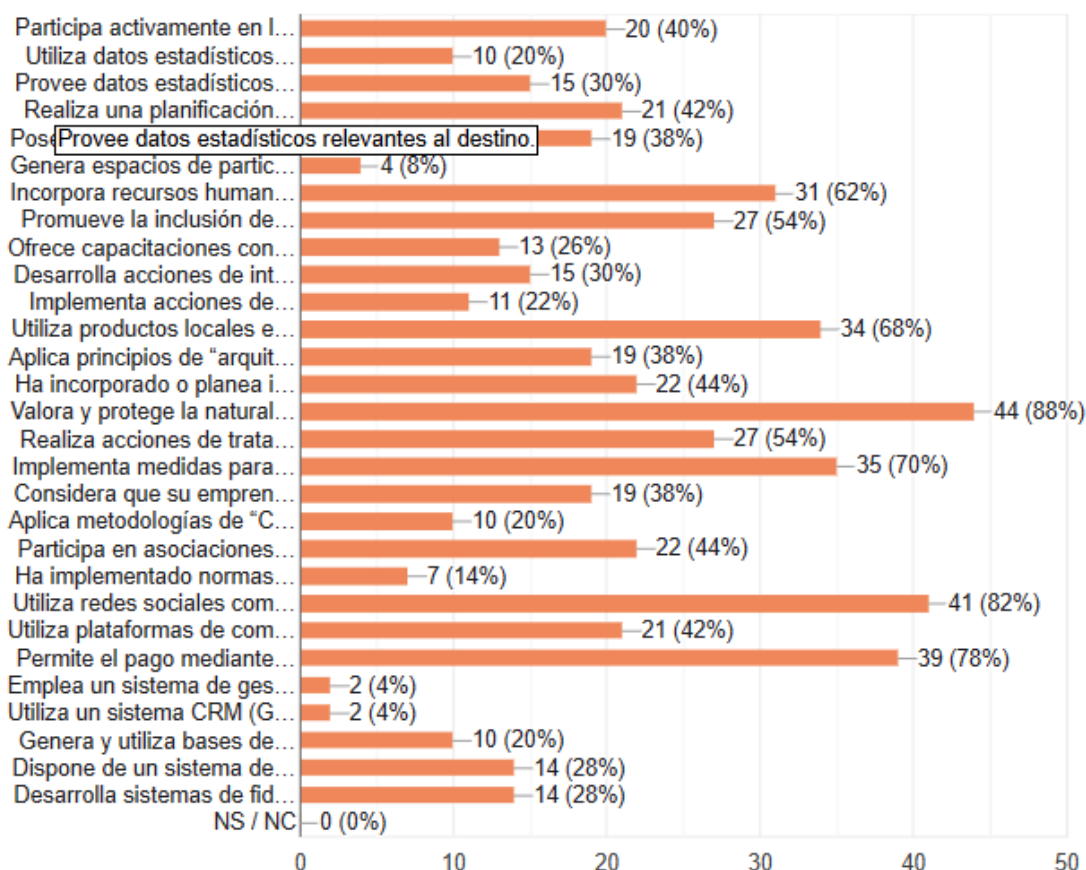


Gráfico 1: Resultados parciales sobre encuesta

Fuente: Elaboración propia

Accesibilidad y Planes Estratégicos:

La mayoría considera que la provincia está preparada para recibir turistas con discapacidad. Sin embargo, hay que mejorar la accesibilidad en algunos espacios públicos y privados.

Áreas de Sostenibilidad Más Desarrolladas:

La información gráfica del cuestionario ofrece datos relevantes sobre las áreas de sostenibilidad percibidas como más desarrolladas a nivel provincial.

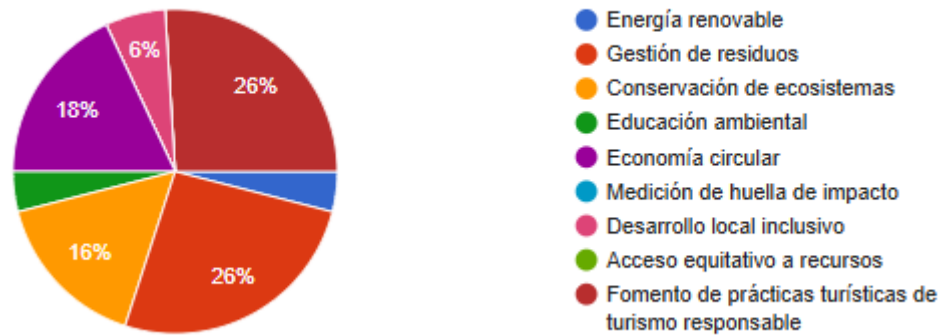


Gráfico 2: Resultados parciales sobre encuesta
Fuente: Elaboración propia

Programas Públicos para Incentivar la Adopción de Tecnología:

La existencia de un alto porcentaje significativo que desconoce la situación indica la necesidad de realizar campañas de información en este sentido.

Tecnologías Consideradas Más Relevantes para el Turismo:

Las plataformas digitales de reservas se presentan como la tecnología más relevante para el turismo en Córdoba. Este dato confirma la tendencia hacia la digitalización en el sector. El resto de las tecnologías consideradas (Inteligencia Artificial, Realidad Aumentada/Virtual, Big Data y análisis de datos) presentan un interés menor.

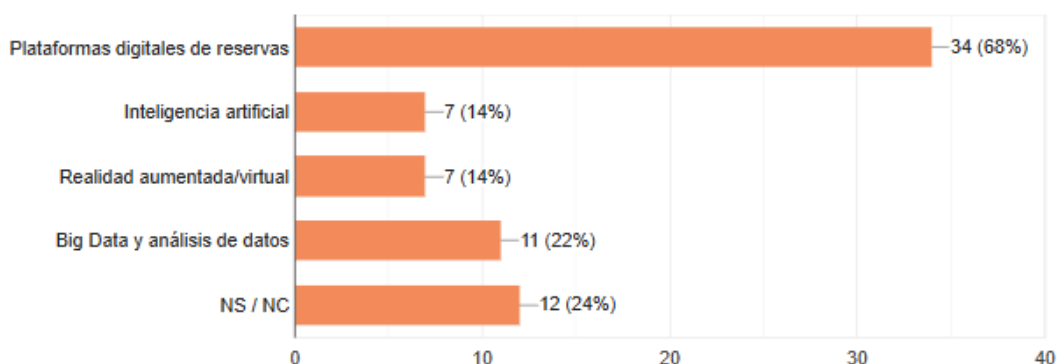


Gráfico 3: Resultados parciales sobre encuesta
Fuente: Elaboración propia

Mejoras Sugeridas para las Campañas de Marketing Digital:

Las mejoras sugeridas se centran principalmente en la segmentación de la audiencia y la inclusión de más destinos locales en las campañas.

Esto implica una necesidad de diversificar y focalizar las estrategias de marketing.

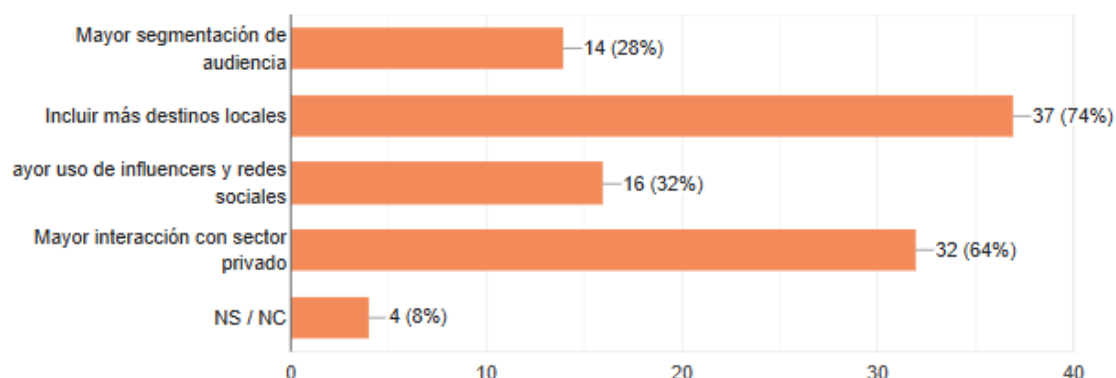


Gráfico 4: Resultados parciales sobre encuesta

Fuente: Elaboración propia

Oportunidades de Mejora en la Gobernanza Turística:

Las principales áreas de mejora identificadas en la gobernanza turística están relacionadas con la articulación entre los sectores público y privado, la transparencia en la gestión pública y la participación activa de los residentes.

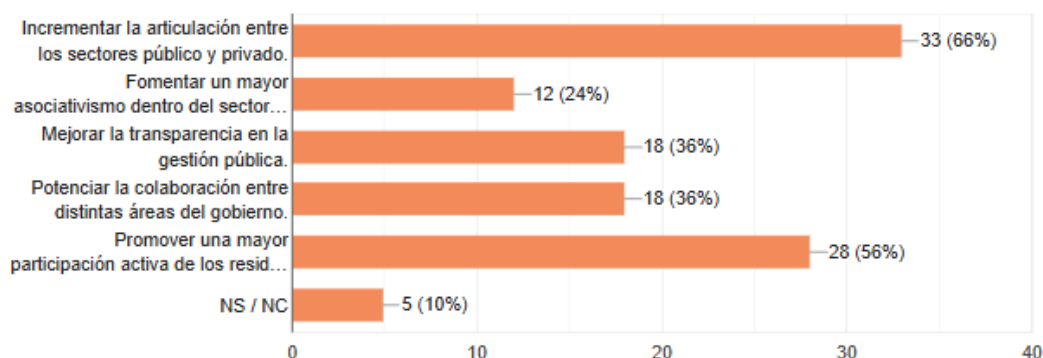


Gráfico 5: Resultados parciales sobre encuesta

Fuente: Elaboración propia

Percepción de falta de representatividad: El sector privado siente que sus intereses no están siendo representados adecuadamente en las decisiones de política turística, lo que genera una sensación de exclusión y desconfianza.

Necesidad de mayor influencia: Existe una demanda clara por parte del sector privado de tener una mayor influencia en la definición y ejecución de las políticas turísticas, ya que son ellos quienes están en contacto directo con el mercado y conocen de primera mano las necesidades y demandas de los turistas.

Deseo de colaboración público-privada: El sector privado busca una mayor colaboración con el sector público en la toma de decisiones, con el objetivo de desarrollar políticas turísticas más eficientes y efectivas.

Oportunidades de Mejora en Sostenibilidad, Movilidad, TIC y Accesibilidad:

Se identificaron diversas oportunidades de mejora en estos cuatro ejes, con especial énfasis en la optimización de residuos, la mejora de la accesibilidad y la incorporación de nuevas tecnologías en la comercialización.

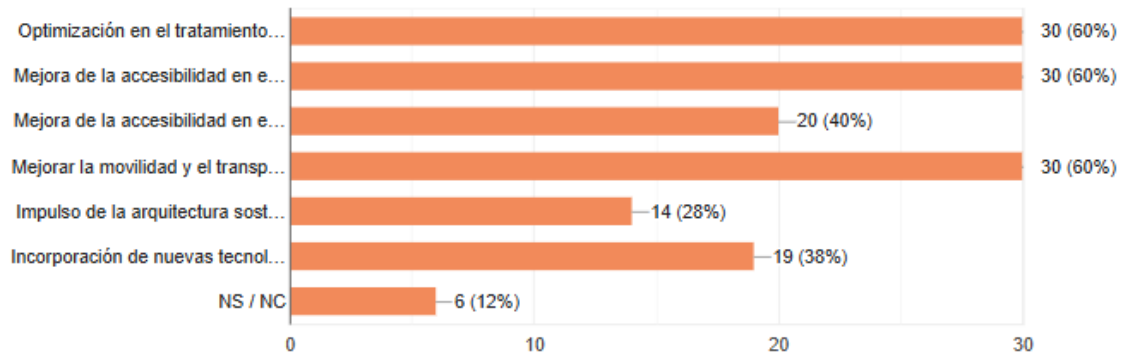


Gráfico 6: Resultados parciales sobre encuesta
Fuente: Elaboración propia

Criterios Identitarios Propios de Córdoba:

Las respuestas libres resaltan la importancia de los recursos naturales (sierras, ríos), la cultura, la historia y la tranquilidad como criterios identitarios clave de la provincia de Córdoba.

1.2.1.2. Análisis del Cuestionario de Partes Interesadas: SECTOR PÚBLICO

El análisis se centra en la percepción del sector público sobre diversos aspectos clave para el desarrollo turístico inteligente en la provincia. La muestra es menor que la del sector privado (32 vs 50).

Conocimiento sobre DTI:

El 50% de los encuestados del sector público declara conocer sobre el tema, pero no en profundidad mientras que el 28% dice tener un conocimiento "bastante profundo" sobre DTI.

Conocimiento sobre la Norma IRAM DTI 42.101:

Similar al sector privado, la mayoría del sector público (53.1%) apenas conocía la existencia de la norma sectorial específica para DTI. Esto resalta la necesidad de mayor difusión de la norma y su contenido entre los organismos públicos.

Conceptos Asociados a la Inteligencia Turística:

Al igual que en el sector privado, la mejora de la calidad de vida de los residentes mediante la implementación de tecnologías es un concepto destacado.

Los encuestados asociaron principalmente este concepto con:

- Mejoras en la gestión: Metodologías de gestión enfocadas en datos, modelos de gobernanza y gestión basada en principios como la Innovación y tecnología: Impulso a la innovación, tecnificación y digitalización, así como la aplicación de tecnologías avanzadas.
- Accesibilidad y sostenibilidad: Mejora de la accesibilidad universal y promoción de la sostenibilidad en el turismo.
- Comunicación: Se identifica como un eje que aborda la gestión de las comunicaciones.

Gestión de Datos e Innovación en el Sector Público:

El documento presenta resultados de la gestión de datos, utilización de plataformas de participación ciudadana y sistemas automatizados en el sector público. Los datos muestran disparidad en su uso.

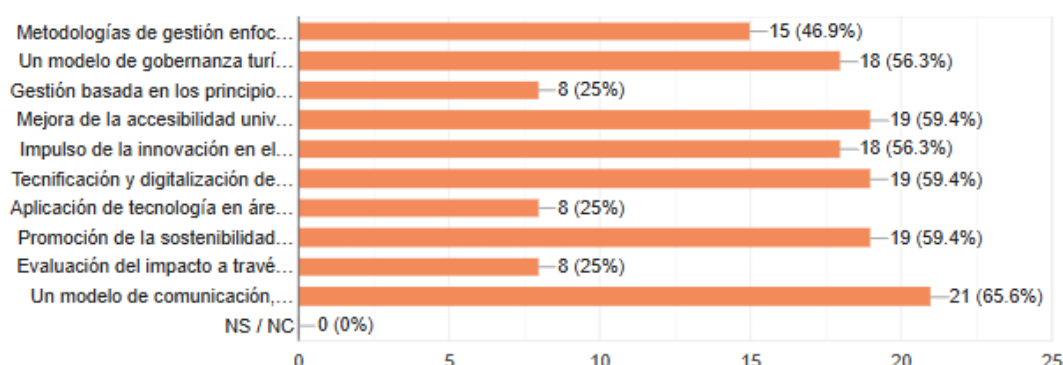


Gráfico 7: Resultados parciales sobre encuesta
Fuente: Elaboración propia

Efectividad del Modelo de Gobernanza Turística:

Un 75% de los encuestados considera que el modelo actual de gobernanza turística es "muy efectivo" o "efectivo".

Participación del Sector Privado en las Decisiones de Política Turística:

Similar al sector privado, una mayoría significativa (56.3%) considera que no hay suficiente participación del sector privado en las decisiones de política turística, lo que resalta nuevamente la necesidad de una mayor colaboración entre los sectores público y privado.

Preparación de la Provincia en Accesibilidad:

La mayoría (65.6%) considera que la provincia está parcialmente preparada en términos de accesibilidad.

Porcentaje de Nuevos Proyectos con Consideraciones de Accesibilidad:

Al igual que en el sector privado, la mayor parte de los nuevos proyectos (37.5%) incluyen consideraciones de accesibilidad "entre el 25% y el 50%". Este dato confirma la necesidad de mayor promoción y apoyo en este aspecto.

Plan Estratégico para Mejorar la Accesibilidad:

Existe una amplia falta de información sobre la existencia de un plan estratégico gubernamental para mejorar la accesibilidad. Se necesita transparencia y comunicación en este sentido.

Importancia de la Sostenibilidad en las Políticas Públicas:

La sostenibilidad es considerada "muy importante" o "algo importante" por la mayoría (78.2%) de los encuestados.

Incentivos para Prácticas Sostenibles:

La mayoría de los encuestados (53.1%) indica que existen incentivos concretos para que las empresas turísticas adopten prácticas sostenibles.

Áreas de Sostenibilidad Más Desarrolladas:

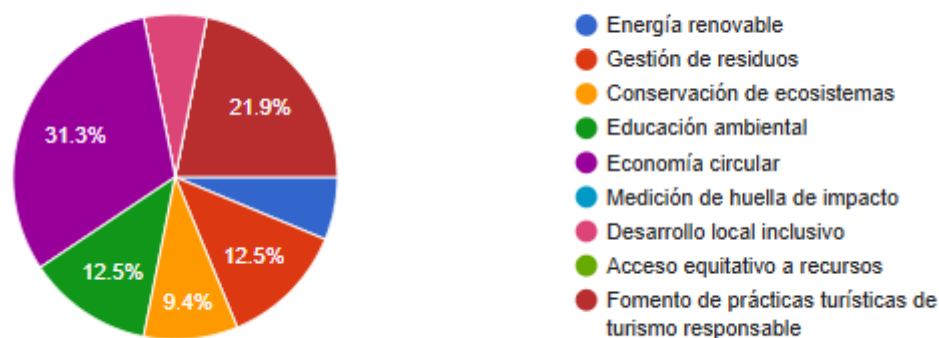


Gráfico 8: Resultados parciales sobre encuesta
Fuente: Elaboración propia

El gráfico proporciona datos sobre las áreas de sostenibilidad percibidas como más desarrolladas a nivel provincial.

Programas Públicos para Incentivar la Adopción de Tecnología:

Una clara mayoría (75%) afirma que desconocen la existencia de programas públicos que incentivan la adopción de tecnología en las empresas turísticas.

Tecnologías Consideradas Más Relevantes para el Turismo:

Las plataformas digitales de reservas son consideradas por el sector público como la tecnología más relevante, seguido por Big Data y análisis de datos.

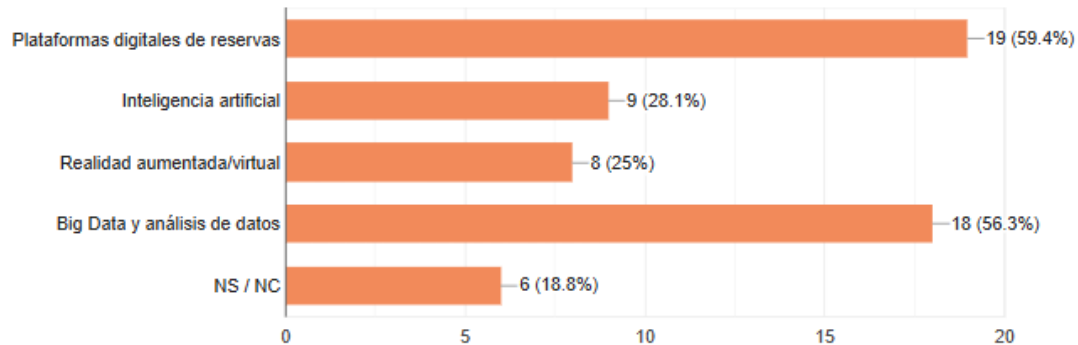


Gráfico 9: Resultados parciales sobre encuesta
Fuente: Elaboración propia

Campañas de Marketing Digital:

A gran diferencia del sector privado, los resultados sugieren conocimiento de implementación significativa de campañas de marketing digital.

Criterios Identitarios Propios de Córdoba:

Se resaltan las respuestas libres, donde se destaca la riqueza natural, cultural, gastronómica e histórica de la provincia.

1.2.1.3. Algunas conclusiones generales para ambos sectores:

- **Mayor difusión y capacitación:** Es fundamental difundir el concepto de DTI y la Norma IRAM DTI 42.101 en el sector privado y el público, a través de talleres, capacitaciones y materiales de divulgación.
- **Mayor participación del sector privado:** Se deberían implementar mecanismos para integrar al sector privado en las decisiones de política turística, fomentando la participación en mesas de trabajo, foros y grupos de discusión.
- **Mejora de la comunicación:** Es importante mejorar la comunicación sobre el proyecto de diagnóstico y la creación de la Red Cordobesa de DTI, asegurando una mayor transparencia y accesibilidad a la información.
- **Áreas de Sostenibilidad:** Invertir en las áreas de sostenibilidad menos desarrolladas según la percepción de los encuestados, atendiendo a las necesidades específicas del sector privado.

- **Adopción de Tecnología:** Implementar programas públicos que incentiven la adopción de tecnología en las empresas turísticas, con especial atención en las tecnologías identificadas como más relevantes (plataformas digitales de reservas, etc.). Estos programas deben incluir capacitación y apoyo técnico.
- **Marketing Digital:** Optimizar las campañas de marketing digital del gobierno, enfocándose en la segmentación de la audiencia, la inclusión de más destinos locales y la utilización de herramientas como los influencers y las redes sociales.

Adentrándose en los resultados es posible identificar el énfasis en la gestión, donde la mayoría de los encuestados relacionan la Inteligencia Turística con mejoras en los procesos de gestión.

Esto sugiere que se percibe como una herramienta para optimizar recursos, tomar decisiones más informadas y mejorar la eficiencia en el sector turístico.

A su vez surge la importancia de la tecnología en tanto innovación, fundamentalmente ligada a las herramientas digitales orientadas a la mejora de diversos aspectos del turismo, desde la promoción a la gestión de la cotidianeidad.

Se evidencia la visualización de un vínculo importante con la sostenibilidad fundamentalmente en lo que hace a medir y gestionar, por ejemplo, el impacto ambiental y social del turismo.

En definitiva, se relaciona la Inteligencia Turística en tanto percibida como un concepto multifacético que abarca desde la mejora de la gestión hasta la promoción de la sostenibilidad. Las partes interesadas del sector público valoran especialmente su potencial para impulsar la innovación, mejorar la toma de decisiones y hacer del turismo una actividad más sostenible.

1.2.2. Entrevistas a Actores Claves

En el marco del diagnóstico se realizaron entrevistas a referentes de áreas estratégicas de la Agencia Córdoba Turismo (ACT) y del sector académico, con el objetivo de conocer percepciones, niveles de conocimiento y valoraciones en torno a los principales ejes del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes.

[Modelo entrevista sector académico](#)

[Modelo entrevista sector público](#)

A. Resumen de las entrevistas a miembros de la Agencia Córdoba Turismo, considerando sus áreas de responsabilidad para identificar una posición general de la ACT sobre los Destinos Turísticos Inteligentes

Entrevistados

Nombre: María Julia Camillucci (foto)

Área a la que pertenece: Productos Turísticos.

Puesto: Jefe de Área

Nombre: Marcos Baradiotti

Área a la que pertenece: Agencia Córdoba Turismo SEM.

Puesto: Director de Jurisdicción de Inversiones y Servicios Turísticos

Nombre: Nicolás Kontos

Área a la que pertenece: Relaciones Institucionales

Puesto: Director

Los entrevistados, pertenecientes a áreas sustanciales de la ACT, mostraron un conocimiento general sólido sobre los principios del modelo DTI, identificando correctamente sus principales ejes.

Consideraciones generales:

- **Visión compartida y comprensión del modelo**

Se observa una comprensión integral y homogénea del enfoque DTI, con énfasis diferenciados según el área de responsabilidad de cada entrevistado. La mayoría vincula el concepto con una transformación profunda en la forma de planificar, gestionar y promocionar los destinos.

Se destaca una visión del DTI no limitada a la digitalización, sino entendida como una metodología transversal que implica articulación público-privada, gestión basada en datos, sostenibilidad y participación.

- **Gobernanza y articulación**

Existe un amplio consenso sobre la necesidad de fortalecer la gobernanza turística, especialmente mediante la mejora en la articulación entre el sector público y privado, la transparencia y la apertura de datos.

Se percibe como un desafío pendiente la implementación de esquemas de gobierno abierto y planificación participativa.

- **Tecnología y gestión de datos**

La tecnología digital es valorada como un componente clave para mejorar la comunicación con el visitante, la promoción turística y la atención al turista. Sin embargo, se reconoce una baja implementación en la gestión de datos turísticos (captación, procesamiento y análisis), tanto a nivel provincial como en los destinos locales. Esto limita la capacidad de toma de decisiones basadas en evidencia.

- **Sostenibilidad e innovación**

Se reconoce la sostenibilidad como un eje prioritario, asociada principalmente a la gestión de residuos, uso racional de la energía y, en algunos casos, a la arquitectura sostenible y la valorización de la producción local. La innovación

aparece como un objetivo deseable, especialmente en la creación de nuevos productos turísticos. No obstante, no siempre se profundiza en los mecanismos o metodologías específicas para alcanzarla.

- **Accesibilidad y movilidad**

Existe coincidencia en la necesidad de mejorar la accesibilidad y la movilidad tanto para los turistas como para los prestadores de servicios, aunque se identifican escasas acciones sistemáticas al respecto.

- **Nivel de implementación en Córdoba**

La mayoría de los entrevistados califica como media a baja la implementación de los distintos ejes del modelo DTI en la provincia, con especial énfasis en las debilidades en tecnología, datos, gobernanza abierta y planificación estratégica. A pesar de ello, se valora positivamente la creación de la Red Córdoba DTI como un paso relevante hacia la institucionalización del modelo.

B. Resumen de la entrevista al sector académico

Nombre: Fernando Westergaard

Función: Decano de la Facultad de Turismo y Ambiente (FTA) de la Universidad Provincial de Córdoba (UPC)

Demostró un amplio conocimiento sobre el concepto de Destinos Turísticos Inteligentes. Su entendimiento abarca la importancia de la gobernanza, la tecnología, la sostenibilidad, la innovación, la accesibilidad y la participación ciudadana en la creación de destinos turísticos inteligentes.

Aspectos relevantes:

Desde la academia se destaca la importancia de incorporar el enfoque DTI en los planes de estudio de las carreras de turismo, así como de fomentar la investigación aplicada en este campo.

Se propone la creación de alianzas estratégicas entre universidades, sector público y privado, así como el establecimiento de un observatorio turístico que permita monitorear avances, identificar desafíos y construir conocimiento basado en evidencia.

C. Resumen de las entrevistas a los destinos escogidos para el diagnóstico DTI

El análisis comparativo busca evaluar la comprensión y el nivel de implementación de las estrategias de DTI en Miramar de Ansenuza y Villa Tulumba, dos destinos turísticos de la provincia de Córdoba escogidos para el relevamiento territorial diagnóstico.

Cabe aclarar que no se pudo realizar la entrevista a autoridades de Nono debido a la ausencia de ellas en la fecha designada para el relevamiento presencial.

Entrevistados:

- Silvina Arrieta, Secretaria de Turismo de Miramar de Ansenuza
- Lucia Bulacio, Secretaria de Turismo de Villa Tulumba

El análisis comparativo con Miramar de Ansenuza y Villa Tulumba revela una comprensión teórica media del concepto por parte de las autoridades locales entrevistadas, reflejada en la identificación de los pilares claves del modelo.

Este entendimiento se refleja en la individualización de necesidades puntuales, como ser la de fomentar mejor colaboración intermunicipal y la articulación público-privada como primarias a todo el resto.

Sin embargo, también cabe destacar que el nivel de madurez conceptual es menor en el destino emergente, por lo que habrá que trabajar allí concientización y sensibilizaciones vinculadas al tema.

Otro hallazgo puede ser la necesidad de pensar en diagramar el programa de gestión DTI cordobés en un modelo escalable para los destinos. Ello dependerá del nivel de desarrollo local de los diversos aspectos que el modelo DTI exige, conforme las necesidades, recursos y demás condiciones de los destinos.

SUBTAREA 1.3. BENCHMARK (COMPARATIVAS DE RENDIMIENTO) DE DESTINOS Y CASOS DE ÉXITO

El objetivo de esta sub tarea está pensado en identificar implementaciones de trabajo mancomunado en red bajo la metodología DTI en diferentes latitudes a fin de compilar experiencias significativas que enriquezcan el análisis de la temática y sirvan de guía en el armado de la red cordobesa de DTI.

Para alcanzar este propósito, se realizará un estudio de casos enfocado en trabajos en red que hayan tenido un impacto notable en este ámbito.

El análisis incluirá casos de éxito y mejores prácticas en destinos turísticos inteligentes, abarcando tanto niveles locales como internacionales.

Este enfoque comparativo permitirá identificar tanto los elementos comunes como las diferencias en la implementación de estrategias DTI.

La meta es establecer un benchmarking que evalúe el rendimiento de estas iniciativas, facilitando así su aprendizaje y la adopción de prácticas efectivas.

1.3.1. Red de Destinos Turísticos Inteligentes (España)

[Página web de la Red DTI de España](#)



Imagen 2: Logo Red DTI de España
Fuente: Red DTI España

La Red de Destinos Turísticos Inteligentes Española (Red DTI) constituye un punto de encuentro y apoyo a los destinos en su proceso de transformación hacia un modelo de gestión inteligente, digital y un desarrollo turístico más sostenible.

La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P. (SEGITTUR), que forma parte del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y está adscrita a la Secretaría de Estado de Turismo, tiene la responsabilidad de fomentar la innovación (I+D+i) en el sector turístico español. Su labor abarca tanto al sector público (desarrollando nuevos modelos y canales de promoción, gestión y creación de destinos inteligentes) como al sector privado, donde apoya a emprendedores y promueve modelos de gestión sostenible y competitiva, así como la exportación de tecnología española.

La Secretaría de Estado de Turismo y SEGITTUR toman a su cargo la coordinación de la [Red de Destinos Turísticos Inteligentes](#) que actúa desde una perspectiva interna, realizando acciones de asesoramiento en la aplicación de la

metodología y promoviendo el intercambio de experiencias y buenas prácticas entre sus miembros.

Y lo hace también desde una perspectiva externa dando visibilidad al proyecto y los DTIs, en el ámbito nacional e internacional, difundiendo el trabajo realizado y contribuyendo a poner de manifiesto el liderazgo de España en inteligencia turística.

Orígenes y Constitución

La Red Española de Destinos Turísticos Inteligentes surge como respuesta a la necesidad de modernizar y adaptar el sector turístico a las nuevas demandas del mercado, con un fuerte énfasis en la transformación digital y el desarrollo sostenible. Inspirada en el modelo de DTI adoptado internacionalmente, esta red busca fortalecer la competitividad del turismo en España.

La constitución de la Red DTI en febrero de 2019 marcó un impulso estratégico significativo, actuando como un catalizador para la consolidación del programa DTI. Además, se estableció como un instrumento clave para garantizar el liderazgo de España en el diseño y ejecución de políticas públicas de turismo a nivel local.

Estructura de Gobernanza

La Red DTI es liderada de manera permanente por la Secretaría de Estado de Turismo, que supervisa dos órganos fundamentales:

1. Comisión Plenaria: Funciona como órgano representativo y de control del cumplimiento del Protocolo.
2. Comisión Ejecutiva: Se encarga de ejecutar las decisiones y asegurar el correcto cumplimiento del Protocolo.

Ambos órganos reciben apoyo de una Secretaría Técnica, que es gestionada por SEGITTUR. Esta secretaría proporciona la asistencia necesaria para garantizar la ejecución efectiva de las decisiones tomadas.

Evaluación de Destinos

La evaluación de los destinos dentro de la red se realiza mediante la medición de 97 requisitos concretados en 261 indicadores.

El cumplimiento de estos indicadores debe ser acreditado con la documentación correspondiente.

Es importante señalar que pertenecer a la Red DTI no implica ser automáticamente un Destino Turístico Inteligente, sino que representa el compromiso del destino por iniciar el proceso de conversión hacia el modelo DTI.

La red opera bajo un Protocolo General de Actuación y un Reglamento de Funcionamiento que regulan los órganos de gestión, asegurando una estructura operativa clara.

Para todo ello, la RED DTI integra no sólo a los diferentes niveles de administraciones públicas implicadas, sino que incluye a otros actores imprescindibles en todo este proceso, sector privado, sector académico, en definitiva, todos aquellos que por su conocimiento y ámbito de trabajo pueden aportar valor al desarrollo de los DTI.

Ejes Estratégicos de la Red DTI

La Red DTI en España se organiza a través de varios ejes fundamentales que guían su enfoque estratégico:

- **Gobernanza:** Promueve una gestión eficaz y transparente en los destinos, fomentando la participación activa de los actores locales. Se prioriza la cooperación público-privada y público-pública, asegurando una gestión eficiente basada en decisiones participativas.
- **Sostenibilidad:** Enfatiza la gestión responsable de los recursos para garantizar la sostenibilidad en sus dimensiones sociocultural, económica y medioambiental. Se busca facilitar prácticas turísticas que respeten el medio ambiente.
- **Innovación:** Se utiliza como palanca para la mejora en procesos, sistemas, recursos y productos turísticos. La integración de tecnologías avanzadas y modelos innovadores es clave, con un fuerte enfoque en la digitalización.
- **Accesibilidad:** Aboga por políticas de accesibilidad universal en productos, servicios y recursos turísticos, con el objetivo de garantizar que todos los destinos sean accesibles para todas las personas, incluidas aquellas con discapacidades.
- **Tecnología:** Se aplica a todo el ciclo turístico y sus procesos, utilizando herramientas tecnológicas para mejorar la experiencia del visitante y optimizar la gestión del destino.

Ventajas

Entre las ventajas de formar parte de la misma se destaca:

Sus miembros tienen la oportunidad de participar en la evolución del proyecto, tener contacto y acceso a información de interés en las diferentes materias de los ejes de un DTI y visibilidad internacional.

Así, los destinos que integran la red se benefician de:

- Formar parte de las alianzas estratégicas que se generen entre destinos y el sector privado para el desarrollo de tecnología e innovaciones turísticas.

- Contar con un servicio de asistencia en la implantación del proceso de conversión en DTI.
- Asesoramiento en materia de normalización y en implantación de sellos como el Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED).
- Acceder a bases de datos de ayudas, subvenciones y financiación.
- Programas de formación y capacitación en materias relacionadas con los ejes de la metodología DTI.
- Disponer de un catálogo de proveedores de soluciones y servicios tecnológicos para destinos.
- Un servicio de noticias y un repositorio de estudios y publicaciones.
- Presencia y participación en ferias y foros nacionales e internacionales, así como otras redes.

Actualmente la Red cuenta con 619 miembros, de los que 440 son destinos, 86 instituciones, 86 empresas y 8 observadores.

La Red Española de Destinos Turísticos Inteligentes representa un esfuerzo significativo para modernizar el sector turístico en España a través de un enfoque colaborativo y sostenible.

Su estructura basada en ejes estratégicos no solo permite a los destinos adaptarse a las exigencias contemporáneas, sino que también los posiciona como líderes en el ámbito del turismo inteligente.

Este modelo tiene el potencial de mejorar la calidad de vida de los residentes y enriquecer la experiencia de los visitantes, consolidando a España como un referente internacional en la gestión turística.

1.3.1.1. Entrevista Málaga – España

A fin de profundizar el conocimiento de la Red DTI de España se llevó a cabo una entrevista a una destacada personalidad vinculada a la inteligencia turística.

Entrevistado: Lourdes Navarrete - *Técnico del área de inteligencia y coordinadora de destino turístico inteligente en la Costa del Sol, Málaga.*

Trabaja en el área de Turismo y Planificación de Costa del Sol (ente de promoción y planificación turística de lo que sería la Costa del Sol, todo lo que es la provincia de Málaga, España.)

La entrevista con Lourdes Navarrete ofreció una visión integral y práctica sobre la Red Española de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI). Destacó que la red es una herramienta flexible impulsada por SEGITTUR y la Secretaría de Estado de Turismo, que promueve la colaboración entre destinos, el aprendizaje continuo y el desarrollo sostenible del turismo. Explicó que para adherirse se requiere un diagnóstico basado en cinco ejes (gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad) y la elaboración de un plan de acción, cuya implementación es evaluada cada dos años. Señaló que el modelo cuenta con 262

indicadores y 90 requisitos, aunque se está trabajando en su simplificación para facilitar la incorporación de destinos pequeños. También diferenció entre ser reconocido como DTI por la Red y estar certificado por la norma UNE, señalando que esta última representa un compromiso más riguroso. Lourdes subrayó que la gobernanza es el eje central del modelo, mientras que la tecnología debe entenderse como una herramienta y no como un fin en sí mismo. Valoró positivamente el trabajo en red, especialmente por el intercambio de experiencias y la posibilidad de generar sinergias provinciales. Como desafíos mencionó la falta de personal y recursos, así como la necesidad de adaptar el modelo a diferentes capacidades territoriales, manteniendo la esencia participativa y estratégica del enfoque DTI.

Para mayor profundidad se ofrece el [Video de la entrevista](#)

1.3.2. Red Iberoamericana de DTI

[Página web de la Red Iberoamericana de DTI](#)



Imagen 3: Logo Red Iberoamericana

Fuente: Red Iberoamericana DTI

La Red Iberoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes es una iniciativa colaborativa que reúne a diversos destinos turísticos de América Latina y España con el objetivo de impulsar el desarrollo de destinos turísticos inteligentes.

Esta red representa un espacio de intercambio de conocimientos, experiencias y buenas prácticas, así como un foro para la cooperación y el desarrollo de proyectos conjuntos.

La Red Iberoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes, nace por Junio de 2022 por un acuerdo de voluntades en el que los destinos turísticos inteligentes de: Tequila en México, Medellín y Bogotá de Colombia, Argentina y Brasil, se comprometieron con la generación de alianzas constructivas entre actores del sector público, privado y las organizaciones que apoyan el desarrollo competitivo y sostenible de los destinos, donde la construcción de la Red es una oportunidad para generar un desarrollo turístico responsable, accesible, tecnológico, innovador, articulado y competitivo para la región, convirtiéndose en una maravillosa apuesta que le permite a diferentes actores hacer parte de un ecosistema de conocimiento e intercambio de buenas prácticas para apoyar a los destinos y entidades que ven en

el modelo de Destinos Turísticos Inteligentes, una herramienta de gobernanza participativa y transversal para la gestión de sus territorios.

Los principales objetivos de la Red Iberoamericana de DTI son:

- **Promover la colaboración:** Fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias entre los destinos miembros.
- **Impulsar la innovación:** Apoyar el desarrollo de proyectos innovadores y la adopción de nuevas tecnologías.
- **Fortalecer la sostenibilidad:** Promover prácticas turísticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.
- **Mejorar la competitividad:** Aumentar la competitividad de los destinos miembros en el mercado turístico global.

La Red Iberoamericana de DTI funciona a través de diversas actividades y mecanismos de colaboración, entre los que destacan:

- **Reuniones y eventos:** Se organizan con regularidad encuentros y conferencias para discutir temas de interés común y compartir experiencias.
- **Grupos de trabajo:** Se crean grupos de trabajo temáticos para abordar cuestiones específicas, como la sostenibilidad, la accesibilidad o la tecnología.
- **Plataforma digital:** Se dispone de una plataforma online que facilita la comunicación entre los miembros y el acceso a información relevante.
- **Proyectos conjuntos:** Se promueven proyectos de colaboración entre los destinos miembros, como la creación de productos turísticos conjuntos o la implementación de soluciones tecnológicas comunes

Estructura de funcionamiento de la Red

La Red cuenta con una presidencia a cargo de la Ciudad de Bogotá – Colombia, representada por el Instituto Distrital de Turismo: Se encarga de representar e impulsar el desarrollo de la Red Iberoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes, apoyar el desarrollo y cumplimiento de las estrategias y la planificación de acciones que le permita a la red su consolidación y posicionamiento.

La vicepresidencia está a cargo de la representación de la ciudad de Tequila, específicamente el denominado Tequila Inteligente: Se encarga de fortalecer la Red en sus relaciones internacionales y generación y alianzas estratégicas para la Red y sus miembros.

Una secretaría institucional con representación a cargo de Brasil, en particular la representante del Ministerio de Turismo de Brasil. Se encarga de articular proyectos y acciones relacionados con el turismo inteligente, la inteligencia de mercado y la transformación de destinos en DTI, para favorecer la actuación integrada, tanto en el territorio nacional, así como en la interrelación de los países y destinos que integran la Red.

Una Secretaría técnica que toma a su cargo establecer y/o validar los marcos metodológicos adecuados de los modelos de Destinos Turísticos Inteligentes de cada uno de los países y territorios participantes.

Asimismo, articular o desarrollar proyectos y acciones relacionadas con la formación de los equipos de cada uno de los miembros de la Red.

Miembros:

- **Titulares:** gobiernos locales que cuenten con el reconocimiento de DTI
- **Institucionales:** Administraciones públicas nacionales y subnacionales, entre otros, vinculados a DTI
- **Colaboradores:** personas físicas o jurídicas de naturaleza privada
- **Observadores**

1.3.3. Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI-Ar)

[Instagram de la Red DTI-Ar](#)

[Brochure de la Red DTI-Ar](#)



Imagen 4: Logo Red DTI-Ar

Fuente: Red Argentina de Destinos turísticos Inteligentes

La Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI-Ar) se configura como un espacio colaborativo que busca impulsar la transformación de los destinos turísticos en Argentina hacia un modelo más innovador, sostenible e inteligente.

Esta red fue creada en abril de 2020 y reúne a diversos actores, incluyendo gobiernos municipales, provinciales, nacionales, cámaras empresariales, etc.

El objetivo principal de la Red es fomentar la creación de destinos turísticos inteligentes a través de la implementación de técnicas de gobernanza adecuada, tecnologías avanzadas y prácticas de gestión que maximicen la sostenibilidad y la competitividad.

Ejes transversales:

La red proporciona un marco de referencia basado en la metodología DTI, que incluye los siguientes ejes transversales:

- **Gobernanza:** Fomenta la cooperación entre entidades públicas y privadas para garantizar una gestión eficiente y participativa en los destinos. Esto se traduce en modelos de datos abiertos, presupuestos participativos y una mayor transparencia en la administración. Es, sin dudas, su eje central.
- **Sostenibilidad:** Se enfoca en la gestión responsable de los recursos, asegurando el desarrollo sostenible en aspectos socioculturales, económicos y ambientales, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- **Innovación:** Promueve la aplicación de nuevas ideas, procesos y tecnologías en la gestión turística, incentivando la creatividad y adaptación al cambio en los destinos.
- **Accesibilidad:** Busca implementar políticas de accesibilidad universal en todos los productos, servicios y recursos turísticos, garantizando que los destinos sean inclusivos para todas las personas, incluidas aquellas con discapacidades.
- **Tecnología:** Integra herramientas tecnológicas a lo largo de todo el ciclo turístico y en sus procesos, mejorando la experiencia del visitante y la gestión del destino.

Metodología

La metodología DTI incluye varias etapas clave:

- **Adhesión:** La membresía a la Red DTI-Ar es voluntaria y gratuita, permitiendo que los destinos se integren a este modelo.
- **Autodiagnóstico:** Los destinos realizan una autoevaluación para determinar su situación actual en relación con los indicadores del modelo DTI.
- **Relevamiento de Datos:** Se recopilan datos relevantes sobre el destino turístico, abarcando aspectos como legislación, planificación, además de los indicadores de los ejes del modelo.
- **Diagnóstico:** Al finalizar el autodiagnóstico, se analiza la información para generar diagnósticos específicos y reportes generales comparativos que faciliten la toma de decisiones estratégicas.
- **Plan de Mejoras y transformación en clave DTI:** Se establece un plan de acción para implementar mejoras basadas en los diagnósticos, definiendo estrategias concretas y asignando responsabilidades, a fin de transitar el camino hacia la transformación DTI.
- **Ejecución y Monitoreo:** Las acciones del plan se ejecutan y se realiza un seguimiento del progreso en base a indicadores medibles.
- **Certificación:** Una vez que un destino ha implementado el plan de mejoras y alcanzado el nivel adecuado de desarrollo en los ejes del modelo, se procede a su certificación según la norma IRAM DTI 42.101. Este paso está previsto para los destinos cuya madurez en la gestión inteligente sea notable.

Estructura de la Red DTI-Ar

La Red DTI-Ar se organiza en dos órganos de gestión principales: la **Dirección Ejecutiva** y la **Comisión Directiva**.

Esta última está compuesta por los gestores públicos adheridos, quienes son elegidos por voto entre sus pares.

Funciones:

Dirección Ejecutiva:

- **Liderazgo General:** La Dirección Ejecutiva es responsable de la dirección estratégica de la Red, estableciendo las metas y objetivos a seguir.
- **Coordinación de Actividades:** Se encarga de coordinar y supervisar las actividades de la red, asegurando que se alineen con los objetivos establecidos y con la normativa del modelo DTI.
- **Implementación de Estrategias:** Desarrolla e implementa estrategias a nivel nacional para fomentar la adopción de prácticas de turismo inteligente en los destinos.
- **Comunicación y Relaciones Institucionales:** Actúa como enlace entre la Red DTI-Ar y otros organismos, tanto públicos como privados, en el ámbito local, nacional e internacional. Esto incluye la promoción de la red en distintos foros y eventos.
- **Gestión Administrativa:** Supervisa la administración de recursos, presupuesto y operativa de la red, asegurando su sostenibilidad y eficiencia.
- **Informe y Evaluación:** Es responsable de generar informes periódicos sobre el estado de la Red, evaluando el progreso hacia los objetivos establecidos y haciendo recomendaciones para futuras acciones.

Comisión Directiva:

- **Representación:** La Comisión Directiva actúa como el órgano representativo de los municipios y actores turísticos adheridos a la red, canalizando las inquietudes y propuestas de los miembros. Asimismo, también participa en actividades en representación de la red, lo que incluye la promoción de la organización en distintos foros y eventos.
- **Control de Cumplimiento:** Supervisa el cumplimiento de las funciones de la Dirección Ejecutiva y del Protocolo de Adhesión y su alcance definido en su anexo, asegurando que los miembros mantengan los estándares establecidos por la Red.
- **Toma de Decisiones:** Participa en la toma de decisiones estratégicas en cuanto a las acciones, proyectos y recursos que se implementarán, asegurando una gestión participativa.
- **Elección de Cargos:** Hace el llamado a elecciones y facilita el proceso electoral para nuevos miembros de la Comisión, asegurando que sea transparente y democrático.

- **Propuestas de Mejora:** Recibe y evalúa propuestas para la mejora asegurando que se adapten a las necesidades cambiantes del sector.
- **Fomento de la Colaboración:** Promueve la cooperación entre los distintos destinos turísticos, incentivando el intercambio de experiencias y buenas prácticas que benefician a toda la Red.
- **Intereses colectivos:** Atento que cada vocal representa a una región, tiene en su rol velar por los intereses colectivos y las necesidades que se detecten dentro de su jurisdicción.

Las elecciones se realizan cada dos años, por voto secreto de manera presencial o virtual. Se dispone de un reglamento adecuado para postulación y votación.

Quienes se encuentren adheridos pueden postularse libremente para ocupar un cargo, no remunerado, dentro de la Comisión Directiva.

A nivel organizacional, la Red está estructurada de la siguiente manera:

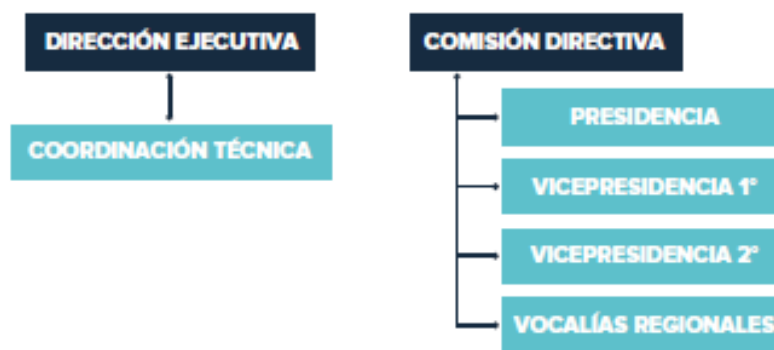


Imagen 5: Estructura Red DTI-Ar

Fuente: Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes

Los cargos electivos incluyen:

- Presidencia
- Vicepresidencia
- Seis vocales, uno por cada región:
 - Litoral: Entre Ríos, Corrientes, Misiones, Chaco y Formosa.
 - Buenos Aires: Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
 - Cuyo: Mendoza, San Juan, San Luis.
 - Patagonia: Tierra del Fuego, Santa Cruz, Chubut, Río Negro, Neuquén y La Pampa.
 - Norte: Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, La Rioja y Santiago del Estero.
 - Centro: Córdoba y Santa Fe.

Contribuciones Clave y Avances

- **Participación en el desarrollo de IRAM DTI 42.101 - Sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes:** La Red DTI-Ar ha participado activamente en el organismo de estudio de la Norma IRAM DTI 42.101, la cual establece los lineamientos para los destinos turísticos inteligentes. Miembros de la red se involucran con su participación en el organismo de estudio espejo (reunión en paralelo de miembros adheridos a la red que analizaban los avances proporcionados por el Organismo de estudio (OE) y proponían caminos de mejora basados en el conocimiento y expertise de sus miembros.

- **Organización del Primer Congreso Latinoamericano de Inteligencia Turística:** La Red DTI-Ar llevó a cabo con éxito en Córdoba el Primer Congreso Latinoamericano de Inteligencia Turística, un evento que reunió a expertos y líderes del sector para discutir y proyectar el futuro del turismo inteligente en la región. Este congreso no solo fortaleció la visibilidad de la red, sino que también promovió el intercambio de conocimientos y experiencias.

Hoy la red cuenta con más de 360 municipios formalmente adheridos, diez provincias adheridas, y un volumen muy importante de organizaciones académicas, empresariales, profesionales del sector y organismos de referencia que se han sumado activamente a nuestra red.

La creación de la Red DTI-Ar representa un paso fundamental hacia la modernización del sector turístico en Argentina, promoviendo un enfoque colaborativo, integral y sostenible. A través del establecimiento de indicadores claros y la promoción de prácticas innovadoras, esta red tiene el potencial de fortalecer el turismo en el país, mejorando la calidad de vida de los residentes y ofreciendo experiencias enriquecedoras a los visitantes.

1.3.4. La Red Neuquina de Destinos Turísticos Inteligentes



Imagen 6: Logo Red Neuquina de DTI
Fuente: Red Neuquina de Destinos
turísticos Inteligentes

La Red Neuquina de Destinos Turísticos Inteligentes se estructura como una iniciativa colaborativa que integra a diversos actores clave en el ámbito turístico.

Su objetivo principal es impulsar la creación de destinos más innovadores y sostenibles, sustentados sobre una infraestructura tecnológica sólida.

Depende del Gobierno de la Provincia de Neuquén. Fue creada en el año 2020 como parte de un

esfuerzo para modernizar la gestión turística y promover un desarrollo más sostenible e innovador en los destinos de la región.

Objetivos de la Red DTI

- Generar destinos turísticos innovadores y sostenibles.
- Promover la inclusión y la integración social.
- Asegurar la accesibilidad universal.
- Gestionar información sobre servicios turísticos.
- Facilitar la interacción del visitante con el entorno.
- Mejorar la calidad de la experiencia turística.
- Aumentar la calidad de vida de los residentes.

Ejes de Intervención

La Red se fundamenta en seis dimensiones que guían su estrategia:

- **Gobernanza:** Fomenta la colaboración interinstitucional para una gestión eficiente y participativa.
- **Territorio Inclusivo:** Busca integrar las necesidades locales y las visiones diversas para atenderlas de manera efectiva.
- **Innovación Productiva:** Promueve la competitividad y la innovación a través de un enfoque colaborativo.
- **Tecnología:** Estimula el uso de tecnologías que aumenten la calidad de la experiencia del visitante y optimicen la gestión del destino.
- **Experiencia Turística:** Se centra en diseñar experiencias únicas y atractivas que diferencien a los destinos en el mercado. Es el eje fundacional, distintivo, vinculado a acciones de arraigo neuquino.
- **Sostenibilidad:** Abarca todos los aspectos de la actividad turística con un enfoque en la preservación de recursos y la movilidad sostenible.

Miembros de la Red

- **Gobierno Provincial:** Juega un papel crucial en la planificación, coordinación y financiamiento de las iniciativas de la red.
- **Municipios:** Cada municipio adherido implementa estrategias y tecnologías para transformarse en un destino inteligente.
- **Sector Privado:** Empresas turísticas y tecnológicas participan en el desarrollo de productos y servicios innovadores.
- **Instituciones Académicas y Centros de Investigación:** Aportan conocimiento y realizan investigaciones para fomentar la innovación en el sector turístico.

Elementos Clave de la Organización

A futuro, se piensa incorporar a la Red neuquina:

- **Plataforma Tecnológica:** Un sistema centralizado que facilita la gestión de datos, la comunicación entre actores y la prestación de servicios a los turistas.
- **Comités Técnicos:** Grupos de trabajo especializados en áreas como tecnología, sostenibilidad y marketing, encargados de definir estrategias y acciones a seguir.
- **Planes de Acción Municipal:** Cada municipio desarrolla un plan de acción específico con iniciativas concretas e indicadores de seguimiento.
- **Financiamiento:** La Red obtiene financiación a través de diversas fuentes, incluyendo fondos públicos y cooperación internacional.

Funcionamiento Práctico de la Red

- **Diagnóstico:** Se realiza un autodiagnóstico de cada destino para evaluar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- **Planificación:** Se generan planes de acción adaptados a cada destino, estableciendo objetivos claros y medibles
- **Implementación:** Se llevan a cabo las acciones previstas, aplicando tecnologías y herramientas innovadoras
- **Monitoreo y Evaluación:** Se supervisan los resultados y se realizan evaluaciones periódicas para ajustar las estrategias según los avances.

Beneficios de la Estructura

- **Eficiencia:** Compartir recursos y conocimientos optimiza procesos y reduce costos.
- **Cohesión:** Fomenta la colaboración y el trabajo en equipo entre los distintos actores
- **Adaptabilidad:** Permite una respuesta ágil y efectiva ante cambios en el mercado turístico y las necesidades de los visitantes.
- **Sostenibilidad:** Promueve prácticas turísticas responsables y sostenibles que benefician a la comunidad y al medio ambiente.

La Red Neuquina de Destinos Turísticos Inteligentes representa una iniciativa estratégica que busca transformar el panorama turístico de la provincia de Neuquén mediante un enfoque colaborativo y sostenible. No obstante ser la primera iniciativa de trabajo en red a nivel provincial, su desarrollo aún es precario y poco comunicado. Resulta difícil encontrar información respecto de su desarrollo, miembros actuales, procedimiento de adhesión y articulación, manual de gestión

interna entre otras variables. No se individualiza un sitio web o redes sociales propias.

1.3.5. Conclusiones

Las estrategias de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en los diferentes contextos analizados muestran tanto elementos comunes como diferenciadores relevantes, que reflejan las particularidades de cada región y su enfoque de gestión.

Elementos comunes:

- **Enfoque en sostenibilidad y gobernanza participativa:** Todas las redes priorizan la sostenibilidad social, ambiental y económica, promoviendo una gestión colaborativa entre actores públicos y privados. La gobernanza participativa y la participación activa de diversos actores son pilares en el diseño y ejecución de los modelos DTI.
- **Impulso tecnológico y digitalización:** La integración de herramientas tecnológicas y la digitalización del ciclo turístico son puntos centrales para mejorar la experiencia del visitante, potenciar la gestión y facilitar la innovación en los destinos.
- **Metodologías de autoevaluación y mejora continua:** La mayoría de las redes emplean diagnósticos, autoevaluaciones, planes de acción y monitoreo periódico, buscando la mejora progresiva y la certificación en base a estándares internacionales.
- **Fomento de la innovación y cooperación:** El intercambio de experiencias, la participación en foros, congresos y alianzas estratégicas son mecanismos comunes para fortalecer el desarrollo del turismo inteligente.

Diferenciadores:

- **Extensión y alcance de la red:** La Red DTI de España se presenta como una estructura consolidada con mayor volumen de miembros y una gestión robusta, con una larga trayectoria. En cambio, las redes iberoamericanas, argentinas y neuquinas, aunque muy activas, muestran aún menores avances en consolidación, participación y comunicación.
- **Órganos de gestión y estructura administrativa:** Mientras la Red DTI española se estructura en órganos formales como Comisión Plenaria y Ejecutiva, las redes en Argentina, Iberoamérica y Neuquén tienen estructuras diferenciadas, muchas veces con órganos de gestión más flexibles o en proceso de desarrollo.
- **Certificación y normativas:** El reconocimiento oficial mediante certificaciones, como la norma UNE en España o la certificación IRAM en Argentina, marca un diferenciador en el compromiso y el rigor del proceso, en contraste con otras redes en etapas iniciales o en desarrollo.
- **Nivel de madurez y comunicación:** La Red DTI en España muestra una mayor madurez en comunicación, presencia internacional y desarrollo de

programas, mientras que la Red Neuquina, por ejemplo, aún se encuentra en fases iniciales y con poca existencia de canales de comunicación oficiales.

Es decir que, si bien el enfoque en sostenibilidad, tecnología, participación y mejora continua se mantiene transversalmente en todas las estrategias DTI, las diferencias radican en su nivel de institucionalización, alcance, reconocimiento y madurez. La interacción con las comunidades, la formalización de procesos y la comunicación son elementos que diferencian las experiencias y que influirán en la eficiencia y visibilidad de cada red en su proceso de transformación digital y sostenible del turismo.

SUBTAREA 1.4. RELEVAMIENTO TERRITORIAL DE CASOS TESTIGOS

1.4.1. Relevamiento Territorial

Como parte del diagnóstico del proyecto, las autoridades de la Provincia de Córdoba seleccionaron tres destinos turísticos que servirán como "casos testigos" para el relevamiento y análisis. Estos destinos han sido clasificados según su nivel de desarrollo en el sector turístico.

Destinos Seleccionados

- **Destino Consolidado: Nono**

Nono se presenta como un ejemplo de un destino turístico que ya ha alcanzado un nivel consolidado, evidenciando características bien definidas en cuanto a su infraestructura, oferta de servicios y atractivo turístico.

- **Destino en Desarrollo: Miramar de Ansenuza**

Miramar de Ansenuza es un destino en fase de desarrollo, que muestra potencial para el crecimiento turístico y la necesidad de inversión en infraestructura y promoción para atraer a más visitantes.

- **Destino Emergente: Villa Tulumba**

Villa Tulumba es considerado un destino emergente, que está en las etapas iniciales de desarrollo turístico. Este destino presenta oportunidades únicas para su promoción y desarrollo, aunque enfrenta desafíos significativos para establecerse en el mercado.

Metodología

A partir de la elección de estos destinos, se llevaron a cabo visitas de campo a cada uno de ellos. Estas visitas tienen como objetivo:

- **Relevar:** Recoger información sobre las características y particularidades de cada destino.
- **Analizar:** Examinar la situación actual de cada destino en relación con las temáticas abordadas por el proyecto, lo que incluye aspectos como infraestructura, servicios disponibles, atractivos turísticos y necesidades de desarrollo.

A. Destino Nono, Valle de Traslasierra

Fecha de Relevamiento: 7 y 8 de noviembre de 2024.

Resumen: El destino turístico de Nono, ubicado en la región de Traslasierra, se ha destacado por su capacidad de organización y su impulso hacia un modelo de Destinos Turísticos Inteligentes.

Durante el relevamiento, se llevaron a cabo dos mesas de trabajo: una con referentes del sector privado y otra con representantes del sector público.

Mesa de Trabajo con el Sector Privado

La mesa de trabajo del sector privado estuvo compuesta por importantes actores del turismo local, tales como:



Imagen 7: Reunión con mesa de trabajo
sector privado de Nono

Fuente: Elaboración propia

- Alejandra Fioroni - Complejo Bosque y Río
- Patricio Chávez - Aypa Pacha
- Lilian Solano - Cabañas Cañada del Sauce
- Juan Carmelo Valmara - Campo de los Zorros
- Diego Osella - Cabañas Rumi Bola
- Pablo Cambours - La Toscana Suites
- Gustavo Javier Bogni - Cabañas Ipanema
- Rolando Feuli - Cabañas Las Cortaderas
- Silvia Páez - Cerros de Nono

Esta reunión permitió sensibilizar a los presentes sobre la importancia de adoptar la metodología DTI, destacando que Nono ha estado vinculado a esta temática durante años al ser un miembro activo de la Red DTI-Ar.

Además, oportunamente se implementaron capacitaciones in situ a través de esta red, alineadas con el Programa de Economía del Conocimiento.

Cabe aclarar que, de la reunión mencionada, participaron alojamientos del destino por ser este el sector más representativo y predispuesto a desarrollar acciones en conjunto con el sector público.

Si bien el proyecto DTI debe integrar a todos los actores claves, según su orden de involucramiento, el sector de alojamiento es el de mayor impacto y proactividad frente a desafíos de gobernanza articulada.

Mesa de Trabajo con el Sector Público

La mesa de trabajo del sector público incluyó a destacados representantes locales:



- Marisol Fernández - Directora de Turismo
- Juan Manuel Negretti - Secretario de Innovación y Tecnología
- Juan Pablo Molina Recalde - Secretario de Gobierno y Planificación
- Adrián Zalazar - Director de Obras y Servicios Públicos
- Rosa Gomila - Encargada de Informantes Turísticos

Imagen 8: Reunión con mesa de trabajo sector público de Nono
Fuente: Elaboración propia

Puntos clave: Nono se presenta como un destino turístico bien preparado para recibir visitantes, con una población de aproximadamente 5,300 habitantes y más de 6,000 plazas turísticas disponibles, incluyendo campings. Es un enclave serrano ideal para disfrutar de paisajes naturales, recorrer sus pintorescas calles y visitar el museo polifacético local.

Los ríos de aguas cristalinas, como el río Los Sauces, que ofrece zonas seguras para nadar, y el río Chico, que crea pozones encajonados en grandes rocas, son atractivos destacados que permiten la desconexión del estrés urbano. La “juntura de los ríos” es un punto de interés imperdible para los turistas, donde la fusión de ambos cursos de agua forma un paisaje cautivador.

Desde la creación de la red DTI, el municipio ha implementado acciones significativas en torno a los ejes de Gobernanza, Sostenibilidad, Tecnología y Conectividad, evidenciando avances concretos. Sin embargo, se ha identificado que el eje de Accesibilidad e Inclusión presenta limitaciones, principalmente debido a las características geográficas del terreno, lo que dificulta el desplazamiento de personas con discapacidad motriz.

A pesar de este desafío, el municipio ha comenzado a realizar mejoras en la accesibilidad, incluyendo la reconversión de la cartelera para hacerla más inclusiva.

Nono también se destaca por su trabajo colaborativo con otros destinos, miembros de la red DTI, en un esfuerzo conjunto por fortalecer a Traslasierra como un destino que resalta por sus valores identitarios, promoviendo el turismo verde y de bienestar.

B. Destino Miramar de Ansenuza

Fecha de Relevamiento: 13 y 14 de noviembre de 2024.

Resumen: Miramar de Ansenuza es un destino turístico único en la provincia de Córdoba, ubicado al noreste, a menos de 200 kilómetros de la capital.

Este lugar se ha convertido en un punto de interés no solo para los cordobeses, sino que también atrae a visitantes de Santa Fe, Santiago del Estero y Buenos Aires.

La localidad está situada en el arco sur de la Laguna Mar Chiquita, que es el mayor espejo de agua de América Latina y el quinto reservorio de agua salada del mundo. Reconocida por sus propiedades curativas y considerada una de las más extensas de América.

Dentro de su ejido municipal, se encuentran el Parque Nacional de Ansenuza y la Reserva Natural Bañados del Río Dulce.

Su entorno natural hace de Miramar de Ansenuza un destino privilegiado para los amantes de la naturaleza y las actividades recreativas al aire libre.

Del relevamiento presencial surge que Miramar de Ansenuza presenta una fortaleza significativa en su señalética, la cual es precisa, detallada y respetuosa con el medio ambiente.



Imagen 9: Señalética Parque Miramar de Ansenuza

Fuente: Elaboración propia

Además, la sostenibilidad del destino es otro punto fuerte, ya que incluye una reserva natural y un parque nacional que refuerzan su compromiso con la conservación ecológica.

Sin embargo, se han identificado áreas de mejora en los ejes de gobernanza, innovación y accesibilidad, donde se evidencian deficiencias que requieren atención.

Por otro lado, de las reuniones desarrolladas, surge que a pesar de haber estado adherido el destino a la Red DTI-Ar durante varios años, la participación de Miramar de Ansenuza en esta red no ha sido lo suficientemente activa, lo que limita su capacidad de desarrollo y el aprovechamiento de oportunidades en el ámbito del turismo inteligente.

Es crucial que el destino refuerce su implicación en la red para poder optimizar sus recursos y mejorar su infraestructura turística y capacidades de gestión.

Mesa de Trabajo con el Sector Privado

Se llevó a cabo una reunión con representantes del sector privado de Miramar de Ansenuza, con la participación de:

- Silvina Arrieta: Secretaria de Turismo
- Matías Bertola: Vicepresidente del Centro Comercial, Industrial, Hotelero y Prestadores de Servicios Turísticos
- Fabio Croche: Propietario del Barco Pirata
- Noelia y Nicolás Fontana: Propietarios del Hotel Miramar
- Diamela Cuello: Propietaria del Hotel Boutique Rosseus
- Gabriela Gianfrancesco: Chef de catering privado y de la Municipalidad



Imagen 10: Reunión con mesa de trabajo sector privado de Miramar de Ansenuza
Fuente: Elaboración propia

Mesa de Trabajo con el Poder Ejecutivo y Legislativo

- Silvina Arrieta: Secretaria de Turismo
- Gerardo Sicarelli: Intendente Municipal
- Juan José Bresso: Presidente del Concejo Deliberante
- Pablo Aguirre: Secretario de Gobierno



Imagen 11: Reunión con mesa de trabajo sector público de Miramar de Ansenuza
Fuente: Elaboración propia

Puntos Clave: Durante las reuniones, se identificaron varios puntos:

Señalética Adecuada: Se destacó la calidad de la señalética en el destino, que es precisa, detallada y amigable con el medio ambiente. Esta característica es fundamental para mejorar la orientación y experiencia del visitante.

Sostenibilidad: Miramar de Ansenuza cuenta con recursos naturales importantes, incluyendo una reserva natural y un parque nacional, lo que subraya su compromiso con la sostenibilidad y la conservación del entorno.

Áreas de Mejora: Los ejes que requieren atención son la gobernanza, innovación y accesibilidad. Se observaron carencias en la evidencia documental y la implementación de acciones en estos aspectos durante el relevamiento territorial.

Miramar de Ansenuza ha estado adherida a la Red DTI-Ar durante varios años. Sin embargo, su participación no ha sido muy activa, lo que limita su capacidad para proyectar su potencial turístico tanto a nivel regional como internacional.

Esta situación también restringe el flujo de intercambio de conocimientos y experiencias a través de la cooperación internacional.

Miramar de Ansenuza se presenta como un destino con un gran potencial turístico, respaldado por sus recursos naturales y una infraestructura adecuada. Sin embargo, para maximizar su atractivo y competitividad, es crucial mejorar en las áreas de gobernanza, accesibilidad e innovación.

La participación activa en la Red DTI-Ar y de la futura red cordobesa de DTI puede proporcionar las herramientas y conocimientos necesarios para impulsar estas mejoras y consolidar a Miramar de Ansenuza como un destino turístico de referencia.

C. Destino Villa Tulumba

Fecha de Relevamiento: 11 y 12 de noviembre de 2024.

Resumen: Villa Tulumba se sitúa en el Área Norte de la Provincia de Córdoba. Es la cabecera del Departamento Tulumba, localizada a 143 km de la ciudad de Córdoba Capital.

Villa Tulumba representa un verdadero viaje al pasado, con su casco histórico impregnado de tradiciones, arquitectura y relatos que evocan la época colonial.

Este pueblo, uno de los más antiguos de Córdoba, encuentra su origen en las mercedes otorgadas a los primeros conquistadores españoles, asentándose sobre lo que más tarde sería el emblemático Camino Real.

Caminar por sus calles empedradas, iluminadas por farolas coloniales y flanqueadas por casonas del siglo XVIII y XIX, es recorrer un “museo a cielo abierto”.

Cada rincón invita a revivir escenas de antaño: el tránsito de carretas, las reuniones en las postas y el bullicio comercial que caracterizó a esta vía de comunicación esencial para el intercambio de bienes y servicios, incluido el correo.

Entre los hitos históricos más destacados se encuentran Las Cuatro Esquinas, un punto emblemático que ha inspirado a numerosos artistas.

Este sector invita a imaginar el pasado, mientras se avanza por la Calle Real hacia la casa de la familia Reynafé, cuyo protagonismo en la historia argentina marcó una época.

Además de su riqueza histórica, Villa Tulumba es conocida por su agreste entorno natural y su gastronomía típica.

Entre los imperdibles culinarios destacan las colaciones caseras, las empanadas de hojaldre y el chivito asado, verdaderos manjares que deleitan tanto a locales como a visitantes.

Conjugando historia, naturaleza y cultura, Villa Tulumba es un destino inigualable para quienes buscan revivir el pasado mientras disfrutan de las tradiciones y sabores autóctonos.

Este rincón cordobés, detenido en el tiempo, promete enamorar a quienes lo visiten.

Sin embargo, el diagnóstico sobre su desarrollo en el modelo de Destinos Turísticos Inteligentes revela un nivel de situación muy bajo, lo que implica un esfuerzo considerable para adecuarse a los ejes transversales del modelo.

Aunque la localidad destaca en el eje de sostenibilidad, se identifican debilidades en innovación, tecnología y accesibilidad, que requieren atención inmediata para mejorar la competitividad del destino.

Recientemente reconocida como *Best Tourism Village*, Villa Tulumba se unió a la Red DTI-Ar en 2024, lo que marca un hito en su camino hacia la transformación en un destino inteligente.

Mesa de Trabajo

La mesa de trabajo estuvo conformada por:

- Cristian Bustamante, Secretario De Gobierno del Municipio
- Carla Palomeque, Encargada del Área de Turismo del Municipio y de la Hostería Municipal

Durante la reunión, se trabajó sobre la importancia del modelo DTI y su relevancia para el desarrollo turístico local.

Se abordaron los propósitos del trabajo en curso y se destacó la necesidad de la colaboración de Villa Tulumba para alcanzar estos objetivos.

Se examinaron los ejes del modelo DTI y se analizó el cumplimiento de los requisitos mediante un listado de verificación de temas y evidencias previamente proporcionadas.

La reunión permitió a los participantes comprender profundamente la metodología y su importancia para el desarrollo sostenible de la localidad.

Se concluyó que es fundamental trabajar en los ejes de innovación, tecnología y accesibilidad para avanzar en la conformación de un destino turístico inteligente.



Imagen 12: Reunión con mesa de trabajo Villa Tulumba

Fuente: Elaboración propia

Puntos Clave: Villa Tulumba presenta un alto potencial de desarrollo como destino turístico estratégico, basado en diversos factores clave: su proximidad a la ciudad de Córdoba, uno de los principales centros emisores de turismo en la región; su ubicación en el norte cordobés, una zona con amplias posibilidades de crecimiento; y su integración en el histórico Camino Real, un circuito turístico de gran atractivo y afluencia.

El reciente reconocimiento por parte de la Organización Mundial del Turismo como *Best Tourist Village 2024* posiciona a Villa Tulumba en la esfera nacional e internacional, otorgándole una visibilidad sin precedentes.

Este galardón no solo refuerza su identidad como destino cultural e histórico, sino que también lo proyecta como un referente para el desarrollo turístico sostenible en pequeñas comunidades.

Este reconocimiento indica la necesidad de aprovecharlo para fortalecer acciones, sobre todo en sostenibilidad, para implementar prácticas eco-amigables y promover el turismo responsable.

La incorporación del destino a la Red DTI-Ar representa una oportunidad única para Villa Tulumba, permitiendo acceder a recursos, capacitaciones y experiencias compartidas con otros destinos turísticos.

Villa Tulumba se presenta como un destino con un gran potencial para el desarrollo turístico. A través de la implementación de estrategias alineadas con el modelo DTI y la colaboración efectiva entre los actores locales, la localidad puede crecer y consolidarse como un referente en turismo inteligente y sostenible, enriqueciendo la experiencia de los visitantes y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

SUBTAREA 1.5. CONSTRUCCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE DESTINO

1.5.1. Potencial turístico de Córdoba

Contexto general

La [provincia de Córdoba](#) está organizada en 26 departamentos y cuenta con un total de 427 municipios y comunas, de los cuales aproximadamente 169 poseen vocación turística.

La capital de la provincia es Córdoba Ciudad, y su superficie abarca 165.321 km². Según el Censo de 2022, la población de Córdoba es de 3.840.905 habitantes.

Clima

El clima en la provincia presenta variaciones significativas. En el suroeste, se observan características del clima templado pampeano, mientras que, en el norte, el clima es subtropical con estación seca. En el oeste, predomina el subtropical serrano. Las laderas orientales de las sierras son más húmedas, mientras que las occidentales presentan un clima más árido.

Estructura Municipal

De acuerdo con la [Constitución Provincial](#), se garantiza la existencia de los municipios como comunidades naturales fundadas en la convivencia. Asimismo, se establece un régimen municipal basado en la autonomía política, administrativa, económica, financiera e institucional.

- Municipios: Según el Artículo 181 de la Constitución, toda población con asentamiento estable de **más de dos mil habitantes** es considerada un municipio. Aquéllas que tengan el carácter de ciudades pueden dictar sus Cartas Orgánicas

- Comunas: Según el Artículo 194 de la Constitución, en poblaciones estables con **menos de dos mil habitantes** se establecen comunas, con un sistema representativo que asegura la elección directa de sus autoridades.

- Ciudades: La [Ley Provincial 8.102](#), que establece el Régimen de Municipios y Comunas, también especifica que las poblaciones con más de dos mil habitantes son reconocidas como municipios, y aquellas con **más de diez mil** se consideran ciudades. Los asentamientos con hasta dos mil habitantes son clasificados como comunas.

Regionalización e Integración

Desde el año 2004, la provincia implementa un proceso de regionalización, sancionado por la [Ley Provincial 9.206](#), que permite la integración de municipios y comunas dentro de un mismo departamento o su pertenencia a más de una comunidad regional.

Límites Provinciales

Los [límites de la provincia](#) son los siguientes:

- **Norte:** Provincias de Catamarca y Santiago del Estero.
- **Oeste:** Provincias de San Luis y La Rioja.
- **Este:** Provincias de Santa Fe y Buenos Aires.
- **Sur:** Provincia de La Pampa.

Conectividad Aérea

Córdoba cuenta con una infraestructura aérea significativa. El **Aeropuerto Internacional Ingeniero Ambrosio Taravella** (también conocido como Pajas Blancas) es el tercer aeropuerto más importante del país en términos de vuelos internacionales, después de los de Ezeiza y Aeroparque Jorge Newbery.

Otros aeropuertos en la provincia:

Aeropuerto de Río Cuarto: Situado a 7 km de la ciudad homónima, opera vuelos de cabotaje y, excepcionalmente, algunos internacionales.

Aeropuerto Regional Presidente Néstor Kirchner: Ubicado a 9 km al noreste de Villa María.

Aeropuerto de Villa Dolores: Localizado en el valle de Traslasierra, dedicado a taxis aéreos y actividades deportivas.

Según [datos publicados](#), la conectividad aérea en 2023 muestra que el Aeropuerto Internacional Ingeniero Ambrosio Taravella recibió 2.443.316 pasajeros de cabotaje, mientras que el Aeropuerto de Río Cuarto recibió 28.612 pasajeros, reflejando un aumento del 36% respecto al año anterior.

Los datos corresponden al total de tránsitos por cada localidad (atterrizajes y despegues). Datos provenientes de los registros de la Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC)

Conectividad Ferroviaria

Trenes Argentinos opera un servicio de larga distancia entre Buenos Aires (Retiro) y Córdoba (Córdoba-Capital), con paradas en localidades como Marcos Juárez, Bell Ville y Villa María. Además, el Servicio Regional Córdoba (Tren de las Sierras) comunica Cosquín con Alta Córdoba, ofreciendo tres frecuencias diarias.

El Servicio Villa María-Córdoba conecta ambas localidades, con paradas en varias localidades intermedias y frecuencias variables.

Conectividad Terrestre

La conectividad terrestre se ve garantizada por una extensa red de rutas provinciales y carreteras nacionales, que incluye:

- Ruta Nacional 7
- Ruta Nacional 8
- Ruta Nacional 9
- Ruta Nacional 19
- Ruta Nacional 20
- Ruta Nacional 35
- Ruta Nacional 36
- Ruta Nacional 38
- Ruta Nacional 60
- Ruta Nacional 158

Medios de Transporte Utilizados

La participación de diferentes medios de transporte en el turismo de Córdoba durante el año 2022 es significativa y refleja las preferencias de los visitantes que llegan a la provincia.

A continuación, se detallan los porcentajes de uso de cada medio de transporte como parte del total de turistas en el destino:

Tabla 3: Medios de transporte utilizado

MONITOR: Turismo Interno								
Año	Provincia	Tipo de Transporte	Valor	CV %	Valor Región	CV % Región	Valor Nacional	CV % Nacional
2022	Córdoba	Automóvil	78,86%	3,86%	78,86%	3,86%	75,42%	2,12%
2022	Córdoba	Ómnibus	16,14%	15,91%	16,14%	15,91%	14,46%	8,00%
2022	Córdoba	Avión	2,11%	34,28%	2,11%	34,28%	7,21%	10,96%
2022	Córdoba	Resto	2,89%	56,09%	2,89%	56,09%	2,91%	20,82%

Fuente: [SINTA](#)

Análisis de los Datos de Transporte

1. Automóvil: El medio más utilizado, con una participación del 78,86%, resalta la preferencia de los turistas por viajar en vehículo propio. Esto indica la importancia de las rutas y la infraestructura vial en la experiencia turística, destacando la necesidad de mantener y mejorar las carreteras.

2. Ómnibus: Con un 16,14% de participación, los ómnibus son una opción común entre los turistas, reflejando la existencia de servicios de transporte interurbano accesibles y que complementan el uso del automóvil.

3. Avión: Aunque solo representa un 2,11%, se observa un incremento del 34,28% interanual, lo que podría indicar una creciente preferencia por los vuelos, especialmente entre turistas que llegan de otros estados o que buscan combinar su visita a Córdoba con otros destinos.

4. Otros medios de transporte: Este grupo, que abarca taxis, transporte alternativo, y otros, se traduce en un 2,89% de participación, mostrando una tendencia de crecimiento del 56,09% interanual, probablemente apoyada por la expansión de servicios de movilidad alternativos en las áreas urbanas.

Las diversas regiones turísticas de Córdoba

La provincia de Córdoba ha declarado todo su territorio como zona de “Interés Turístico General” conforme lo establece la [Ley provincial 10.312 sobre Regionalización](#)

Asimismo, se puede conocer las [localidades comprendidas](#) por cada región turística, conforme la mencionada ley.

Dicha ley establece la división de la provincia en **doce áreas turísticas** distintas, cada una caracterizada por su singularidad geográfica, cultural, natural y climática, así como una amplia variedad de atractivos. A continuación, se detallan dichas áreas:

a) **Traslasierra:** Incluye el territorio de los Departamentos San Javier y San Alberto.

b) **Noroeste:** Comprende los Departamentos Pocho, Minas y Cruz del Eje.

c) **Norte:** Abarca los Departamentos Totoral, Ischilín y Sobremonte, así como las zonas situadas al oeste de la Ruta Provincial N° 32, específicamente en los Departamentos Río Seco y Tulumba.

d) **Sierras del Sur:** Se extiende por la Pedanía Río de los Sauces del Departamento Calamuchita y parte del Departamento Río Cuarto, delimitada al sur por la Ruta Provincial N° 30 (incluida) en el tramo entre la ciudad de Río Cuarto y el límite con la Provincia de San Luis. Al este, se limita por la Ruta Provincial N° 36 desde el límite con el Departamento Calamuchita hasta Río Cuarto (excluyendo las localidades entre Berrotarán y la Capital Alternativa de la Provincia). Esta área incluye completamente la ciudad de Río Cuarto.

e) **Calamuchita:** Comprende el área del Departamento Calamuchita (excluida la Pedanía Río de los Sauces) y los ejidos municipales de las ciudades de Río Tercero y Almafuerde.

f) **Paravachasca:** Engloba la sección del Departamento Santa María entre la Ruta Nacional N° 36 (incluida) y los límites departamentales hacia el oeste.

- l) **Pampa Agropecuaria:** Incluye el territorio del Departamento Río Segundo y los sectores que no pertenecen a otras áreas de los Departamentos Río Primero, San Justo, Santa María, Tercero Arriba, General San Martín, Unión, Marcos Juárez, Río Cuarto y Juárez Celman.

[illegible]

Imagen 13: Áreas Turísticas de la provincia de Córdoba

Fuente: Agencia Córdoba Turismo

Esta estructuración no sólo facilita la promoción del turismo, sino que también resalta la diversidad y riqueza de cada área dentro de la provincia.

Estas doce áreas se agrupan en siete regiones turísticas más amplias, ofreciendo una experiencia turística diversa:

1. **Región de la Historia:** Abarca las áreas de Sierras Chicas y Norte. Esta región es rica en sitios históricos, ofreciendo una visión del pasado colonial y el patrimonio cultural de Córdoba. Aquí se encuentra Villa Tulumba, un encantador destino turístico que destaca por su riqueza cultural, histórica y natural. Este pintoresco pueblo es conocido por su arquitectura colonial y su entorno rural que refleja la esencia de la tradición cordobesa. Villa Tulumba ha sido seleccionado como uno de los ["Best Tourism Villages"](#) por la Organización Mundial del Turismo (OMT), lo que la reconoce como un destino turístico que promueve un turismo sostenible y que mejora la calidad de vida de sus habitantes. Este reconocimiento resalta las iniciativas de la localidad para proteger su patrimonio cultural y natural, fomentar la participación comunitaria y ofrecer experiencias auténticas a los visitantes.

2. **Región de Punilla:** Incluye únicamente el área de Punilla. Conocida por sus impresionantes paisajes montañosos, pueblos encantadores y vibrante vida cultural, Punilla es un destino favorito para turistas nacionales e internacionales. Esta región está rodeada por cordones serranos. Villa Carlos Paz es el principal destino, atrayendo visitantes por su Lago San Roque y su amplia oferta de servicios recreativos. Con más de treinta destinos, Punilla es ideal para actividades como senderismo, cabalgatas y rappel. Entre sus principales atractivos naturales se encuentran el Macizo Los Gigantes y el Cerro Uritorco.

3. **Región de Traslasierra:** Comprende las áreas de Traslasierra y Noroeste. Esta región presume paisajes espectaculares, incluyendo cañones y valles, junto con pequeños pueblos pintorescos y oportunidades para actividades de aventura. Se destaca por sus impresionantes entornos naturales y la singular armonía entre su paisaje y el espíritu serrano. Un majestuoso cordón montañoso lo separa del resto de la provincia, y su acceso a través de la Ruta de las Altas Cumbres se convierte en un atractivo en sí mismo. La vegetación nativa, el reconocido microclima y los amplios espejos de agua convierten esta región en un destino ideal para el descanso y la recreación. Además, cuenta con una infraestructura completa de servicios que incluye alojamientos de diversas categorías, campings y restaurantes, y alberga más de veinte localidades turísticas en un recorrido de apenas 100 kilómetros.

4. **Región de los Grandes Lagos:** Cubre las áreas de Paravachasca, Calamuchita y Sierras del Sur. Esta región es un paraíso para quienes buscan relajarse a orillas de los lagos, practicar actividades al aire libre y disfrutar de la serenidad de la naturaleza. Los lagos son centros de deportes acuáticos y recreación. Sierras del Sur está situada entre las últimas estribaciones de las sierras grandes y la llanura sur de la provincia, esta región fusiona ambientes rurales y serranos. Su entorno es propicio para actividades al aire libre y posee una rica herencia cultural, con pictografías indígenas en el Cerro Intihuasi, uno de los yacimientos arqueológicos más importantes de la provincia. Paravachasca es una localidad al suroeste de Córdoba, esta región integra naturaleza y cultura. La ciudad de Alta Gracia destaca por su relevancia histórica y religiosa. Paravachasca cuenta con ríos tranquilos, balnearios y el Dique Los Molinos, donde se pueden realizar actividades de pesca y deportes acuáticos. Calamuchita está ubicada al suroeste de la capital, esta región combina paisajes serranos con arquitectura de estilo centroeuropeo. Alberga grandes cuerpos de agua como el Dique Los Molinos y el Embalse Cerro Pelado, ideales para la pesca y deportes acuáticos.

5. **Región de la Capital:** Se centra únicamente en el área Capital (Ciudad de Córdoba). Esta área ofrece una combinación de arquitectura histórica, escenas culturales vibrantes, mercados bulliciosos y una experiencia urbana moderna. Córdoba Capital, flanqueada por el Río Suquía, ha emergido como un centro estratégico del Corredor Bioceánico. Su moderna infraestructura y servicios la posicionan como un destino principal para congresos y convenciones. La ciudad destaca por su patrimonio histórico, religioso y académico, con una fusión de arquitectura colonial y contemporánea, además de amplios espacios verdes que invitan al disfrute de residentes y turistas.

6. **Región del Mar de Ansenúza (Mar Chiquita):** Ubicada al noreste, esta región está en torno a la Laguna de Ansenúza o Mar Chiquita, donde se encuentra la Reserva de Uso Múltiple “Bañados del Río Dulce y Laguna Mar Chiquita”. Este es uno de los humedales salinos más grandes de Latinoamérica y ocupa el quinto lugar en el mundo, con una biodiversidad que incluye más de 350 especies de aves, lo que le ha valido ser designada como sitio RAMSAR de importancia internacional. Además de su impresionante biodiversidad, la región de Mar de Ansenúza es un lugar ideal para quienes disfrutan de la observación de aves y la fotografía de naturaleza, convirtiéndose en un punto de encuentro para apasionados de la ornitología. Los visitantes pueden explorar recorridos interpretativos que destacan la importancia ecológica de los humedales, así como participar en actividades al aire libre como pesca, paseos en kayak y navegación. La belleza escénica de la laguna se complementa con su rica historia cultural, que incluye comunidades locales y su relación con el entorno natural, ofreciendo una experiencia turística enriquecedora y sostenible.

7. **Región de la Llanura:** Incluye las áreas de Pampa Agropecuaria y Lagunas y Fortines y representa el corazón agrícola de Córdoba, donde se fusionan

paisajes vastos de pampas con una rica herencia cultural e histórica. Esta región ofrece a los visitantes la oportunidad de experimentar la vida rural, explorando extensas plantaciones y disfrutando de actividades agrarias, como el ecoturismo y el agroturismo.

Entre sus atractivos se destacan las lagunas que son ideales para la observación de aves y actividades recreativas, así como los históricos fuertes que narran la historia del periodo colonial, como el Fuerte de Córdoba y el Fuerte de San Fernando.

Patrimonio Natural

Parques Nacionales en Córdoba

La provincia de Córdoba alberga tres [parques nacionales](#) que son referentes en belleza natural, biodiversidad y oportunidades para la recreación al aire libre.

1. Parque Nacional Quebrada del Condorito

Este parque es célebre por su impresionante quebrada, que ofrece vistas panorámicas sin igual.

Es el hábitat del cóndor andino, un ave emblemática de la región. Los visitantes tienen la oportunidad de explorar senderos que conducen a miradores estratégicos, desde donde pueden observar el majestuoso vuelo de los cóndores y disfrutar de la espectacularidad del paisaje montañoso que rodea el parque.

Esta experiencia única no solo promueve la apreciación de la naturaleza, sino que también resalta la importancia de la conservación de especies amenazadas.

[Ley de creación del Parque Nacional Quebrada del Condorito](#)

2. Parque Nacional Traslasierra

Ubicado en la antigua Estancia Pinas, al noroeste de la provincia, este parque ofrece un importante testimonio de la cultura comechingón y presenta una capilla del siglo XIX. En su extenso territorio, que también representa una muestra del Chaco Seco —una de las ecorregiones más amenazadas del mundo—, se incluye una porción del bosque chaqueño serrano. Este ambiente se puede observar en los faldeos occidentales de las Sierras de Pocho, proporcionando a los visitantes la posibilidad de explorar y comprender la rica historia cultural y natural del área.

[Ley de creación del Parque Nacional Traslasierra](#)

3. Parque Nacional Ansenuza

Conocido como el Mar de Ansenuza, este parque alberga el mayor lago salado de Sudamérica. Este humedal es fundamental para la conservación de la biodiversidad a nivel global, ya que, junto con los Bañados del Río Dulce, reúne el 66% de todas las especies de aves migratorias y playeras registradas en Argentina.

Reconocido por su importancia ecológica, el parque ha sido designado como Sitio Ramsar, Área Importante para la Conservación de las Aves (AICA), y se encuentra en la Red Hemisférica de Reservas de Aves Playeras. Además de ser un refugio para la biodiversidad, representa uno de los principales atractivos turísticos del centro del país.

[Ley de creación del Parque Nacional de Ansenúza](#)

Áreas Naturales Provinciales en Córdoba

La creación y funcionamiento de áreas naturales, conforme a la [Ley 6964/83](#), constituyen una estrategia efectiva para la conservación de la naturaleza en la provincia de Córdoba.

Este enfoque permite la regulación y control de los regímenes de conservación y uso de ambientes y recursos, logrando un equilibrio entre las necesidades humanas y la preservación de la vida silvestre.

Actualmente, el Ministerio de Ambiente y Economía Circular gestiona un total de treinta (30) áreas naturales protegidas (ANP), cada una establecida mediante distintos instrumentos legales. De estas, doce (12) áreas fueron creadas por decreto provincial del Poder Ejecutivo, diecisiete (17) por ley provincial a través del Poder Legislativo, y una (1) por resolución de la Secretaría de Ambiente.

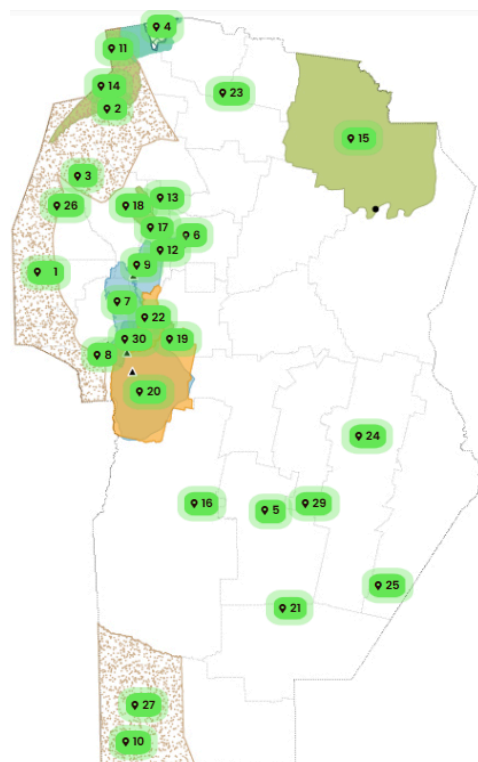


Imagen 14: Áreas Naturales Provinciales
Fuente: Sitio Web Provincia de Córdoba

Listado de Áreas Naturales Provinciales

1. Parque Natural Provincial y Reserva Forestal Natural Chancaní
2. Refugio de Vida Silvestre Monte de las Barrancas
3. Refugio de Vida Silvestre Paso Viejo
4. Refugio de Vida Silvestre Provincial Salinas de Ambargasta
5. Reserva Natural de Fauna Laguna La Felipa
6. Reserva Hídrica Natural Parque La Quebrada
7. Reserva Hídrica Provincial de Achala
8. Reserva Hídrica Natural Calamuchitana
9. Reserva Hídrica Los Gigantes
10. Reserva Forestal Natural Estancia Ralico
11. Reserva Forestal Natural Provincial Perisalina de Ambargasta
12. Reserva Forestal Natural Provincial Sierras de Punilla
13. Reserva Natural Forestal Cerro Uritorco
14. Reserva Provincial de Uso Múltiple Salinas Grandes
15. Reserva Provincial de Uso Múltiple Bañados del Río Petri (Dulce) y Laguna Mar Chiquita
16. Reserva Provincial de Uso Múltiple Corredor del Chocancharava
17. Reserva Natural Provincial de Uso Múltiple de Vaquerías
18. Reserva Provincial de Uso Múltiple Orco Quebracho de la Cuenca Media del Río Quilpo
19. Reserva de Uso Múltiple Paravachasca
20. Reserva Recreativa Natural Calamuchitana
21. Reserva Recreativa Natural Laguna La Chanchera y su Perilago
22. Reserva Recreativa Natural Valle del Cóndor
23. Reserva Cultural Natural Cerro Colorado
24. Reserva Natural Parque Municipal Francisco Tau
25. Reserva Natural Laguna de Las Tunas
26. Corredor Biogeográfico del Chaco Árido
27. Corredor Biogeográfico del Caldén
28. Refugio de Vida Silvestre Santuario del Cóndor
29. Reserva Natural Laguna de Las Tunitas
30. Reserva Provincial de Uso Múltiple La Cumbrecita

Registro de Visitaciones a Áreas Naturales Protegidas

Los datos de visitación a áreas naturales protegidas de carácter nacional, obtenidos de la Administración de Parques Nacionales (APN), revelan estadísticas interesantes para el año 2022:

Tabla 4: Registro visitas Áreas Naturales Protegidas

MONITOR: Áreas Naturales

Año	Provincia	Parque	Origen	Visitas
2022	Córdoba	Quebrada Del Condorito	No residentes	572
2022	Córdoba	Quebrada Del Condorito	Residentes	13574
2022	Córdoba	Traslasierra	Residentes	1203

Fuente: [SINTA](#)

Análisis del Registro de Visitantes

Los registros de visitantes muestran un notable interés en las áreas naturales de Córdoba, con un total de 13,574 visitas de residentes al Parque Nacional Quebrada del Condorito, lo que evidencia su popularidad entre la población local. Este parque, que también recibió 572 visitantes no residentes, se destaca como un atractivo turístico principal en la provincia, probablemente por su belleza escénica y la posibilidad de observar el cóndor andino en su hábitat natural.

Comparativamente, el parque de Traslasierra, con 1,203 visitas de residentes, muestra un interés más moderado, lo que podría sugerir un menor reconocimiento o promoción en comparación con la Quebrada del Condorito. Esto presenta una oportunidad para fomentar el turismo en Traslasierra mediante campañas de sensibilización y mejoras en la infraestructura turística.

Infraestructura turística

Oferta hotelera

Se presentan los datos oficiales reflejados en el Padrón Único Nacional de Alojamiento (PUNA), el cual es el resultado de un proceso de armonización y consolidación de la información aportada por los organismos provinciales y municipales de turismo a través de sus registros administrativos y por el INDEC a partir del registro del marco poblacional de la Encuesta de Ocupación hotelera y Parahotelera (EOH).

La provincia de Córdoba cuenta con 2.850 establecimientos, lo que significa un total de 92.476 plazas.

Plazas por provincia - año 2023

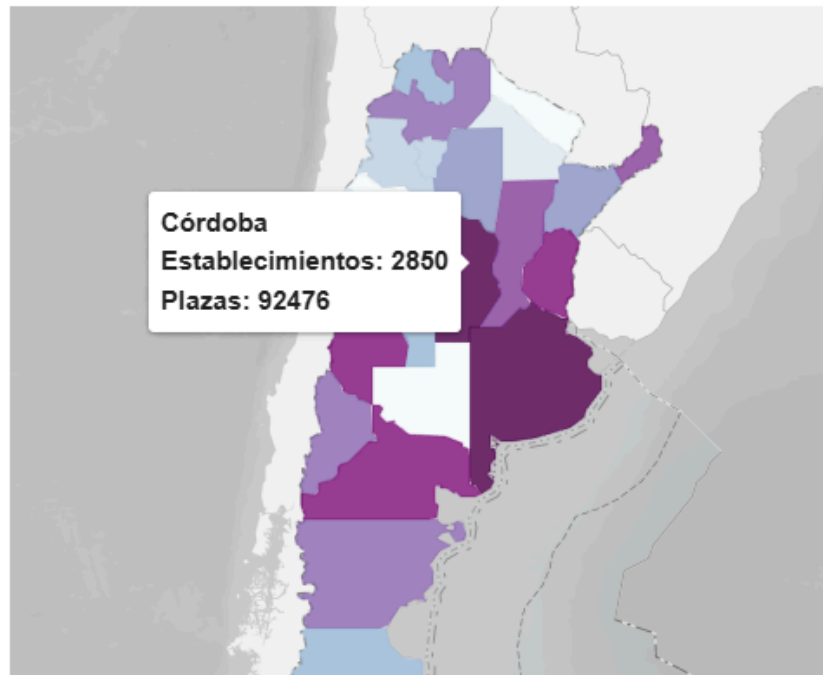


Imagen 15: Plaza hotelera Córdoba

Fuente: [PUNA](#)

Análisis de la Ocupación Hotelera en la Provincia de Córdoba

De acuerdo a los datos proporcionados, la oferta hotelera en Córdoba para el año 2022 se desglosa de la siguiente manera:

Tabla 5: Ocupación Hotelera en la Provincia de Córdoba

MONITOR: Oferta Hotelera						
Año	Provincia	Tipo	Establecimientos	% establecimientos	Plazas	% plazas
2022	Córdoba	Hoteleros	738	26,2%	47670	52,2%
2022	Córdoba	Otros colectivos	834	29,6%	12181	13,3%
2022	Córdoba	Parahoteleros	1245	44,2%	31414	34,4%

Fuente: Indicadores relevantes de la oferta hotelera y parahotelera proveniente del Padrón Único Nacional de Alojamientos ([PUNA](#))

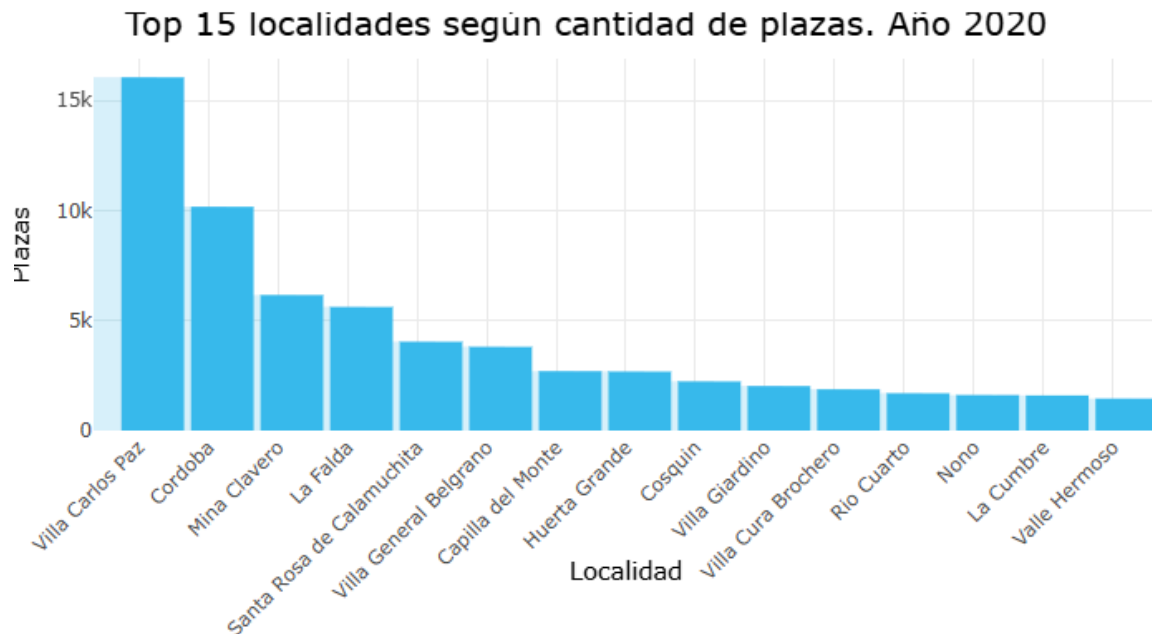


Gráfico 10: Localidades según cantidad de plazas
Fuente: Oferta hotelera - Datos PUNA

- Parahoteleros: Representa el mayor número de establecimientos (1.245) y un 44,2% de la oferta total. Sin embargo, su capacidad de plazas es de 31.414, lo que significa que, aunque hay más establecimientos, cada uno ofrece menos capacidad total en comparación con los hoteleros.

- Hoteleros: Con 738 establecimientos, constituyen el 26,2% de la oferta, pero ofrecen una mayor capacidad, con 47.670 plazas, representando el 52,2% del total. Esto indica que, en promedio, los hoteles tienen una mayor capacidad de alojamiento por establecimiento, atrayendo así a una mayor cantidad de turistas.

- Otros Colectivos: Aunque tienen un número significativo de establecimientos (834), representan solo un 13,3% de las plazas, lo que sugiere que estos no son alojamientos de gran capacidad o que están dirigidos a un segmento específico de turistas.

Tipo de Alojamiento Utilizado

El tipo de alojamiento utilizado por los turistas que visitan Córdoba en 2022 se muestra a continuación:

Tabla 6: Tipo de Alojamiento Utilizado

MONITOR: Turismo Interno									
Año	Provincia	Tipo de Alojamiento	Valor	CV %	Valor Región	CV % Región	Valor Nacional	CV % Nacional	
2022	Córdoba	Vivienda alquilada por temporada	17,25%	20,41%	17,25%	20,41%	17,88%	8,66%	
2022	Córdoba	Vivienda de familiares y amigos	25,75%	14,35%	25,75%	14,35%	30,40%	5,63%	

2022	Córdoba	Segunda vivienda del hogar	24,81%	18,83%	24,81%	18,83%	24,69%	11,56%
2022	Córdoba	Hotel o similar hasta 4 estrellas	22,20%	13,77%	22,20%	13,77%	20,57%	6,71%
2022	Córdoba	Hotel similar 4 o 5 estrellas	3,32%	50,01%	3,32%	50,01%	3,28%	19,06%
2022	Córdoba	Camping	6,43%	55,07%	6,43%	55,07%	2,79%	23,51%
2022	Córdoba	Resto	0,24%	44,21%	0,24%	44,21%	0,40%	24,42%

Fuente: [SINTA](#)

- Vivienda de familiares y amigos: Con un 25,75%, es el tipo de alojamiento más utilizado, lo que refleja una tendencia a visitar familiares o amistades en lugar de optar por alojamientos comerciales, siendo una práctica común entre los turistas.

- Segunda vivienda del hogar: Este tipo de alojamiento sigue de cerca a la vivienda de familiares, con un 24,81%, lo que podría indicar una cultura de poseer segundas viviendas para el esparcimiento, especialmente en zonas turísticas.

- Hoteles hasta 4 estrellas: Con un 22,20%, muestran un buen nivel de aceptación entre los visitantes que buscan una experiencia hotelera formal, mientras que los hoteles de 4 a 5 estrellas tienen una participación del 3,32%, sugiriendo que aún existe un nicho por atraer en el mercado.

- Camping: Representando el 6,43% del total de alojamientos utilizados, el camping ha visto un fuerte aumento en su popularidad, especialmente entre los turistas que buscan una experiencia más cercana a la naturaleza y al aire libre. Esto puede estar influenciado por la tendencia creciente hacia el ecoturismo y la búsqueda de experiencias únicas de viaje.

- Otros Tipos de Alojamiento: El segmento clasificado como "Resto" solo representa el 0,24%, lo que sugiere que existen pocas alternativas no convencionales o que los turistas prefieren optar por formas de alojamiento más tradicionales.

Comparación Regional y Nacional

- En comparación con las estadísticas nacionales, los turistas en Córdoba optan en mayor medida por alojamientos familiares y segundas viviendas. Esto puede indicar una preferencia por mantener un vínculo familiar o aprovechar propiedades en lugares turísticos.

- La ocupación hotelera en Córdoba se sitúa cerca de la media nacional, con una tendencia notable hacia el uso de viviendas temporales y familiares. Esto resalta la cultura de hospedarse en entornos familiares más que en hoteles, lo que podría influir en las estrategias de marketing turístico y en la oferta de servicios.

Turismo interno

Estadísticas Generales del Turismo Interno

Los datos de turismo interno en Córdoba para el año 2022 presentan una visión integral del comportamiento de excursionistas y turistas, así como del gasto total y las pernoctaciones. Se presentan estadísticas resumen acompañadas de los valores de sus coeficientes de variación (CV) según provincia de destino, junto con las estadísticas correspondientes de la región a la cual pertenece la provincia y las estadísticas a nivel nacional.

A continuación, se resumen los principales indicadores:

Tabla 7: Turismo interno Córdoba

MONITOR: Turismo Interno								
Año	Provincia	Indicador	Valor	CV %	Valor Región	CV % Región	Valor Nacional	CV % Nacional
2022	Córdoba	excursionistas	3.463.463	10,5%	3.463.463	10,5%	32.911.413	4,8%
2022	Córdoba	turistas	3.992.970	10,4%	3.992.970	10,4%	31.047.267	5,0%
2022	Córdoba	gasto total (pesos constantes)	164.797.407.344	16,8%	164.797.407.344	16,8%	1.142.863.451.537	4,8%
2022	Córdoba	pernoctaciones	19.070.479	12,0%	19.070.479	12,0%	153.123.205	4,8%

Fuente: [Yvera](#)

Análisis de los Indicadores Generales

- Excursionistas y Turistas: Córdoba recibió 3.463.463 excursionistas y 3.992.970 turistas. La estabilidad en las cifras sugiere un interés sostenido en la provincia como destino turístico. Sin embargo, las cifras de excursionistas son notablemente altas en comparación con los turistas que pernoctan, indicando que muchos visitantes realizan viajes de un solo día.

- Gasto Total: El gasto total asciende a 164.797 millones de pesos constantes, con un coeficiente de variación del 16,8%. Este gasto relativamente elevado resalta la importancia del turismo como motor económico en Córdoba, a pesar del coeficiente relativamente alto que podría sugerir cierta variabilidad en los datos.

- Pernoctaciones: Las 19.070.479 pernoctaciones indican una robusta actividad hotelera y una buena ocupación, mostrando que un grupo considerable de turistas elige quedarse en la provincia más allá de un viaje de un día.

Distribución según Grupo Etario

Tabla 8: Distribución según Grupo Etario

MONITOR: Turismo Interno								
Año	Provincia	Grupo Etario	Valor	CV %	Valor Región	CV % Región	Valor Nacional	CV % Nacional
2022	Córdoba	60 años o más	26,32%	8,82%	26,32%	8,82%	30,55%	3,57%
2022	Córdoba	30 a 44 años	18,90%	13,58%	18,90%	13,58%	23,09%	5,82%
2022	Córdoba	45 a 59 años	27,95%	11,81%	27,95%	11,81%	20,87%	5,16%
2022	Córdoba	14 a 29 años	26,83%	11,68%	26,83%	11,68%	25,48%	4,38%

Fuente: [Yvera](#)

Análisis por Grupo Etario

- La distribución por grupos etarios muestra un equilibrio en el flujo de turistas, donde los 60 años o más (26,32%) y los 45 a 59 años (27,95%) representan una proporción significativa. Esto indica que los viajeros mayores están activos en el turismo interno, lo que sugiere la necesidad de adaptar actividades y servicios a sus preferencias.

- El grupo de 30 a 44 años (18,90%) tiene una representación menor, a pesar de su potencial como turistas que buscan escapadas y experiencias. Los 14 a 29 años (26,83%) muestran un interés considerable, lo que podría estar relacionado con la búsqueda de ocio y actividades recreativas.

- A nivel nacional, Córdoba mantiene tendencias similares, aunque con una representación más alta en el grupo de 60 años o más. Dada la elevada participación de turistas de 60 años o más, es crucial desarrollar ofertas turísticas que incluyan actividades accesibles, servicios de salud y bienestar, así como opciones culturales que se alineen con sus intereses.

Motivos del Viaje

Distribución del principal motivo del viaje como porcentaje del total de turistas en el destino.

Tabla 9: Motivos de viajes

MONITOR: Turismo Interno								
Año	Provincia	Motivo del Viaje	Valor	CV %	Valor Región	CV % Región	Valor Nacional	CV % Nacional
2022	Córdoba	Ocio, esparcimiento, recreación	72,27 %	5,36%	72,27%	5,36%	69,33%	2,53%
2022	Córdoba	Visita a familiares o amigos	23,43 %	15,81 %	23,43%	15,81%	26,61%	6,16%
2022	Córdoba	Trabajo, s profesionales	0,45%	56,49 %	0,45%	56,49%	1,76%	23,98%

202 2	Córdoba	Resto	3,85%	36,65 %	3,85%	36,65%	2,31%	21,19%
----------	---------	-------	-------	------------	-------	--------	-------	--------

Fuente: [Yvera](#)

Análisis de los Motivos del Viaje

- Ocio, esparcimiento y recreación: Con 72,27%, representa el principal motivo de viaje en Córdoba. Esta alta proporción refuerza la idea de que la provincia es percibida como un destino ideal para el turismo de ocio, lo que invita a los operadores turísticos a enfocar sus esfuerzos en crear y publicitar actividades recreativas, eventos culturales y propuestas de esparcimiento.
- Visita a familiares o amigos: Constituye el segundo motivo más común con 23,43%. Esto indica que la proximidad geográfica y las relaciones familiares son un fuerte atractivo. Las campañas turísticas podrían incluir elementos de conexión familiar y redes sociales para promover el turismo en familia.
- Trabajo o razones profesionales: Con un escaso 0,45%, sugiere que el turismo de negocios es una fracción mínima del total. Hay una oportunidad para fomentar este segmento mediante la promoción de instalaciones adecuadas para conferencias y eventos corporativos, además de destacar los atractivos turísticos que se pueden disfrutar durante las visitas de trabajo.
- Resto: El 3,85% en esta categoría indica motivos menos comunes.

1.5.2. Análisis del Marco Normativo del Turismo en Córdoba

La actividad turística de la Provincia de Córdoba cuenta con un amplio marco normativo y legal que encuadra y promueve el desarrollo del sector.

Este relevamiento se realizó con el objetivo de identificar las normativas que regulan, restringen o promueven las actividades turísticas. El capítulo se organiza comenzando por las leyes de alcance nacional relacionadas con el turismo, aunque se observa que muchas de estas normativas están desactualizadas respecto a la realidad actual, lo que otorga mayor relevancia a las leyes provinciales.

En primer lugar, se presenta un resumen del marco legal fundamental para el turismo en Argentina, destacando principalmente la Ley Nacional de Turismo N° 25.997, promulgada en 2004 y publicada en el Boletín Oficial en enero de 2005. Esta ley dota de un marco regulatorio a la actividad turística en el país, definiendo qué se considera actividad turística y estableciendo los organismos y actores que administran el sector.

Además, se incluye una revisión del marco normativo de la actividad turística vigente en la provincia. Para la selección y análisis de las leyes, se tuvo en cuenta información proveniente de recopilaciones realizadas por organismos públicos.

Es importante señalar que las normativas municipales, aunque influyen considerablemente en las actividades turísticas, no están incluidas en este

relevamiento. Estas se contemplarán en el diagnóstico de casos testigos de las localidades pertinentes.

Tabla 10: Cuadro normativo vinculado al turismo de la Provincia de Córdoba

Legislación turística cordobesa				
Nombre	Número	Carácter	Año	Resumen
Ley Nacional de Turismo	25.997	Nacional	2005	La Ley Nacional de Turismo establece un marco sólido para el desarrollo turístico. Su reglamentación fue emitida en 2006, estableciendo operaciones para las entidades creadas por la ley. Esta normativa define la actividad turística y diferencia entre sus vínculos directos e indirectos. Incluye los objetivos y principios de la actividad turística, así como la conformación del sector, la creación de un comité interministerial de facilitación turística, y las funciones de la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación y del Consejo Federal de Turismo. También se destacan la creación y reglamentación del Instituto Nacional de Promoción Turística, el régimen financiero para la implementación de la ley, y el fondo nacional de turismo, que incluye incentivos de fomento turístico, programas de inversión, y medidas de protección al turista, además de promover el turismo social.
https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/100000-104999/102724/norma.htm				
Estatuto de la Agencia Córdoba Turismo	8.792	Provincial	1999	Se aprueba el Estatuto de la AGENCIA CÓRDOBA TURISMO SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA creada por Ley N° 8779/99 y Decreto Reglamentario N° 1587/99
https://leyes.justiciacordoba.gob.ar/cgi-bin/koha/opac-retrieve-file.pl?id=04349aa7837daa6ea2e9b727abbd54d7				
Ley de Turismo	9.124	Provincial	2003	Esta ley reconoce a la actividad turística como de interés prioritario, apuntando al desarrollo integrado de la provincia como unidad de desarrollo turístico. Define el turismo como un conjunto de actividades generadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su residencia habitual, sin fines de lucro,

				usando recursos que no pertenecen al centro receptivo.
https://www.argentina.gob.ar/normativa/provincial/ley-9124-123456789-0abc-defg-421-9000ovorpyel/actualizacion				
Regionalización turística provincial	10.312	Provincial	2015	Declárase de “Interés Turístico General” al territorio de la Provincia de Córdoba. Se crean áreas turísticas y regiones turísticas.
http://web2.cba.gov.ar/web/leyes.nsf/85a69a561f9ea43d03257234006a8594/9afecd4c81d741be03257f090072777e?OpenDocument				
Turismo Alternativo	8.801	Provincial	1999	Establece las modalidades del turismo alternativo, que incluye: - Ecoturismo - Turismo de Aventura - Turismo Rural - Turismo Cultural - Turismo de Salud - Turismo Deportivo También se reconocen diversas actividades relacionadas, como: - Actividades Aéreas - Actividades Náuticas - Buceo - Cabalgatas - Caminatas - Cicloturismo - Escalada
https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2018/08/6LeyDecretoTA.pdf				
Régimen de Promoción y Desarrollo Turístico para la Provincia de Córdoba	7.232	Provincial	2000	Esta ley establece el Régimen de Promoción y Desarrollo Turístico en la provincia de Córdoba, indicando que la Agencia Córdoba Turismo es el organismo responsable de su implementación. Incluye actividades como: - Espeleísmo - Observación de Flora y Fauna - Safari Fotográfico - Supervivencia
https://www.argentina.gob.ar/normativa/provincial/ley-7232-123456789-0abc-defg-232-7000ovorpyel/actualizacion				

Ley de Alojamiento Turísticos	6.483	Provincial	1980	Regula el servicio de alojamiento en Córdoba. Detalla las normativas que deben cumplir los establecimientos para operar como alojamiento y las sanciones por incumplimiento. Todos los establecimientos deben estar registrados en la dirección de turismo, que les asignará su clase y categoría, o los considerará no categorizados, autorizando su denominación genérica conforme a la normativa vigente.
https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2019/03/ley.pdf				
Decreto reglamentario a la Ley de Alojamiento Turístico	D.R. N° 1.681/18	Provincial	2018	Decreto reglamentario a la Ley de Alojamiento Turístico
https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2019/03/DECRETO-REGLAMENTARIO-N%C2%B0-1681.18-2.pdf				
Campamento Turístico	D.R. N° 6.658/86	Provincial	1986	Reglamentación de la actividad
https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2018/08/LeydeCampamento.pdf				
Colonia de Vacaciones	D.R. N° 3131/77	Provincial	1977	Reglamentación de la actividad
https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2019/07/14-DECRETO-3131CONONIADE-VACACIONES.pdf				
Registro de tarifas	Resol. N° 11/00	Provincial	2000	Registro de tarifas
https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2019/07/15-TARIFAS.pdf				
Agentes de Viaje	18.829	Nacional	1970	Disposiciones sobre agencias de viajes
https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2018/08/17LEY18829.pdf				
Turismo accesible	25.643	Nacional	2002	La legislación argentina en materia de accesibilidad turística es un marco legal esencial que busca garantizar que todas las personas, incluidas aquellas con discapacidad, tengan igualdad de oportunidades para disfrutar de las ofertas turísticas del país. La ley se centra en la facilitación del turismo para personas con discapacidad, estableciendo que todas las prestaciones de servicios turísticos deben adaptarse a los principios del diseño universal.
https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25643-77719				

Accesibilidad para Personas con Movilidad Reducida	24.314	Nacional	2012	La Ley 24.314, que aborda la accesibilidad para personas con movilidad reducida, complementa estos esfuerzos y ha sido actualizada por la Ley 22.431, que se enfoca específicamente en el turismo accesible. Gracias a estos marcos normativos, Argentina avanza en la creación de un sector turístico más inclusivo y receptivo a las necesidades de todos los visitantes.
Discapacidad	22.431	Nacional	1981	
https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-24314-713/texto https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2018/08/17LEY18829.pdf				
Ley General de Ambiente	25.675	Nacional	2002	Esta ley establece los presupuestos mínimos para la preservación, protección y mejoramiento del ambiente, abordando aspectos importantes relacionados con el turismo sostenible
https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25675-79980/texto				
Ley de Sostenimiento y Reactivación Productiva de la Actividad Turística Nacional	27.563	Nacional	2020	Esta ley busca promover la actividad turística de manera sostenible y contribuir a su reactivación
https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/235135/20200921				
Zonas de Riesgo	D.R. N°1.525/12	Provincial	2012	Reglamentación ley 9856
https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2019/07/Decreto-1525-12-Zonas-Riesgo.pdf				

Fuente: Elaboración propia en base a la [compaginación legislativa realizada por la ACT](#)

1.5.3. Desarrollo de la Oferta Turística

Productos turísticos

Según la definición proporcionada por la ONU Turismo, un producto turístico es *“una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, la cultura y el servicio, que forman parte de la experiencia de un viajero en un destino”*³. Este concepto va más allá de los bienes físicos, abarcando tanto los servicios como las características únicas que presenta un destino. En esencia, el

³ Naciones Unidas. (s.f.). Definición de producto turístico. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/>

producto turístico se refiere a un sistema de componentes interrelacionados que permite a las personas viajar y realizar actividades que satisfacen sus necesidades y deseos. Por lo tanto, engloba la suma de todos los elementos que configuran una experiencia turística integral.

La Provincia cuenta con diversos desarrollos turísticos, muchos de ellos con la institucionalización de “rutas turísticas” y “Rutas escénicas”.

Las **rutas turísticas** son recorridos planificados específicamente para permitir a los viajeros explorar y apreciar las virtudes destacables de un lugar turístico, incluyendo su cultura, historia y naturaleza. Estas rutas están diseñadas para ofrecer una experiencia cohesiva y enriquecedora, permitiendo a los visitantes sumergirse en las características únicas del destino.

Por otro lado, las **rutas escénicas** son carreteras o caminos que atraviesan paisajes espectaculares y pueden incluir vistas panorámicas, puntos de interés naturales y evocaciones de hechos históricos relevantes. Estas rutas se caracterizan por sus vistas impresionantes y su capacidad de conectar al viajero con la belleza natural del entorno, así como con la cultura local. Ambas opciones son ideales para quienes buscan experiencias memorables en su viaje.

1. Camino del olivo

Se puede disfrutar en Cruz del Eje (área Noroeste) de las extensas plantaciones de olivo que producen algunos de los aceites de oliva y aceitunas de mesa más finos del país. En los establecimientos que brindan servicios turísticos los visitantes pueden disfrutar de recorridos guiados, conocer los procesos productivos y participar en degustaciones con sabores únicos de la zona.

Este viaje por el Camino del Olivo de Córdoba continúa hacia los destinos de Villa Las Rosas, Las Tapias, Luyaba y La Paz (área Traslasierra), donde los olivares se integran armoniosamente con el entorno, ofreciendo paisajes únicos y una experiencia agroecológica auténtica. Además, la región ofrece una variedad de actividades complementarias, como talleres de cocina, mercados de productos y rutas de senderismo que enriquecen la propuesta, convirtiendo al Camino del Olivo en una experiencia turística inolvidable.

[La ruta del Olivo](#)

2. Camino del vino

El vino en Córdoba permite disfrutar de una experiencia única que combina bellos paisajes serranos, viñedos para recorrer y tradicionales bodegas y cavas para degustar excelentes variedades.

A la exquisita gastronomía regional y a la variada oferta hotelera se suma una propuesta imperdible para los sentidos. Los Caminos del Vino invitan a descubrir los

diversos valles turísticos y a deleitarse con la vitivinicultura local. De notable calidad, los vinos cordobeses resaltan cada vez más a nivel nacional, y son reconocidos y premiados a nivel internacional.

A su vez, gracias a la mixtura de condiciones agroecológicas y climáticas de sus diversas regiones, el vino cordobés posee una impronta diferente según los diversos suelos que lo ven crecer: el Norte cordobés, las Sierras Chicas, Traslasierra, Calamuchita o Punilla. En estos viñedos, destacan el Malbec, el Cabernet Sauvignon, el Pinot Noir y el Isabella (frambua), entre otros. Para disfrutar en familia o compartir con amigos, son más de veinte las bodegas y productores artesanales de vino que ofrecen visitas guiadas por sus establecimientos, catas y maridajes con platos regionales. Además, muchos de ellos completan la experiencia con actividades al aire libre, restaurantes de primer nivel y la posibilidad de descansar en sus hoteles y hospedajes.

La provincia de Córdoba cuenta con una vibrante industria vitivinícola, que incluye más de 50 productores y más de 30 establecimientos dedicados a ofrecer experiencias turísticas únicas. La posibilidad de realizar 24 tours virtuales de bodegas y otros establecimientos accesibles al público permite a los visitantes explorar la oferta vitivinícola de manera innovadora.⁴ Además, la existencia de una Cámara de Productores Vitivinícolas en la provincia refuerza la organización y promoción del sector, facilitando la colaboración entre productores.

Potencial de Crecimiento

El desarrollo de la oferta turística vitivinícola en Córdoba posee un gran potencial de expansión. Este crecimiento no solo puede potenciar la calidad del producto, sino también generar experiencias cada vez más atractivas para los visitantes. La implementación de estrategias de promoción, capacitación, mejoras en infraestructura y servicios, así como el desarrollo de nuevas experiencias turísticas, son esenciales para fortalecer una industria que ya atrae numerosos turistas y produce vinos de alta calidad.

La colaboración entre el sector público y privado es fundamental para formalizar estrategias y acciones que impulsen la promoción y comercialización del vino cordobés. Para alcanzar estos objetivos, es crucial una participación activa de todos los actores involucrados en la cadena de producción y distribución del vino.

Resultados Esperados a diciembre de 2024 (según el documento "Estrategias de impulso turístico. Programa de gestión 2024 – 2027 de la Agencia Córdoba Turismo")⁵

⁴ Agencia Córdoba Turismo. (2024). Estrategias de impulso turístico. Programa de gestión 2024 - 2027

⁵ Agencia Córdoba Turismo. (2024).

Reconocimiento del Vino Cordobés: Continuar dando a conocer las características, los reconocimientos obtenidos y la calidad del vino producido en Córdoba, con el fin de aumentar la atracción de enoturistas.

Promoción Internacional: Difundir el destino enoturístico cordobés en el mercado internacional, posicionándolo como una opción atractiva para turistas que buscan experiencias vitivinícolas.

Apoyo a Bodegas Sostenibles: Incentivar programas de apoyo para el desarrollo y certificación de bodegas sostenibles, promoviendo prácticas responsables y respetuosas con el medio ambiente.

Expansión de La Producción: Fomentar el aumento de hectáreas plantadas, ampliando la capacidad productiva y diversificando la oferta vitivinícola de la provincia.

[Caminos del vino](#)

3. El camino de Brochero

El Camino de Brochero es un producto turístico que recorre las etapas de la vida del Santo Argentino, abarcando su infancia, juventud, formación y su obra pastoral y social. Este circuito mayor se configura como una experiencia de turismo religioso, cultural y activo en la provincia de Córdoba.

Elementos Clave del Proyecto:

- Circuitos Internos: Se han creado 15 circuitos internos, que incluyen 2 Parques Temáticos: el Parque Temático Brochero Santo en Villa Cura Brochero y el Parque Temático Brochero Niño en Villa Santa Rosa, junto con 1 Centro de Interpretación en la Catedral de Córdoba.

- Hermanamiento: El 13 de febrero de 2023, el Camino de Brochero fue hermanado con el Camino de Santiago de Compostela.

- Unidad Ejecutora: Por decreto número 336 del 23 de marzo de 2023, se constituyó la “Unidad Ejecutora del Camino de Brochero” para administrar, diseñar y gestionar el camino.

- Sitio Web: Se lanzó el [sitio web](#) que incluye información general y un pasaporte digital.

- Infraestructura: Se completaron obras de infraestructura, incluyendo señalética y cartelería indicativa para los circuitos y el camino integrador.

- Sistema de Certificación: Se implementó un sistema para el sellado de pasaporte y entrega de certificado del peregrino.

- Contenido Multimedia: Se desarrollaron 50 audio guías, podcasts y un tablero de comando con un mapa interactivo.

Este complejo turístico busca ofrecer una inmersión significativa en la vida y legado del Santo Brochero, invitando a los visitantes a explorar su historia y contribuciones a la sociedad.

4. Rincones Mágicos de Córdoba

El objetivo de este programa es promover y fomentar destinos en la provincia que, por su identidad única, tengan el potencial de convertirse en íconos turísticos.

Los rincones mágicos de Córdoba son pueblos, localidades o lugares que se destacan por sus características singulares.

Estos atributos pueden reflejarse en su patrimonio natural y cultural, manifestándose a través de paisajes, características geográficas, arquitectura, tradiciones, gastronomía, historia, religión, artesanías y el origen de sus pobladores.

Se identificarán como pueblos rurales, gastronómicos, históricos, costeros y de montaña, entre otros.

Se establece que estos rincones deben contar con una estructura urbano-rural diferenciada, pequeña y acotada, que conserve la esencia de un pueblo en general. No se incluirán espacios reducidos como manzanas históricas, edificios patrimoniales aislados o localidades con arquitectura contemporánea que descontextualicen la identidad del lugar.

Las estrategias se definirán inicialmente según ejes temáticos, que servirán como base para valorar estos destinos.

Alcance:

- Amboy, Dpto. Calamuchita
- Los Reartes, Dpto. Calamuchita
- San Clemente, Dpto. Santa María
- Cerro Colorado, Dpto. Tulumba
- Villa Tulumba, Dpto. Tulumba

Punto de Partida

- Definición de conceptos, argumentos y criterios.
- Diagnóstico inicial de diversos destinos turísticos de la provincia.
- Selección de lugares, requisitos y propuestas (preselección de 6 destinos).
- Análisis y reporte del relevamiento.
- Creación de marca.

Actuaciones Estratégicas

Se proponen dos actuaciones estratégicas:

1. Gestión Turística:

- Proyectos Ejecutivos del Programa Rincones Mágicos: Financiamiento de cinco proyectos ejecutivos que servirán como soporte para la solicitud de un crédito internacional destinado a un plan integral de mejora y embellecimiento del destino. Esto incluye el desarrollo y seguimiento de señalización, iluminación, mejora de accesos según las características arquitectónicas locales, y la protección de cascos históricos, con cartelería informativa que destaque las singularidades de cada rincón mágico.

2. Postulación para el Programa de ONU Turismo - Best Tourism Villages:

- Este programa reconoce pueblos que representan destinos de turismo rural notables, que preservan y promueven valores culturales y naturales. Busca fomentar el turismo como motor del desarrollo rural y el bienestar comunitario. Finalmente, Villa Tulumba ganó el premio Best Tourism Village en 2024, consolidándose como un ejemplo destacado de los rincones mágicos de Córdoba.

Rutas escénicas

La riqueza del paisaje natural de Córdoba hace que se disfrute no sólo el destino sino el camino recorrido. En todo el territorio, atravesado por sierras, valles y ríos, la identidad de su gente y la fuerza de su trabajo han forjado caminos con identidad propia.

Recorrer estas rutas cordobesas ofrece un turismo multipropósito: de matices culturales, naturales, gastronómicos o incluso disfrutar del turismo de salud, dependiendo de los caminos y las paradas que cada quien decida elegir. Las Rutas Escénicas de Córdoba se identifican en 8 recorridos diferentes, que conjugan todas elementos fundamentales para disfrutar el andar: impacto visual, valor natural, historia, cultura, elementos arqueológicos y poder recreativo:

- Los Caminos de Ongamira (entre el valle de Ongamira y Punilla).
- Las Cumbres de Achala (que une Punilla y Traslasierra).
- Paisajes del Gran Lago (en la zona de Embalse Río Tercero y Villa Rumipal).
- Túneles y volcanes (en el Noroeste provincial que incluye San Carlos Minas y San Marcos Sierras).
- Sierra Alta (entre Tanti y La Falda).
- Camino de ríos y pinares (que abarca el ascenso serpenteante hacia el Observatorio Astronómico de Bosque Alegre).
- Camino del Cuadrado (que une Valle Hermoso con Río Ceballos).
- Calamuchita de altura (entre Villa General Belgrano y Santa Rosa de Calamuchita)

[RE1 – Ruta Escénica Cumbres de Achala](#)

[RE2 – Ruta Escénica Túneles y Volcanes](#)

[RE3- Ruta Escénica de la Sierra Alta](#)

[RE4- Ruta Escénica Camino El Cuadrado](#)

[RE5- Ruta Escénica Caminos de Ongamira](#)

[RE6 Ruta Escénica Camino de Ríos y Pinares](#)

[RE7- Ruta Escénica Calamuchita de Altura](#)

[RE8- Ruta Escénica Paisajes del Gran Lago](#)

Fuente: [Rutas escénicas de Córdoba](#)

Otros productos turísticos destacados de la provincia

Córdoba, destino de encuentros y reuniones

El objetivo es posicionar a la provincia de Córdoba como el principal destino de Turismo de Reuniones en el interior de Argentina, tanto para eventos nacionales como internacionales. Esto implica potenciar segmentos clave como Congresos y Convenciones, Ferias y Exposiciones, Viajes de Incentivo y Eventos Deportivos Internacionales.

El Turismo de Reuniones, también conocido como segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions), abarca una amplia gama de eventos y reuniones —locales, nacionales e internacionales— que incluyen Congresos, Convenciones, Ferias, Exposiciones, Eventos Corporativos y Viajes de Incentivo. Este segmento ha emergido como uno de los pilares fundamentales de la actividad turística en Córdoba.

El Turismo de Reuniones se ha consolidado en Córdoba como uno de los segmentos de más rápido crecimiento, representando anualmente el 14% del PIB Turístico Provincial. Desde 2007, la Agencia Córdoba Turismo ha desarrollado e implementado una serie de iniciativas para promocionar el destino, atraer reuniones y capacitar al sector local, asegurando la infraestructura necesaria para albergar eventos de calidad.

La Agencia Córdoba Turismo colabora estrechamente con el Córdoba Convention & Visitors Bureau, su aliado estratégico principal. Esta entidad reúne a empresas del sector privado especializadas en la organización de eventos en la provincia, estableciendo una alianza público-privada que ha generado una ventaja competitiva notable.

Adicionalmente, la Agencia mantiene vínculos estratégicos con diversas organizaciones y entidades —públicas y privadas— a nivel provincial, nacional e internacional, promoviendo de manera efectiva a Córdoba como sede ideal para Congresos y Eventos. Esta colaboración busca no solo mejorar la visibilidad del destino, sino también fomentar el crecimiento sostenible del Turismo de Reuniones en la provincia.

Turismo Estudiantil en Córdoba

Busca fortalecer la oferta turística destinada a estudiantes, diversificando los productos y servicios disponibles.

Para ello, se llevarán a cabo diversas acciones estratégicas, que incluyen la investigación y análisis para identificar destinos adecuados para viajes estudiantiles, así como evaluar la competencia y las tendencias del mercado.

Es un producto que se encuentra en desarrollo. Dentro de la planificación, se estableció que se diseñarán paquetes turísticos que incluyan actividades específicas para este público, estableciendo alianzas con operadores turísticos y prestadores de servicios para ofrecer precios accesibles.

También se crearán materiales de promoción sobre la oferta turística estudiantil.

Además, se enfocarán en el fortalecimiento de la infraestructura turística mediante la capacitación del personal en la atención a grupos de estudiantes y la promoción del desarrollo de alojamientos y servicios gastronómicos adaptados a esta demanda. Las estrategias de marketing digital se utilizarán para llegar a los estudiantes a través de redes sociales, blogs y sitios web especializados, así como la organización de eventos promocionales en escuelas, universidades y ferias educativas.

También se buscará colaborar con influencers o líderes estudiantiles para fomentar los viajes entre sus compañeros. Los resultados esperados para diciembre de 2024 incluyen la elaboración de un diagnóstico con indicadores sobre la actividad y las tendencias del turismo estudiantil en la provincia, el desarrollo de nuevos paquetes turísticos atractivos y la capacitación de los prestadores de servicios en la atención al turismo estudiantil.

Turismo deportivo

En el marco del producto Turismo Deportivo, desarrollado conjuntamente por la Agencia Córdoba Turismo y la Agencia Córdoba Deportes se creó la guía de deportes extremos, con el objetivo de consolidar el posicionamiento de la provincia de Córdoba como destino de turismo deportivo, desarrollando una herramienta que permita potenciar el derrame de este segmento en toda la provincia

GEOLOCALIZACIÓN SPOT DX AGUA

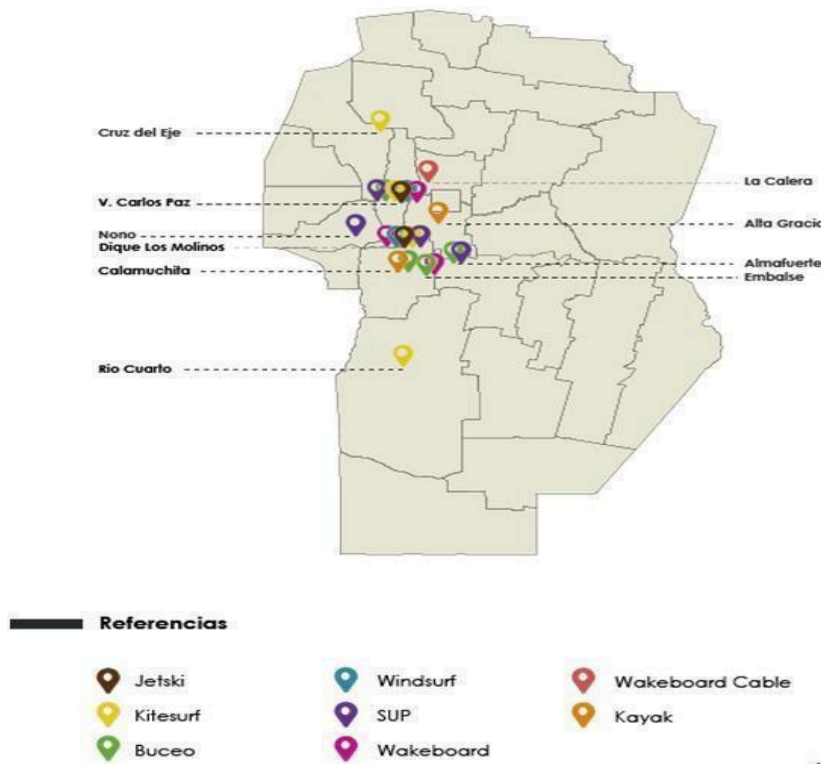


Imagen 16: Geolocalización de deportes extremos

Fuente: Agencia Córdoba turismo

Deporte turístico

Ecoturismo

La provincia de Córdoba tiene en todo su territorio parques nacionales, áreas protegidas y ambientes naturales que reúnen experiencias turísticas y contacto con la naturaleza de excelente disfrute.

La variedad de paisajes, entre bosques, valles, ríos, sierras, llanuras y quebradas, sumado a la riqueza de especies de flora y fauna autóctona, transforman al paisaje cordobés en uno de los más elegidos por turistas locales e internacionales. La diferencia de estaciones revela en el territorio una provincia preparada para el ecoturismo, todo el año.

El vuelo de los cóndores o de los flamencos, el caminar del puma y el zorro o los ríos colmados de truchas son algunas de las vivencias que pueden disfrutarse en Córdoba. Todo esto en medio entre sierras y llanuras, entre quebradas y pastizales de altura, o entre lagunas y cerros.

Es importante destacar que Córdoba tiene una amplia variedad de posibilidades para la práctica del ecoturismo y además posee, para la tranquilidad

de los aventureros, más de 400 prestadores de turismo aventura registrados. Esto garantiza la calidad del servicio y la seguridad para el turista en cada experiencia.

Ecoturismo

Turismo Aventura

CICLOTURISMO

El cicloturismo en Córdoba es una actividad sumamente popular, gracias a la amplia variedad de rutas disponibles para ciclistas.

Estas van desde caminos asfaltados que conectan pueblos y ciudades hasta emocionantes senderos de montaña. Al recorrer en bicicleta los caminos y localidades de Córdoba, los cicloturistas tienen la oportunidad de sumergirse en la rica historia y cultura de la provincia.

Cada mayo se celebra el mes del cicloturismo en Córdoba, con una agenda de eventos especiales dedicados a esta actividad.

SENDERISMO Y TREKKING

Las sierras de Córdoba, con sus ascensos y descensos, valles, ríos, quebradas y lagos, ofrecen un entorno propicio para múltiples actividades en la naturaleza, disfrutando del clima agradable y el aire puro.

Este territorio extenso y diverso cuenta con senderos que invitan a descubrir lugares impresionantes, muchos de ellos solo accesibles a pie.

El senderismo en Córdoba no suele ser muy complicado, equilibrando la actividad física con la experiencia turística, especialmente en paisajes naturales.

La variedad de propuestas y la belleza del entorno hacen de Córdoba un lugar ideal para esta actividad.

*Oferta de los senderos
de Córdoba:*

• **100**
recorridos disponibles.

• **7**
regiones turísticas.

• **60**
municipios y comunas participantes.

*Oferta de cicloturismo
de Córdoba:*

• **50**
recorridos.



Imagen 17: Impacto del turismo aventura.
Fuente: Presentación gestión turística 2022

AVISTAJE DE AVES

En la provincia de Córdoba se han registrado más de 440 especies de aves. Durante todo el año, es posible observar y fotografiar tanto aves residentes como migratorias, incluyendo especies exclusivas o endémicas y algunas amenazadas a nivel nacional o global.

La diversidad de ambientes y condiciones climáticas en Córdoba favorece el desarrollo de distintos tipos de vegetación, lo que a su vez contribuye a la gran variedad de avifauna de la región.

ASTROTURISMO

Los cielos despejados de Córdoba, alejados de la contaminación urbana, permiten disfrutar de un espectáculo cósmico impresionante.

Los operadores turísticos habilitados ofrecen diversas actividades para interactuar con el cielo nocturno, que incluyen charlas, explicaciones y observación astronómica.

Los turistas pueden maravillarse con la inmensidad del firmamento y sus estrellas.

Observar un cielo oscuro iluminado por brillantes estrellas se convierte en un recurso turístico destacado, donde cada experiencia de observación ofrece algo diferente e inolvidable.

PESCA DEPORTIVA

Córdoba es un destino ideal para la pesca recreativa, tanto tradicional como con mosca. Gracias a un clima favorable, la cercanía de los lugares de pesca a los centros de servicios y la variedad de actividades disponibles durante todo el año, esta práctica se convierte en una opción muy atractiva. Las especies preferidas para la pesca incluyen truchas, pejerreyes, tarariras y carpas. Cada espejo de agua cuenta con clubes de pesca que ofrecen servicios como alquiler de embarcaciones, asadores, áreas de camping con proveeduría, así como venta de carnadas y artículos de pesca.

[Turismo aventura](#)

Producto Golf

Para la práctica del golf, Córdoba es uno de los mejores destinos. Sin importar si se hace a nivel profesional o como hobby, entre amigos o para distenderse entre actividades y trabajo, la provincia de Córdoba cuenta con una gran variedad de campos que la convierten en unos de los destinos predilectos de Argentina para esta disciplina.

Córdoba es la cuna de grandes jugadores de golf a nivel profesional, y se ha instalado gracias a su tradición, la infraestructura de servicios y la oferta de sus campos en un lugar indiscutido para la práctica del deporte.

La topografía natural del terreno cordobés no sólo convierte a los campos en excepcionales, sino que además es muy amigable con el paisaje, sin intervenciones: las variaciones del terreno ofrecen un desafío interesante a los jugadores. Así, la propuesta cordobesa en campos de golf es variada y de calidad, con más de 40 canchas en excelente estado, complementadas con infraestructura y servicios de primer nivel.

El clima en Córdoba ofrece disfrutar al aire libre sus campos de golf, sumado a la cercanía con paisajes serranos y atractivos naturales para visitar y descansar. El mapa del golf en toda la provincia de Córdoba ofrece más de 40 canchas, de las cuales, 14 son de 18 hoyos. La ciudad por excelencia dedicada a esta actividad es sin dudas Villa Allende, declarada Capital Nacional de este deporte, aunque se puede jugar Golf en los distintos puntos cardinales de la provincia, con la particularidad de que se pueden recorrer hasta cinco campos de golf en un radio de 80 Km.

Turismo rural

Paisaje natural e historia se conjugan en las estancias rurales que habitan el territorio cordobés. En la provincia de Córdoba existen muchas casonas, que datan su construcción de muchos años atrás y se encuentran perfectamente conservadas para poder visitarlas, alojarse en ellas y hasta organizar reuniones y eventos sociales.

Indivisibles a su historia pasada, estos establecimientos son construcciones que en su mayoría se enfocan en la agricultura o ganadería, realizadas en materiales nobles, con amplios espacios comunes y cascos que rodean a la nave central con un entorno natural que ofrece verde e increíbles paisajes. Las estancias en Córdoba ofrecen servicios turísticos de alta calidad en alojamiento, gastronomía con productos regionales y otras experiencias como trekking, cabalgatas y turismo medicinal.

Por la variedad de lugares y de atractivos, sumados a la calidad de servicios, la infraestructura de primer nivel y la riqueza de su geografía, la provincia de Córdoba es un lugar ideal para visitar en cualquier época del año.

El paisaje natural se fusiona con un valioso patrimonio cultural, histórico y religioso en el que converge la Córdoba antigua y la actual, conservando la riqueza de sus orígenes y la impronta del desarrollo presente. La combinación de tradición, modernidad y un entorno natural tan variado como excitante, permiten que los viajeros puedan disfrutar de Córdoba en cualquiera de las cuatro estaciones del año.

Fuente: https://cordobaturismo.gov.ar/cosas_para_hacer/turismo-rural

Astroturismo

Alejándonos de la contaminación lumínica de las ciudades se puede tener acceso a un cielo plagado de infinitas estrellas. Al realizar las observaciones a cielo abierto en contextos naturales fuera de lo urbano, el observador puede desconectarse de su vida rutinaria para conectarse con el cielo nocturno y los astros.

Desde la Provincia de Córdoba, esta actividad es impulsada por las carteras de turismo y de ciencia en el marco de un nuevo producto turístico.

El astroturismo o turismo astronómico es un innovador producto turístico que puede disfrutarse en la provincia de Córdoba y que invita a tomar contacto con la naturaleza y con el maravilloso cielo cordobés. Allí, miles de estrellas pueden ser observadas en la oscuridad de la noche, reconociéndose constelaciones que interpelan nuestros mitos y leyendas, y nos ubican en un lugar particular dentro de la cultura de los pueblos. Un cielo oscuro, tapizado de brillantes estrellas es el principal recurso turístico y cada observación propone una experiencia diferente dependiendo del lugar desde donde se realice.

Acercar el conocimiento astronómico a los turistas es el principal objetivo del ASTROTURISMO en Córdoba, poniendo al destino a la vanguardia de las tendencias internacionales. En ese sentido, Córdoba siempre fue pionera, somos la primera provincia del país en tener un observatorio astronómico que ya cumplió 150 años, y desde el cual se realizó por primera vez un estudio sistemático del cielo austral, que marcó el comienzo de importantes contribuciones a la investigación científica.

Fuente: https://cordobaturismo.gov.ar/cosas_para_hacer/astroturismo-2

1.5.4. Breve desarrollo de la Oferta Turística de Destinos Relevados

Nono

Nono se presenta como un destino ideal para actividades al aire libre, como caminatas, senderismo, ciclismo, cabalgatas y deportes más complejos. El municipio cuenta con varios senderos que varían en dificultad, ofreciendo opciones desde recorridos de baja complejidad hasta rutas desafiantes. Los senderos están autoguiados y señalizados, incluyendo:

- Sendero del Arroyo
- Sendero El Empedrado
- Sendero Las Chuñas
- Sendero de la Juntura

Pasos de Don José Gabriel Brochero por Nono

El 18 de noviembre de 1869, Don José Gabriel Brochero fue destinado al remoto departamento de San Alberto, ubicado al otro lado de las imponentes Sierras Grandes. Su primer destino fue San Pedro, la cabecera del departamento, adonde llegó tras un arduo viaje de tres días en mula a través de montañas escarpadas. Motivado por su vocación, decidió establecerse permanentemente en la Villa del Tránsito, hoy conocida como Villa Cura Brochero en su honor.

Como joven sacerdote, Brochero enfrentó una misión monumental: administrar una parroquia que abarcaba 4,336 kilómetros cuadrados, con más de 10,000 habitantes dispersos en un territorio difícil y separado por las majestuosas Sierras Grandes, que superan los 2,000 metros de altura. La escasez de caminos y escuelas, junto con la pobreza material y moral de la población, no desalentaron su espíritu apostólico. Desde el primer momento, dedicó su vida no solo a transmitir el Evangelio, sino también a educar y fomentar el bienestar de sus feligreses, transformando la región con su incansable entrega.

Astroturismo

El astroturismo en Nono es una modalidad que combina la observación del cielo nocturno y diurno con actividades recreativas relacionadas con la astronomía. Esta innovadora propuesta turística permite conectarse con la naturaleza y disfrutar del maravilloso cielo cordobés, donde es posible observar miles de estrellas y reconocer constelaciones que evocan mitos y leyendas, situando a los visitantes dentro de la rica cultura de la región.

Los turistas pueden realizar actividades de astroturismo de manera independiente durante todo el año, o participar en recorridos guiados ofrecidos por la Municipalidad.

Laberinto de Nono

El Laberinto de Nono es un emprendimiento privado que ofrece desafíos y diversión para todas las edades, brindando una experiencia inclusiva para familias. El parque cuenta con seis laberintos, incluyendo uno tradicional de tuyas⁶ que abarca 900 metros cuadrados.

Además, incluye juegos de coordinación y equilibrio, así como una sección destinada a los más pequeños. La estadía promedio varía entre una hora y una hora y media, aunque muchos visitantes optan por permanecer más tiempo.

La confitería, accesible sin necesidad de ingresar al parque, ofrece una amplia terraza con vistas panorámicas. Este espacio está abierto durante las vacaciones de verano e invierno, así como en todos los fines de semana largos.

Contexto Histórico y Cultural

⁶ Las tuyas (del latín científico Thuja) son árboles o arbustos perennes de la familia de las cupresáceas, muy usados en jardinería. Son coníferas de follaje denso, verde todo el año, y se podan fácilmente, lo que las hace ideales para formar setos o laberintos.

Nono es uno de los pueblos más antiguos del Valle de Traslasierra. Situado en el oeste de la provincia de Córdoba, fue entregado como encomienda en 1598 a un importante escribano de la ciudad capital, accediendo a los márgenes del Río de los Sauces y la región de Altautina. La población, mayoritariamente mestiza, se complementa con inmigrantes, y su actividad económica predominante ha sido la agricultura, gestionada en unidades de producción rural familiar.

Turismo Aventura y Ecoturismo

Nono también ofrece diversas actividades de turismo aventura y ecoturismo, incluyendo la observación de aves, cabalgatas, ciclismo y pesca. Estas opciones no solo enriquecen la experiencia turística, sino que fortalecen el vínculo entre los visitantes y el impresionante entorno natural de la región, promoviendo un turismo responsable y sostenible.

Miramar de Ansenuza

Córdoba ofrece una experiencia única que incluye la posibilidad de disfrutar del mar, y en este contexto se encuentra Miramar de Ansenuza.

Al llegar a este destino y acercarse a la renovada costanera, el visitante se maravilla con la vasta extensión de agua que se funde con el cielo en el horizonte.

Situada a menos de 200 kilómetros de la capital cordobesa, Miramar de Ansenuza es un destino muy frecuentado, especialmente por turistas de Santa Fe, Santiago del Estero y Buenos Aires. Además, se ha consolidado como un lugar preferido para actividades extracurriculares de colegios a lo largo del año.

El concepto de resiliencia encapsula el espíritu de la comunidad de Miramar de Ansenuza, que ha enfrentado fluctuaciones desde principios del siglo XX, viviendo períodos de esplendor y desolación. Ha experimentado el auge del turismo de salud, seguido de un ocaso y un posterior resurgimiento.

Durante el apogeo del turismo de salud, que incluía tratamientos de hasta 40 días aprovechando las propiedades del agua y el fango de la laguna, el lugar vio la transformación de modestos establecimientos de adobe y techos de paja en pensiones y hoteles.

En la década de 1930, Miramar de Ansenuza alcanzó un estatus aristocrático, destacándose el Gran Hotel Viena, que simboliza su crecimiento, al punto de contar con 70.000 plazas hoteleras en su momento de mayor esplendor.

En la actualidad, Miramar de Ansenuza recibe a los turistas con una oferta variada de alojamientos que incluyen opciones de alta gama, tales como casinos, spas y tratamientos de fangoterapia. La propuesta gastronómica resalta ingredientes locales como el pejerrey y la nutria, ofreciendo también actividades culturales, excursiones lacustres y la posibilidad de disfrutar plenamente de la laguna y su playa. Este destino es conocido por sus impresionantes atardeceres, y cuenta con más de 3.500 [plazas hoteleras](#) y 1.700 espacios para camping.

Un Gran Mar Interior

La Laguna Mar Chiquita se erige como el mayor espejo de agua de América Latina y el quinto reservorio de agua salada del mundo. Hace aproximadamente 70,000 años, eventos tectónicos provocaron la elevación del bloque sudoriental de la actual laguna, impidiendo el desagüe de los ríos Primero (Suquía), Segundo (Xanaes) y Dulce (Petri), los cuales fluyen desde Tucumán. Esto dio lugar a una cuenca endorreica controlada por los aportes de estos ríos, los ciclos de lluvias y la evaporación, resultando en una alta concentración de sales.

Las dimensiones de la laguna son impresionantes, extendiéndose aproximadamente 100 kilómetros de este a oeste y entre 85 a 95 kilómetros de norte a sur, con una profundidad máxima de 12 metros.

La concentración de sales oscila entre 40 y 60 gramos por litro, aunque en 1911 se registró un valor máximo de 360 gramos por litro, lo que permitía a los bañistas flotar con facilidad, incluso recreándose en la lectura de un diario mientras estaban en el agua, como muestran algunos documentos fotográficos.

El 29 de noviembre de 1994, el Gobierno de Córdoba estableció la Reserva Provincial Bañados del Río Dulce y Laguna Mar Chiquita, y se encuentra actualmente en proceso de convertirse en el parque nacional más grande de Argentina, un paso que no solo resaltará su importancia ecológica, sino que también potenciará su atractivo como destino turístico.

Otros atractivos

La Costanera

La renovada costanera de Miramar de Ansenuza ofrece una vista panorámica inigualable de la laguna Mar Chiquita. Es un punto de encuentro para el turismo, con servicios como alquiler de reposeras y sombrillas, hidropedales, y carros a pedales. Paseos en lancha y excursiones lacustres también se ofrecen.

Laguna Mar Chiquita

La laguna es el mayor espejo de agua salada de América Latina y un importante ecosistema. El turismo lacustre es una importante actividad económica, con atardeceres reconocidos. La gran cantidad de aves acuáticas, especialmente flamencos, atrae a los observadores de aves.

Gran Hotel Viena (Museo de Sitio)

Este edificio histórico, representativo de la época dorada del turismo en Miramar de Ansenuza, actualmente funciona como museo, mostrando la arquitectura racionalista alemana y la historia del turismo de la región.

Museo Fotográfico Dante Marchetti

Este museo ofrece un valioso archivo fotográfico de Miramar de Ansenuza, que ilustra su historia y evolución. Combina una experiencia autoguiada con una proyección audiovisual.

Museo de Ciencias Naturales Aníbal Montes

Este museo explora la historia natural de la región, incluyendo la cultura de los pueblos originarios, la megafauna y las aves. Se destaca su trabajo de investigación sobre la laguna Mar Chiquita.

Capilla San Antonio

Esta capilla, la primera capilla croata de la provincia de Córdoba, ofrece un recorrido histórico y cultural.

Criaderos de Nutrias

Existen varios criaderos de nutrias en la zona rural, que ofrecen visitas guiadas con la posibilidad de adquirir productos regionales. Algunos de estos establecimientos ofrecen también otras actividades, como “mini-granjas”.

Cabalgatas “Ansenuza”

Se ofrecen cabalgatas que pueden incluir la visita a una granja, en un paseo de aproximadamente dos horas.

Granja “Las Palmeras”

Esta granja ofrece un día de actividades en contacto con la naturaleza, incluyendo la posibilidad de interactuar con diversas especies animales (nutrias, ovejas, etc.).

Reserva Provincial Bañados del Río Dulce y Laguna Mar Chiquita

Este espacio ofrece un centro de educación ambiental donde se brinda información sobre la Reserva y la creación del futuro Parque Nacional. Se incluye un sitio de avistaje de aves.

Villa Tulumba

Atractivo tanto para científicos como para aficionados. Es un destino importante para la observación de aves.

Casona de Cultura y Educación

Esta construcción, una de las más antiguas de Villa Tulumba, data de mediados del siglo XIX. Se caracteriza por su arquitectura colonial (paredes de adobe, techos de caña y paja), y su excelente estado de conservación. Actualmente alberga un espacio museográfico, mostrando arte religioso y documentos históricos.

Una muestra sobre los comechingones, y la figura del "Sol Rojo", también forma parte de la exposición.

Plazoleta Granadero José Márquez

Este espacio público conmemora al granadero José Márquez, caído en el Combate de San Lorenzo. Incluye un mástil para actos patrióticos, y un monumento en homenaje al granadero.

Tala Fray Mamerto Esquiú

Este árbol, declarado Monumento Histórico Municipal, cobijó al Obispo Fray Mamerto Esquiú durante las Misiones. Un monolito cuenta la historia.

Santuario Mariano Diocesano de Nuestra Señora del Rosario

Este templo principal de Villa Tulumba, es un importante atractivo religioso y turístico. Su construcción se remonta a finales del siglo XIX. En su interior se conservan importantes piezas de valor histórico y artístico. La imagen de la Virgen del Rosario, el Cristo Articulado, y el Tabernáculo, son algunos de los elementos destacados.

Camino de los Pintores (Cúpula y pinturas de la iglesia)

En la Iglesia principal de Villa Tulumba se aprecia la obra del pintor Martín Santiago, quien pintó la cúpula y las pechinas con una técnica que mezcla lo pictórico con la luz natural. Su obra se caracteriza por la utilización de colores vibrantes y una perspectiva moderna. Se pueden observar también las pinturas de los cuatro evangelistas en las pechinas. El taller del artista, ubicado en Deán Funes, se encuentra casi intacto.

Museo Policial

Ubicado en la Comisaría de Villa Tulumba, este museo exhibe elementos de distintas épocas de la historia policial, incluyendo un sable sanmartiniano y un casco suizo. Una moto sidecar también forma parte de la colección.

Paseo de los Inmigrantes

Inaugurado en 2022, este paseo conmemora a las familias de inmigrantes que se instalaron en Villa Tulumba. Incluye paneles con información sobre la historia de estos inmigrantes y una escultura realizada con la técnica del esgrafiado.

Edificio Escuela Primaria "Obispo Olegario Correa"

Este edificio, uno de los más antiguos de la localidad, muestra la historia de la educación en la región desde la época hispánica.

Gruta de Lourdes: Construida en 1936, esta gruta es un lugar de recogimiento religioso, dedicado a la Virgen de Lourdes.

Cristo de los Granaderos: Este monumento, uno de los primeros levantados en Argentina en honor a los granaderos caídos en el Combate de San Lorenzo, se ubica en un punto estratégico que domina el valle de Tulumba.

1.5.5. Herramientas de Planificación

1. Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2030

La Agencia Córdoba Turismo ha diseñado un Plan Estratégico de Turismo Sostenible (PETS CÓRDOBA 2030), cuyo horizonte se extiende hasta el año 2030.

Objetivo del PETS CÓRDOBA 2030:

El objetivo principal es fortalecer el desarrollo turístico equilibrado de la provincia, posicionándose como un destino sostenible, competitivo y de calidad. Esto se logrará mediante la formulación e implementación de estrategias consensuadas por todos los actores involucrados.

Este plan fue desarrollado en colaboración con equipos técnicos de varias universidades de Córdoba:

- Universidad Provincial de Córdoba
- Universidad Nacional de Córdoba
- Universidad Siglo 21
- Universidad Blas Pascal

El proceso de elaboración del PETS fue de carácter participativo, facilitado por Foros Regionales y Mesas de Trabajo, buscando promover el trabajo integrado entre actores regionales. Se identificaron oportunidades para el desarrollo turístico en las distintas regiones y se establecieron estrategias que alinean las potencialidades locales con la visión de un destino turístico cohesivo en Córdoba.

Proceso Participativo del PETS 2030

- Mesas de articulación previa: 8
- Foros Regionales: 14
- Mesas de trabajo: 7
- Mesa interna ACT: 1
- Mesa Interinstitucional: 1
- Participantes: 1.003
- Facilitadores: 74
- Horas de trabajo participativo: 90
- Ideas fuerzas generadas: 509

- Kms recorridos durante el proceso: 6.809

Este proceso incluye la definición de objetivos estratégicos generales y específicos, así como líneas de acción y acciones concretas para dinamizar el desarrollo turístico sostenible en la provincia. Además, se establecen pautas para la implementación del plan y se definen indicadores para el seguimiento y la evaluación.

La implementación del PETS CBA 2030 será llevada a cabo a través del Plan de Gestión PETS CBA 2030 ACT SEM, que contempla planes de Gestión Turística Sostenible para cada región o área turística.

Objetivos estratégicos del PETS CÓRDOBA 2030:

- Fomentar un desarrollo turístico sostenible mediante la gobernanza a niveles provincial, regional y local.
- Consolidar el posicionamiento del turismo dentro del sistema productivo provincial, estimulando las economías regionales.
- Fortalecer las cadenas de valor relacionadas con el turismo, a través de la innovación, la profesionalización y la concientización de la comunidad.

Este enfoque integral busca asegurar que el desarrollo turístico en Córdoba no solo beneficie a los visitantes, sino también a las comunidades locales, promoviendo un turismo responsable y sostenible.

Seguimiento del PETS CÓRDOBA 2030

La implementación del PETS CBA 2030 se centrará en varias estrategias clave que aseguren la efectiva ejecución del plan y el logro de los objetivos establecidos. Estas estrategias abarcan diferentes ámbitos y metodologías para abordar los retos y oportunidades en el sector turístico:

Modelos de Gestión Local

- Se promoverá la creación de Comités Locales de Turismo, que integrarán a diversos actores locales, desde autoridades municipales hasta empresarios del sector privado, para asegurar una gestión eficaz y participativa en el desarrollo turístico.
- Estos comités serán responsables de implementar las acciones definidas en el plan, adaptándolas a las realidades específicas de cada región.

Capacitación y Asesoramiento

- Se llevarán a cabo programas de capacitación continua para los prestadores de servicios turísticos, con el objetivo de mejorar la calidad de la atención al cliente y fomentar prácticas sostenibles en el manejo de los recursos.
- Además, se ofrecerán servicios de asesoramiento para ayudar a los actores locales a alinear sus ofertas con las demandas del mercado turístico actual.

Promoción y Marketing

- Se desarrollarán campañas de promoción y marketing que destaquen las características únicas de cada región, enfocándose en su patrimonio cultural, natural y su oferta gastronómica.
- Las estrategias incluirán el uso de plataformas digitales y redes sociales para alcanzar una audiencia más amplia y atraer visitantes potenciales a la provincia.

Evaluación y Mejora Continua

- Se establecerán sistemas de evaluación continua utilizando los indicadores previamente definidos. Esto permitirá medir el avance del plan y realizar ajustes necesarios en función de los resultados obtenidos.
- Se promoverá la retroalimentación de los turistas y de la comunidad local para identificar áreas de mejora y nuevas oportunidades de desarrollo.

Resultados Esperados a Largo Plazo

El compromiso con un turismo sostenible y la implementación efectiva del PETS CBA 2030 se traducirá en varios resultados positivos:

1. Incremento en la Afluencia Turística: Aumentar el número de visitantes en la provincia, convirtiendo a Córdoba en un destino atractivo y reconocido por su oferta turística diversa y de calidad.
2. Fortalecimiento de la Economía Local: Generar más empleo y desarrollo económico en las comunidades locales a través del crecimiento del sector turístico.
3. Sostenibilidad Ambiental: Promover prácticas que aseguren la conservación del medio ambiente y el uso responsable de los recursos naturales, contribuyendo a un desarrollo turístico que respete y valore el entorno.
4. Mejor Calidad de Vida para los Residentes: Fomentar el desarrollo de infraestructuras y servicios que beneficien tanto a los turistas como a los habitantes locales, mejorando la calidad de vida en las comunidades.
5. Reconocimiento Nacional e Internacional: Establecer a Córdoba como un modelo de turismo sostenible en Argentina, lo que puede atraer inversión y colaboración a nivel regional e internacional.

El PETS CÓRDOBA 2030 representa un esfuerzo integral y colaborativo para transformar la oferta turística de la provincia en un modelo sostenible y competitivo. A través de un enfoque participativo que involucra a múltiples actores y la implementación de estrategias concretas, Córdoba tiene la oportunidad de posicionarse firmemente como un destino turístico de referencia, brindando experiencias enriquecedoras tanto para los visitantes como para la comunidad local.

2. Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) y Metas Relevantes

La Agencia Córdoba Turismo se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular con los objetivos 8, 4, 9, 11, 12, 15, 16 y 17.

A continuación, se describen estos objetivos y las metas específicas que la ACT busca abordar.

1. ODS 4: Educación de Calidad

- Objetivo 4.3: Asegurar el acceso igualitario a formación técnica, profesional y superior de calidad.

2. ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico

- Objetivo 8.3: Fomentar políticas que favorezcan la creación de empleos.
- Objetivo 8.5: Lograr el empleo pleno y productivo, así como el trabajo decente para todos.

3. ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura

- Objetivo 9.1: Desarrollar infraestructuras resilientes, sostenibles y de calidad.

4. ODS 11: Ciudades y Comunidades Sostenibles

- Objetivo 11.4: Aumentar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.

5. ODS 12: Producción y Consumo Responsables

- Objetivo 12.2: Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.

6. ODS 15: Vida de Ecosistemas Terrestres

- Objetivo 15.1: Asegurar la conservación, restauración y uso sostenible de los ecosistemas terrestres.
- Objetivo 15.5: Combatir la deforestación y la pérdida de biodiversidad.

7. ODS 16: Paz, Justicia e Instituciones Sólidas

- Objetivo 16.6: Desarrollar instituciones eficaces, responsables e inclusivas.

8. ODS 17: Alianzas para Lograr los Objetivos

- Objetivo 17.17: Fomentar y promover asociaciones efectivas entre los sectores público, privado y la sociedad civil.

La alineación de la Agencia Córdoba Turismo con los ODS refleja un compromiso integral hacia el desarrollo sostenible en la provincia. Este enfoque es fundamental no solo para el sector turístico, sino para el desarrollo socioeconómico en general.

Fomento del Empleo y Desarrollo Económico:

Las metas de los ODS 8 y 9 indican un enfoque en la creación de empleo y el fortalecimiento de infraestructuras. Esto es especialmente relevante para impulsar el turismo como motor económico, generando oportunidades de trabajo locales y promoviendo la inclusión en el sector.

Educación y Capacitación:

El ODS 4 muestra un esfuerzo por mejorar la educación y la formación en el sector, lo cual es crucial para elevar la calidad del servicio en la industria turística. Capacitar a la fuerza laboral garantiza un mejor desempeño y satisfacción de los visitantes.

Sostenibilidad y Gestión de Recursos:

Las metas dentro del ODS 12 y ODS 15 enfatizan la importancia de prácticas sostenibles y la conservación del patrimonio natural y cultural. Esto no solo ayuda a proteger los recursos de Córdoba, sino que también atrae a un tipo de turista más consciente y responsable.

Fortalecimiento de Instituciones:

Con la atención al ODS 16, la ACT busca determinar cómo las instituciones pueden ser más efectivas y responsables, lo que es fundamental para implementar políticas que beneficien a todos los actores involucrados en el turismo.

Colaboración Multifacética:

El ODS 17 refuerza la importancia de las alianzas estratégicas. La cooperación entre el sector público, privado y la sociedad civil es esencial para abordar los desafíos del desarrollo sostenible y maximizar recursos y esfuerzos.

3. Estrategias de impulso turístico. Programa de gestión 2024 - 2027.

El Plan de Impulso Turístico para la provincia de Córdoba abarca el período 2024-2027. Se estructura en cinco ejes principales: Innovación, Promoción (Marketing Digital y Tecnología), Formación y Calidad Turística, Fortalecimiento Turístico y Gobernanza, y Desarrollo Turístico.

Aspectos Clave del Plan

Innovación: Se centra en la creación de un Observatorio Turístico Provincial (OTP) para recopilar y analizar datos, un plan de marketing internacional ("Visit Córdoba") que incluye una estrategia para atraer aerolíneas y mejorar la conectividad del aeropuerto de Córdoba posicionándolo como un "Hub" regional, y el uso de "social listening" para monitorizar la conversación digital sobre la marca Córdoba. Se incluye el desarrollo de un sistema multimodal en el aeropuerto, integrando diferentes modos de transporte.

Promoción (Marketing Digital y Tecnología): Prioriza la promoción de Córdoba a nivel nacional e internacional a través de canales digitales, creando contenido atractivo y generando alianzas estratégicas con el sector privado. Se contemplan programas específicos como "PromoTUR" para el mercado nacional, impulsando la comercialización online de la oferta turística a través de un marketplace y la formación de los prestadores, y el uso de la inteligencia artificial a través del "CordobaBot".

Formación y Calidad Turística: Busca fortalecer las competencias laborales del sector turístico a través de diversas acciones formativas y la implementación de estándares de calidad turística en toda la cadena de valor. Esto implica la creación de sellos e insignias locales, y la implementación de directrices para la gestión turística pertenecientes al Sistema Argentino de Calidad Turística – [SACT](#) - (ej. directrices de accesibilidad, turismo familiar, turismo de bodegas, etc.) y la promoción de la capacitación virtual. El programa incluye la certificación de establecimientos turísticos según estándares nacionales e internacionales (ej: [Hoteles Más Verdes](#), Sello Formar).

Fortalecimiento Turístico y Gobernanza: Se enfoca en el fortalecimiento de destinos consolidados, promoviendo la implementación de destinos turísticos inteligentes, y en el apoyo a destinos emergentes mediante inversiones estratégicas y la creación de mesas de vinculación territorial para abordar los desafíos locales en cada área turística.

Desarrollo Turístico: Se concentra en el desarrollo de productos turísticos específicos. Además de los mencionados anteriormente ("El Camino de Brochero", rutas escénicas, rincones mágicos, turismo activo y natural), se incluyen programas para:

- **Turismo Gastronómico**: Promoción de circuitos gastronómicos regionales, potenciando la cadena de valor local y creando sellos de identidad para productos regionales (ej.: corredores turísticos del olivo, de la miel, etc.).
- **Turismo del Vino**: Fomento de los "Camino del Vino" para potenciar la oferta vitivinícola, incentivando la creación de experiencias turísticas en bodegas y viñedos.

- Turismo Estudiantil y Educativo: Desarrollo de paquetes turísticos adaptados a distintos niveles educativos, con actividades que promuevan el aprendizaje experiencial.

Metodología e Implementación:

El plan detalla una metodología para la recolección y el análisis de datos, utilizando encuestas, entrevistas, grupos focales, y benchmarking. La implementación contempla varias fases: planificación, recolección de datos, análisis, y elaboración de informes. Los resultados servirán para la toma de decisiones estratégicas y la evaluación del programa.

1.5.6. Diagnóstico de Inteligencia Turística

1. Repaso de metodología y acciones llevadas a cabo

Para construir el diagnóstico del destino, se realizaron reuniones presenciales en la Agencia Córdoba Turismo con autoridades y equipos técnicos especializados.

Se realizó una exhaustiva labor de exploración tanto de fuentes web como de documentos físicos.

Asimismo, se implementaron encuestas en línea dirigidas al sector privado y público, así como entrevistas presenciales con partes interesadas. También se llevaron a cabo entrevistas con funcionarios de organismos relacionados con la temática, como el Ministerio de Ambiente.

Una vez finalizada la labor de recolección de información con la ACT, se procedió a las visitas de relevamiento territorial para los tres destinos testigos seleccionados.

Se han seleccionado tres destinos como casos testigos:

- **Nono**, como destino consolidado;
- **Miramar de Ansenuza**, como destino en desarrollo; y
- **Villa Tulumba**, como destino emergente.

Tabla 11: Clasificación Destinos x ITL

Departamento/partido	Localidad	Clasificación	ITL
San Alberto	Nono	Consolidado	59,85
San Justo	Miramar	En desarrollo	48,1
Tulumba	Villa Tulumba	Emergente	24,62

Fuente: ITL del SINTA

Esta metodología permitirá obtener una visión clara sobre el estado actual de la ACT y los destinos seleccionados, identificando áreas de fortaleza y posibles

oportunidades de mejora, orientadas a transformar Córdoba en un referente en el ámbito del turismo inteligente.

Para recopilar información directa y detallada sobre los destinos involucrados, se realizaron exploraciones territoriales que permitieron obtener una comprensión integral a través de la observación directa, entrevistas, análisis documental y registro fotográfico. Estas salidas a los territorios fueron llevadas a cabo por un equipo residente en la provincia, garantizando así un enfoque local y contextualizado en la recolección de información.

Esta selección se basó en la recopilación de datos que identifican diversas prácticas y experiencias de gestión relacionadas con los ejes establecidos por la metodología DTI, que incluyen Gobernanza, Sostenibilidad, Innovación, Inclusión y Accesibilidad, y Tecnología.

Se procedió al análisis utilizando los criterios definidos en el modelo desarrollado por la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes: el Autodiagnóstico DTI.

Posteriormente, y al cotejar las evidencias obtenidas, se elaboró un cuadro comparativo, que se presenta más adelante, con la normativa rectora del modelo DTI, específica en la Norma IRAM 42.101, que establece los Sistemas de Gestión de Destinos Turísticos Inteligentes.

Análisis de Datos Cualitativos y Cuantitativos

Se realizó la recolección y análisis de datos a partir de las actividades previas, utilizando análisis tanto cualitativo como cuantitativo para integrar la información y construir un diagnóstico situacional alineado con los ejes de la metodología DTI.

Se evaluaron, desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa, los siguientes aspectos:

- La importancia relativa del turismo en comparación con otras actividades económicas.
- El volumen y capacidad del sector turístico.
- El acceso a servicios públicos básicos.
- Problemas ambientales.
- La calidad de la oferta turística.
- Los servicios y atracciones turísticas disponibles.
- La red de transporte y conectividad.

Además, se realizaron entrevistas con los actores clave de cada localidad, complementando la información con fuentes secundarias.

La metodología de las entrevistas consistió en cuestionarios estructurados y semi estructurados, lo que permitió a los entrevistados ofrecer respuestas abiertas en ciertos casos. Esto facilitó una profundización en los temas relevantes para el

proyecto y permitió al entrevistador explorar más a fondo las respuestas proporcionadas.

2. Análisis Preliminar - Antecedentes

Córdoba ha demostrado un interés significativo en adoptar prácticas de inteligencia turística. Su planificación para 2030 y el desarrollo de un plan estratégico reflejan el compromiso con elementos esenciales del modelo DTI, como sostenibilidad, gobernanza, innovación, accesibilidad y marketing digital.

Córdoba se unió a la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes en 2022, siendo una de las tres primeras provincias que hizo esta adhesión durante el **Primer Encuentro Presencial de la Red DTI-Ar**, realizado en Escobar, provincia de Buenos Aires.



PROTOCOLO GENERAL DE ADHESIÓN A LA RED ARGENTINA DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES EN CALIDAD DE MIEMBRO INSTITUCIONAL

En Buenos Aires, 02 de junio de 2022.

La Agencia Córdoba Turismo, representada en este acto por Alejandro LASTRA, en calidad de Director de Promoción y Marketing de la provincia de Córdoba, en adelante "la Agencia",

MANIFIESTA, a través de la firma del presente protocolo de adhesión, estar en conocimiento de los fines y objetivos que persigue la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (en adelante la Red DTI-Ar), como de los demás términos expresados en el ANEXO I, que forma parte integrante del presente, y da plena conformidad a ellos.

Asimismo, MANIFIESTA expresamente su interés en contribuir activamente a la consecución de tales objetivos participando de las diferentes acciones y actividades que la Red DTI-Ar lleve adelante.

En dicho sentido, la Agencia SOLICITA formalmente su adhesión en calidad de miembro

Imagen 18: Adhesión Red DTI-Ar Provincia de Córdoba
Fuente: Red Destinos Turísticos Inteligentes de Argentina

Desde entonces, la provincia se destaca en el compromiso con el desarrollo de un turismo más inteligente y sostenible, alineándose con las mejores prácticas y estrategias de gestión DTI.

La Agencia Córdoba Turismo ha jugado un papel crucial en este proceso, al promover la colaboración y el diálogo entre diversos actores.

En 2023, Córdoba fue anfitriona del **I Congreso Latinoamericano de Inteligencia Turística y del II Encuentro de la Red DTI-Ar**, eventos que reunieron a más de 250 profesionales del sector para discutir y proyectar el futuro del turismo inteligente.



Imagen 19: I Congreso Latinoamericano de Inteligencia Turística y del II Encuentro de la Red DTI-Ar

Fuente: Red Destinos Turísticos Inteligentes de Argentina

Este evento, celebrado en el Centro de Convenciones "General Juan Bautista Bustos" los días 15 y 16 de marzo del 2023, se centraron en debatir y proyectar el futuro del turismo inteligente en Argentina y Latinoamérica, bajo el lema: *"Hacia la consolidación de la Inteligencia Turística en América Latina y el Caribe"*.



Imagen 20: Autoridades Red DTI junto al gobernador de la Provincia de Córdoba - I Congreso Latinoamericano de Inteligencia Turística y del II Encuentro de la Red DTI-Ar

Fuente: Red Destinos Turísticos Inteligentes de Argentina

La organización contó con el apoyo fundamental de la Agencia Córdoba Turismo y la Oficina de Turismo de la Ciudad de Córdoba, así como del por

entonces Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. Más de 25 disertantes de distintas partes del continente, junto con invitados de España y Portugal, participaron en el congreso. En total, más de 140 gestores públicos y representantes de diversos destinos adheridos a la Red DTI-Ar se dieron cita, interactuando con profesionales, empresarios, miembros de las Cámaras empresariales, docentes y estudiantes, sumando más de 250 asistentes al evento.

Entre los anfitriones, el Lic. Alejandro Lastra, por entonces Director de Promoción y Marketing de la Agencia Córdoba Turismo, y el Lic. Francisco Marchiari, Director General de Turismo de Córdoba, presentaron acciones encaminadas a consolidar la inteligencia turística en la provincia de Córdoba. También estuvo presente el Gobernador de Córdoba, Contador Juan Schiaretta, así como Esteban Avilés, presidente de la Agencia Córdoba Turismo, el titular de FEDECATUR, Héctor Viñuales, y José González, representantes de la Cámara de Turismo de Córdoba.

Un aspecto sobresaliente del congreso fue la participación de representantes de destinos como Paraguay, Ecuador, Brasil y Bolivia, quienes compartieron herramientas para el desarrollo de DTI en la región. Durante el evento, se firmó una carta de intención entre los líderes de la Red y los invitados, con el objetivo de articular acciones colaborativas para fortalecer y expandir la inteligencia turística en Latinoamérica.

Por otro lado, cabe destacar que en el documento **“Estrategias de impulso turístico. Programa de gestión 2024 – 2027”** se encuentra el eje de Fortalecimiento Turístico y Gobernanza, el cual posee el Programa 4.1 de Fortalecimiento a Destinos Consolidados.

El programa tiene como meta trabajar con destinos turísticos en la etapa de "consolidados", enfocándose en un proceso de innovación que les permita adaptarse a una demanda cambiante y exigente. Se fundamenta en un enfoque de Gestión de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), integrando diversas estrategias del documento base.

Estrategias Emblemáticas

1. Enfoque en la Innovación:

- OTP: Observatorio Turístico Provincial
- VISIT CÓRDOBA: Plan de Marketing Turístico Internacional
- Social Listening: Escuchas cualitativas

2. Enfoque en Promoción y Tecnología:

- PromoTUR: Mercado Nacional
- Impulso Comercial: Apoyo al sector privado
- CORDOBABOT: Chat con Inteligencia Artificial
- Plataforma de Contenidos: Desarrollo de recursos digitales

En dicho marco se encuentra la acción 4.1.1 sobre **Fomento de Destinos Turísticos Inteligentes**. Para mejorar la competitividad de los destinos consolidados, se impulsará la red de destinos turísticos inteligentes, alineando proyectos al modelo DTI. Este proceso se regirá por principios de gobernanza, innovación, sostenibilidad, tecnología y accesibilidad. Se brindará apoyo a proyectos que se alineen con los modelos DTI, incluyendo:

- Tecnologías de Información y Comunicación: Implementación de aplicaciones móviles para mejorar la experiencia del turista con información en tiempo real sobre eventos y atracciones.
- Infraestructuras Sostenibles: Desarrollo de prácticas eco-amigables y mejoras en la gestión de residuos entre prestadores de servicios turísticos.
- Colaboración Comunitaria: Trabajar con empresas locales y comunidades para promover el turismo responsable y la preservación del patrimonio cultural y natural, así como capacitación en turismo sostenible.
- Alianzas Estratégicas: Establecer colaboraciones con empresas tecnológicas y startups para desarrollar soluciones innovadoras que mejoren la gestión del destino, como sistemas de gestión de visitantes basados en inteligencia artificial y plataformas de realidad aumentada para experiencias interactivas.

Para garantizar el éxito del Programa 4.1 de Fortalecimiento a Destinos Consolidados, se establecerá un marco de implementación y seguimiento claro que permita evaluar el progreso y hacer ajustes conforme sea necesario.

3. Autodiagnóstico DTI

El autodiagnóstico DTI es una herramienta esencial que ofrece una visión clara del desempeño del destino en relación con los ejes transversales del modelo DTI. Permite evaluar el grado de adecuación a la metodología mediante el análisis de indicadores específicos en cada pilar del modelo, contribuyendo a la formulación de políticas públicas fundamentadas en la realidad local. Este proceso incluye la recopilación y análisis de datos en áreas clave del turismo, sirviendo como base para la toma de decisiones informadas y el diseño de políticas que fomenten el crecimiento y la competitividad del destino bajo la mirada DTI.

El Autodiagnóstico DTI es una herramienta fundamental para la evaluación y mejora continua de destinos turísticos, que permite generar una radiografía exhaustiva de su situación actual en relación con los ejes transversales del modelo DTI. Este diagnóstico se enfoca en aspectos clave que garantizan el desarrollo sostenible y la competitividad del destino en el contexto del turismo moderno.

Propósitos del Autodiagnóstico DTI

- Evaluación Integral: El autodiagnóstico proporciona una visión holística del destino, permitiendo identificar áreas de fortaleza y debilidad. Esto es crucial

para fomentar un entendimiento profundo de la efectividad de las prácticas actuales en la gestión turística.

- **Conformidad con la Metodología DTI:** Mediante el análisis de indicadores alineados con los pilares del modelo DTI, el autodiagnóstico permite determinar el grado de adecuación del destino a las recomendaciones y exigencias del modelo. Esto incluye dimensiones como la gobernanza, la sostenibilidad, la inclusión y accesibilidad, la innovación y el uso de tecnología.
- **Base para la Toma de Decisiones:** Los resultados obtenidos del autodiagnóstico son esenciales para la formulación de políticas públicas. Proporcionan a las autoridades locales y gestores del destino información crítica que facilita la toma de decisiones informadas, orientadas a promover el desarrollo turístico y mejorar la competitividad del destino.

Proceso de Evaluación

El autodiagnóstico es el resultado de un proceso integral que abarca diversas etapas:

- **Recopilación de Datos:** Se lleva a cabo una recopilación exhaustiva de datos cualitativos y cuantitativos sobre aspectos relevantes del turismo en el destino.
- **Análisis e Interpretación:** Una vez recopilada la información, se realiza un análisis para interpretar los datos en el contexto de los ejes del modelo DTI. Este análisis ayuda a identificar patrones, tendencias y correlaciones que puedan afectar el desarrollo del destino.
- **Identificación de Indicadores:** Se utilizan indicadores definidos para medir el desempeño del destino en áreas clave.
- **Formulación de Conclusiones:** Los hallazgos se sintetizan en un detalle de conclusiones y recomendaciones para la planificación futura.

Limitaciones del Autodiagnóstico

Es importante mencionar que, aunque el autodiagnóstico es una herramienta poderosa, tiene sus limitaciones:

- **Falta de Evidencias Objetivas:** El autodiagnóstico, por su naturaleza, no incluye evidencias objetivas, que serán abordadas en etapas posteriores del proceso. Es una autopercepción y autoevaluación frente al modelo DTI.
- **Enfoque Interno:** Dado que el autodiagnóstico es realizado por las autoridades locales, podría haber sesgos en la interpretación de los datos.

4. Autodiagnóstico Dirigido de la ACT

Este análisis examina el autodiagnóstico DTI completado por la Agencia Córdoba Turismo (ACT) para evaluar su grado de alineación con el modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI) propuesto por la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes. El objetivo es identificar fortalezas, debilidades y áreas de mejora para el diseño de un modelo propio de inteligencia turística provincial. La metodología empleada es descriptiva y analítica, enfocándose en el análisis de datos numéricos.

Instrumento de validación: [Autodiagnóstico DTI](#).

Fecha de confección: 12 de octubre de 2024.

Actor clave: Agencia Córdoba Turismo.

I. Marco Teórico:

El modelo DTI se basa en cinco pilares interconectados: Gobernanza, Innovación, Tecnología, Sostenibilidad y Accesibilidad. El autodiagnóstico busca evaluar el grado de cumplimiento de la ACT en cada uno de estos pilares a través de una serie de preguntas con respuestas múltiples. Es importante destacar que este autodiagnóstico proporciona datos, pero no evidencia ni normativa legal, requiriéndose una investigación adicional para una valoración más completa.

II. Análisis de los Datos:

Se realizará un análisis de cada sección del autodiagnóstico, considerando los datos numéricos disponibles e identificando posibles implicaciones para un DTI:

A. Información General:

Organización: La ACT es una sociedad de economía mixta, lo cual implica un nivel jerárquico elevado.

Recursos Humanos: 15 empleados en total. 1 de ellos es guía de turismo, 1 es técnico en turismo y el resto no están debidamente formados en turismo. La escasa formación de base del personal dificulta la evaluación de su idoneidad para la gestión de un DTI. La presencia de mujeres en la mayoría de los roles implica una posible fortaleza, es decir, se evidencia una alta participación del género.

Capacitación: Una calificación de 3 sobre 4 ("muy formados") sugiere una capacitación media. Es necesario investigar el tipo y la adecuación de esta capacitación a las necesidades de un DTI.

Gobernanza: El carácter mixto (público-privado) de la ACT es positivo, reflejando la colaboración intersectorial esencial en un DTI.

Marco Legal: La existencia de un Código de Ordenamiento Urbano y legislación específica para turismo es positiva

Planificación: La ACT cuenta con un plan estratégico turístico vigente, fundamental para un DTI.

Gestión de Información: La ACT cuenta con un sistema de almacenamiento de información, pero se requiere información sobre su tipo, eficiencia, accesibilidad y utilidad para la toma de decisiones.

B. Gobernanza:

Estadísticas: La ACT recopila datos sobre la cantidad de visitantes, tipos de alojamientos, estadías promedio y gastos. Las fuentes incluyen centros de informes y contactos telefónicos o por correo con prestadores turísticos. Esta información es fundamental para la elaboración de informes periódicos y la formulación de políticas públicas. Estos datos son muy tenidos en cuenta al momento de diagramar políticas públicas.

Open data: La organización ofrece acceso a información abierta sobre estadísticas, promociones y guías de servicios, lo que facilita la transparencia y la colaboración con actores locales y externos. La ACT tiene iniciativas de datos abiertos con sets de datos específicos de turismo.

Atención al público: Dispone de un sistema de quejas y reclamos por parte de vecinos y/o turistas. Esto es mediante el sistema SUAC

Planeamiento urbano: La ACT promueve los usos turísticos del suelo en los documentos legales, reglamentarios o institucionales referidos al ordenamiento territorial, la zonificación del espacio y los usos del suelo mediante la ley de regionalización, créditos y cadena de valor.

Movilidad y transporte: Cuenta con infraestructura básica: Señalización y orientación (destinos, estacionamientos, venta de billetes, etc.). Paradas informativas: rutas, mapas de ubicación, atractivos turísticos. Además, posee iniciativas de movilidad sostenible para ciudadanos y turistas mediante estaciones de carga vehicular eléctrica.

C. Sostenibilidad:

Cambio climático: Actualmente, la ACT no cuenta con herramientas para medir la huella hídrica o de carbono, lo que limita su capacidad de abordar el cambio climático de manera eficaz.

Energía renovable: Se fomenta el uso de energías renovables y se promueve la construcción de arquitecturas sostenibles, aunque las acciones requieren mayor visibilidad y compromiso.

Desarrollo local: El organismo impulsa el desarrollo del Comercio y el Turismo Justo mediante créditos: cadena de valor, guía de prácticas sustentables. A su vez, realiza acciones tendientes al Desarrollo Local por medio del crédito a la cadena de valor. Guía de prácticas sustentables, capacitación de turismo sustentable.

Sensorización: El organismo impulsa proyectos o implementación de Sensorización para monitorear aspectos tales como la calidad del agua, del aire, la contaminación sonora, etc. mediante Guía de Prácticas Sustentables para alojamientos turísticos.

Áreas protegidas: Córdoba posee 33 Áreas Naturales Protegidas en Córdoba: 12 creadas por decreto provincial del Poder Ejecutivo. 17 por ley provincial del Poder Legislativo. 1 por resolución de la Secretaría de Ambiente. 3 con categoría Nacional. 1 Sitio RAMSAR. Las mismas cuentan con plan de manejo y personal asignado. Participa mediante el control y la fiscalización de prestadores de turismo alternativo.

Empleo: No se realizan medición de empleo directo.

Beneficios económicos: Si se mide cantidad de empresas turísticas de propiedad local pero no lo hace respecto del PBG y el aporte del turismo al mismo.

D. Innovación:

El organismo no cuenta con un área de gestión en Innovación ni existen iniciativas en materia de innovación para las organizaciones turísticas del destino (incubadoras, aceleradoras, programas de fomento I+D+i, etc.).

Existen espacios de articulación con sector público/privado/académico/civil para fomentar el emprendedurismo por medio de mesas de trabajos por corredores turísticos y líneas de créditos.

E. Accesibilidad:

Se facilita información sobre las condiciones de accesibilidad del destino y existe un registro de prestadores distinguidos y/o sensibilizados en accesibilidad turística

También se destaca que el organismo da cumplimiento de los requisitos de accesibilidad en su propio ambiente. Asimismo, el destino cuenta con normativa específica en materia de turismo accesible.

F. Tecnología:

Gestión digital: El organismo cuenta con un sistema de expediente electrónico o digital para la gestión interna y externa de todos los trámites municipales, integrado con el portal web, pero aún no se digitalizó la totalidad de los trámites. Los trámites de habilitación se gestionan 100% de manera digital a través del portal web, pero la gestión de las fiscalizaciones es manual.

Conectividad: Máximo nivel de telefonía móvil con que cuenta el destino es 4G. Se provee WIFI en los principales lugares de afluencia turística.

TICs: No se evidencia registro en medio digital de la información de los turistas que se contactan por cualquiera de los canales de atención, ni utilización de base de datos, registro los mails de los turistas, envío de mail con noticias, etc. ni la provisión de una tarjeta, pulsera o app que identifique al turista y le permita acceder a servicios y promociones. Tampoco cuenta con algún sistema de CRM ni soluciones tecnológicas relacionadas al turismo a los prestadores privados, detectando claramente este punto como una debilidad relevante.

Marketing y Transformación: El destino posee una marca reconocida. La comunicación la lleva adelante prensa y comunicación.

Realiza acciones de marketing de destino junto a los privados a través de lanzamientos de productos (religiosa, vino, pesca, idiomático, turismo activo, etc.), en temporadas.

G. Conclusiones:

Oportunidades de Mejora

- **Capacitación del Personal**: Invertir en formación específica en gestión de destinos DTI para mejorar la idoneidad del equipo.
- **Implementación de un Sistema de Medición Ambiental**: Desarrollar herramientas que permitan cuantificar la huella hídrica y de Carbono
- **Fortalecer el Área de Innovación**: Establecer una unidad de gestión de innovación que desarrolle programas y proyectos específicos para fomentar el uso de tecnologías emergentes en el turismo.
- **Digitalización de Procesos**: Acelerar la digitalización de todos los trámites para mejorar la eficiencia operativa y facilitar el acceso a servicios turísticos, así como la gestión de datos de visitantes.
- **Desarrollo de Programas de Sostenibilidad**: Implementar iniciativas concretas que promuevan la sostenibilidad en la industria turística, como la creación de un programa de certificación para alojamientos y prestadores de servicios eco-amigables.
- **Promoción de Herramientas de Open Data**: Ampliar la iniciativa de open data para incluir más información que beneficie a los prestadores de servicios, facilitando su acceso a recursos y estadísticas relevantes.

Fortalezas

- **Marco Legal Sólido**: La existencia de legislación que respalda el desarrollo turístico y la sostenibilidad proporciona un contexto favorable para la implementación de políticas DTI.

- **Género:** La alta representación de mujeres en la organización puede fortalecer iniciativas relacionadas con la diversidad y la inclusión en el sector.
- **Recursos Naturales y Áreas Protegidas:** La riqueza natural de Córdoba y su infraestructura de áreas protegidas representan una ventaja competitiva que puede ser promovida a nivel nacional e internacional.
- **Alianzas Estratégicas:** La colaboración con organismos públicos y privados, así como con universidades, puede facilitar un enfoque integral y multifacético hacia el turismo en la provincia.

Debilidades

- **Falta de Formación Especializada:** La escasa formación en turismo entre el personal puede limitar la capacidad de la ACT para implementar eficazmente el modelo DTI.
- **Inadecuada Medición de Empleo y Beneficios Económicos:** La ausencia de métricas claras sobre el impacto del turismo en la economía local puede dificultar la formulación de políticas efectivas.
- **Déficit en Innovación:** La falta de un área dedicada a la innovación representa un obstáculo para la adopción de nuevas tecnologías y la mejora continua del sector turístico.
- **Limitaciones en Conectividad y TIC:** La carencia de un registro eficiente de datos turísticos y el uso limitado de tecnologías digitales son debilidades significativas que deben ser abordadas.

5. Municipios Turísticos de Córdoba y la Región Centro de la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes

La provincia de Córdoba tiene una cantidad significativa de destinos turísticos, **con 169 de los 427 municipios y comunas (lo que representa el 39,57% del total)** que poseen vocación turística según el Índice Turístico de Localidades (ITL).

El ITL consiste en un tablero interactivo donde se puede encontrar una propuesta de clasificación de localidades turísticas de Argentina en base a una serie de indicadores generados en el marco del Sistema de Información Turística de la Argentina (SINTA). Todos los datos que se muestran en este tablero corresponden al año 2022.

Tabla 12: ITL total país

Clasificación	Localidades	ITL	Porcentaje
Emergente	918	Hasta 44,2	78,30%
En desarrollo	204	De 44,3 a 59,19	17,40%

Consolidado	51	Más de 59,19	4,30%
-------------	----	--------------	-------

Fuente: Índice Turístico de Localidades (ITL) del SINTA

Listado de los 169 municipios turísticos de la provincia de Córdoba

De dicho listado se desprende que 7 destinos son considerados consolidados (es decir, el 13,72 % del total país), 28 son considerados en desarrollo (esto es, 13,72 % del total país) y 134 emergentes (o sea, el 14,60 % del total país).

Tabla 13: ITL consolidado Provincia Córdoba

Departamento/partido	Localidad	Clasificación	ITL
Punilla	Villa Carlos Paz	Consolidado	70,45
Capital	Córdoba	Consolidado	69,81
Punilla	La Falda	Consolidado	63,06
San Alberto	Mina Clavero	Consolidado	62,43
Calamuchita	Villa General Belgrano	Consolidado	62,38
Calamuchita	Santa Rosa de Calamuchita	Consolidado	60,67
San Alberto	Nono	Consolidado	59,85

Fuente: Índice Turístico de Localidades (ITL) del SINTA

Esto significa que el 14,40 % de los destinos turísticos del país están concentrados en la provincia de Córdoba. Considerando que son 24 jurisdicciones, este porcentaje es realmente muy alto.

Además, de esos 169 municipios, 37 están adheridos a la Red DTI-Ar, equivalente al 21.89% de los municipios turísticos cordobeses. Esto resalta que una parte considerable de los destinos turísticos en Córdoba está comprometida con los principios de inteligencia turística, buscando mejoras en la sostenibilidad, innovación y gobernanza, entre otros aspectos.

Con el 39.57% de los municipios identificados como turísticos, hay una gran oportunidad para que el turismo crezca aún más en la provincia, atrayendo a una mayor cantidad de turistas y promoviendo el desarrollo económico local.

La Red DTI-Ar se estructura en seis regiones, similares a las que trabaja el Consejo Federal de Turismo (CFT).

La provincia de Córdoba se encuentra enmarcada, conjuntamente con Santa Fe, en la región centro.

La significativa adhesión a la Red DTI-Ar sugiere que Córdoba está activamente buscando promover la inteligencia en sus destinos turísticos.

Por otro lado, Córdoba es la segunda provincia con más adheridos a la Red DTI-Ar, después de Buenos Aires, lo que posiciona a la provincia como líder en la adopción de prácticas de turismo inteligente, lo que puede atraer más inversiones y colaboraciones a nivel regional y nacional.

En otro orden, existen municipios no adheridos que tienen el potencial de unirse a la red. Estos datos reflejan un panorama alentador para el turismo inteligente en Córdoba, y la futura red cordobesa de DTI.

Tabla 14: Destinos de la Provincia de Córdoba adheridos a la Red DTI-Ar

Valle de Traslasierra	Sierras Chicas	Sierras del Sur	Paravachasca	Punilla
La Población	Jesús María	Achiras	Villa Ciudad Parque	Casa Grande
Luyaba	Río Ceballos	Río Cuarto	Anisacate	Cosquín
Nono	Unquillo			Villa Carlos Paz
Mina Clavero				La Falda
Villa Dolores				San Marcos Sierra
San Javier y Yacanto				Valle Hermoso
Villa Las Rosas				
San Lorenzo				
Cura Brochero				
Noroeste	Calamuchita	Mar de Ansenúza	Capital	
	Villa Gral. Belgrano	Miramar	Ciudad de Córdoba	
	Villa Rumipal	La Paqueta		
	Santa Rosa de Calamuchita	Monteros		
	Yacanto de Calamuchita	Marul		
	Los Reartes			

Fuente: Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes

6. Diagnóstico sobre potencialidades de creación de la Red Cordobesa de DTI

En el contexto descripto ut supra, la creación de una red de Destinos Turísticos Inteligentes en Córdoba tendría múltiples implicancias que podrían impactar positivamente tanto en el desarrollo turístico de la provincia como en sus destinos.

La sola visualización de los destinos adheridos a la Red DTI-Ar muestra claramente el interés despertado por la metodología y temática DTI en el marco provincial, pero también la valoración de la Importancia de las redes asociativas de destinos turísticos, de abordar de manera colectiva las problemáticas. Priorizando el trabajo articulado y armónico por sobre la natural competitividad entre los destinos. El asociativismo está en el ADN de los destinos adheridos a la Red, desde sus comienzos.

Como hemos podido apreciar al analizar casos relevantes de asociativismo relacionado con DTI, las redes de destinos turísticos inteligentes son una estrategia cada vez más relevante en el sector turístico. Al conectar diferentes destinos, se potencian las sinergias y se aprovechan las ventajas de cada uno, generando un impacto positivo en el desarrollo económico, social y ambiental.

Al trabajar en red, los destinos son más resilientes ante crisis y cambios en el entorno, como pandemias o desastres naturales. Genera entusiasmo y cooperación interjurisdiccional en relación al intercambio de conocimientos y experiencias entre los destinos que impulsa la innovación y la adopción de nuevas tecnologías, el desarrollo e implementación de nuevas tecnologías digitales contagia y sirve como ejemplo para ser imitados e implementados en distintos destinos.

Las redes fomentan la adopción de prácticas sostenibles, la protección del patrimonio cultural y natural, y la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales. Ejemplos de implementaciones en un destino, son reproducidos como modelos para otros. Las mejoras en la infraestructura turística, con mayor la inversión en tecnología, accesibilidad y sostenibilidad, abordados en el marco del trabajo articulado entre municipios, facilitan el acceso a nuevas tecnologías, a fuentes crediticias, así como permite ser visualizado por los tomadores de decisiones, sean intendentes, jefes comunales, etc.

El fortalecimiento de las relaciones institucionales facilita la coordinación entre los diferentes actores implicados en el sector turístico, impactando no solo en los gobiernos locales sino también en los integrantes de la cadena de valor turístico.

El trabajo en red, claramente produce impacto en la sinergia entre destinos, donde los destinos consolidados pueden desarrollar acciones a la par de destinos emergentes. Permite también, siempre y cuando se opere en forma organizada y planificada, la optimización de recursos, en tanto la colaboración para compartir recursos, infraestructuras y tecnologías, reduciendo costos y aumentando la eficiencia.

En síntesis:

- **Interconexión de Recursos:** La creación de una red permitiría que los destinos turísticos compartan recursos, experiencias y buenas prácticas, promoviendo un enfoque colaborativo en la gestión del turismo.

- **Redes de Apoyo:** Facilita la formación de conexiones entre los municipios, lo que podría ayudar a resolver problemas comunes y desarrollar iniciativas conjuntas, como promociones turísticas.
- **Proyectos Pilotos:** Los destinos podrían lanzar proyectos piloto tecnológicos en colaboración para testear y evaluar nuevas soluciones antes de su implementación a mayor escala.
- **Fomento de Rutas Temáticas:** Se pueden crear rutas temáticas que vinculen varios destinos dentro de la red, atrayendo a nuevos flujos de turistas interesados en experiencias más diversas.
- **Capacitación Continua:** La red puede facilitar la capacitación de los actores locales en gestión turística, sostenibilidad y atención al cliente, elevando el nivel de profesionalismo en el sector.
- **Aumento de la Visibilidad Nacional e Internacional:** La consolidación de una red podría contribuir a crear una marca regional Córdoba como destino turístico inteligente, elevando su perfil a nivel nacional e internacional.
- **Facilitación del Acceso a Fondos:** Ser parte de una red DTI podría facilitar el acceso a financiamiento y recursos de desarrollo turístico, tanto a nivel nacional como a través de colaboraciones internacionales.

En definitiva, las redes de destinos turísticos inteligentes son una herramienta fundamental para mejorar la competitividad de los destinos turísticos, fomentar el desarrollo sostenible y ofrecer experiencias turísticas más enriquecedoras y memorables. El incremento del flujo turístico amplía la oferta turística, rompe con la estacionalidad e impacta de manera directa sobre la generación de empleo y riqueza a través del desarrollo de nuevas actividades económicas y la creación de empresas y el fortalecimiento de la oferta preexistente.

7. Análisis sintético sobre autodiagnósticos de miembros adheridos de la Red DTI-Ar – Región Centro

De los [37 municipios cordobeses adheridos a la RED DTI-Ar](#), en trabajo exploratorio y buceo web, se han podido acceder a 17 [autodiagnósticos de la región centro](#). Esto es, el 46 % del total, lo cual es muestra más que representativa. Haciendo un análisis general a nivel región se puede señalar algunos aspectos sobre el nivel de desarrollo en inteligencia turística de la región centro.

Región centro

La Región Centro se destaca en los ejes de Marketing, Gobernanza y Transporte, impulsados sobre todo por las grandes ciudades que formaron parte del Autodiagnóstico.

Por otro lado, como sucede en otras regiones, los destinos serranos en general muestran resultados más bajos que el promedio en el Eje de Accesibilidad.

Estos resultados dan cuenta de la relevancia de incorporar mayor cantidad de localidades que permitan analizar de forma más precisa a la realidad de la región.



Imagen 21: Análisis Autodiagnóstico Red DTI – Ar - Región Centro
Fuente: Red Destinos Turísticos Inteligentes

Puntajes obtenidos

Gobernanza: 58/100
Marketing: 62/100
Sostenibilidad: 42/100
Transporte: 44/100
Accesibilidad: 40/100
Tecnología: 41/100

Fortalezas

- **Marketing:** Con una puntuación de 62 % el eje de marketing se destaca por tener un nivel de madurez aceptable. Esto indica que las estrategias y tácticas implementadas son efectivas y están bien orientadas hacia la promoción de los destinos en la región. Es un signo positivo de que el marketing está alineado con las necesidades del mercado y las expectativas de los visitantes.
- **Gobernanza:** La puntuación de 58 % en gobernanza sugiere una estructura organizativa relativamente sólida y un trabajo colaborativo entre los destinos. Este enfoque interregional para la gestión turística que se observa en Córdoba es un factor crucial que favorece la consolidación de políticas efectivas y la ejecución de estrategias alineadas.

Debilidades

- **Accesibilidad:** El bajo rendimiento en el eje de accesibilidad indica que los destinos serranos enfrentan retos significativos para garantizar que todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidades, puedan acceder de manera adecuada a los servicios turísticos. Esta es un área crítica de atención que requiere urgente promover un turismo inclusivo.
- **Tecnología:** Este eje refleja una atención a la innovación y adopción de herramientas digitales en los destinos turísticos.

Otras Apreciaciones Particulares

- **Disparidad entre ejes:** Existe una notable disparidad entre los puntajes en los diferentes ejes. Mientras que el marketing y la gobernanza muestran niveles aceptables de madurez, la sostenibilidad, accesibilidad y tecnología requieren una atención inmediata. Esto sugiere una posible desconexión en la planificación y ejecución de estrategias a nivel regional.
- **Urgencia en Sostenibilidad:** La puntuación obtenida en sostenibilidad indica que los esfuerzos por promover prácticas turísticas responsables y la conservación del medio ambiente están subdesarrollados. Esto no solo puede dañar la reputación de los destinos, sino que también puede limitar el potencial turístico a largo plazo, sobre todo en una provincia con tanto talento natural.

8. Autodiagnóstico Dirigido casos testigos: Nono, Miramar de Ansenuza y Villa Tulumba

Mediante este análisis comparativo de los autodiagnósticos DTI completado por los destinos casos testigos escogidos por la ACT (uno consolidado, uno en desarrollo y otro emergente) se evalúa, como muestra, cómo hoy se encuentran los destinos, en sus diversos grados de estadios, frente a los requisitos del modelo de intendencia turística propuesto por la Red DTI-Ar.

Al igual que el análisis efectuado por el autodiagnóstico de la ACT, la intención es asimismo identificar fortalezas, debilidades y áreas de mejora para el diseño de un modelo propio de inteligencia turística provincial.

La metodología empleada es descriptiva y analítica, enfocándose en el análisis de datos numéricos.

A - Instrumento de validación: Autodiagnósticos DTI Nono.

Fecha de confección: 25 de noviembre de 2024.

Actor clave: Dirección de Turismo y Cultura de Nono

B - Instrumento de validación: Autodiagnósticos DTI Miramar de Ansenuza.

Fecha de confección: 12 de octubre de 2024.

Actor clave: Agencia Córdoba Turismo.

C - Instrumento de validación: Autodiagnósticos DTI Villa Tulumba.

Fecha de confección: 12 de octubre de 2024.

Tabla 15: Autodiagnóstico Dirigido casos testigos: Nono, Miramar de Ansenuza y Villa Tulumba

DESTINOS			
	Nono	Miramar	V. Tulumba
ORGANIZACIÓN	Dirección de Turismo y Cultura	Secretaría	Secretaría
RRHH	6 empleados en total, 4 son mujeres	7 empleados en total, 6 son mujeres	9 empleados en total, 6 son mujeres
CAPACITACIÓN	Empleados formados	Empleados formados	Empleados muy formados
PLANIFICACIÓN	Existe un plan estratégico turístico local vigente, que contempla planificaciones operativas anuales	Existe un plan estratégico para la gestión turística pero no se encuentra vigente o no se ha actualizado en el último año	No existe plan estratégico, pero existe un plan operativo anual.
GOBERNANZA			
ESTADÍSTICA	Recopila datos sobre ocupación hotelera, flujo de turistas en destino, flujo de excursionistas por el día y motivo por el cual visita el destino	Recopila datos sobre Ocupación hotelera, flujo de turistas en destino, flujo de excursionistas por el día, encuestas motivacionales, motivo por el cual visita el destino, Gasto turístico, Relevamiento de actividades que realizan, Perfil de la demanda, Grado de satisfacción de la comunidad local con respecto a la actividad turística	Recopila datos sobre ocupación hotelera
OPEN DATA	Si, tienen políticas de datos abiertos. Se comparte en la página web , Mediante Newsletter	Si, tienen políticas de datos abiertos. Se comparte en la página web y mediante solicitud explícita	Si, tienen política de datos abiertos. En su página web. Información abierta sobre datos estadísticos,

	y mediante solicitud explícita		datos de funcionarios públicos y guía de servicios turísticos que contempla toda la oferta en digital
ATECIÓN PÚBLICO	Dispone de un sistema de quejas y reclamos por parte de vecinos y/o turistas	Dispone de un sistema de quejas y reclamos por parte de vecinos y/o turistas	Dispone de un sistema de quejas y reclamos por parte de vecinos y/o turistas
PLANEAMIENTO URBANO	Se promueve los usos turísticos del suelo, ordenamiento territorial y la zonificación del espacio Se trabaja en el destino con sistema de datos georreferenciados Recolección de datos de prestadores de servicio de transporte para acceder al destino (datos: oferta, origen-destino, flota, capacidad, frecuencia)	NO se promueve los usos turísticos del suelo, ordenamiento territorial ni la zonificación del espacio Se trabaja en el destino con sistema de datos georreferenciados Recolección de datos de prestadores de servicio de transporte para acceder al destino (datos: oferta, origen-destino, flota, capacidad, frecuencia)	NO se promueve los usos turísticos del suelo, ordenamiento territorial ni la zonificación del espacio
MOVILIDAD Y TRANSPORTE	Cuenta con alguna infraestructura de transporte básica Se promueve políticas de seguridad vial en el destino	Cuenta con alguna infraestructura de transporte básica Se promueve políticas de seguridad vial en el destino	Cuenta con toda la infraestructura de transporte básica y alguna infraestructura avanzada
SOSTENIBILIDAD			
HUELLA CARBONO	No	Los mide otra área: ambiente	Los mide otra área
HUELLA HÍDRICA	No	Los mide otra área: ambiente	Los mide otra área
ENERGÍA RENOVABLE	Se promueve la utilización de energías renovables	Se promueve la utilización de energías renovables	Se promueve la utilización de

			energías renovables
DESARROLLO LOCAL	El municipio impulsa el desarrollo de mercados de cercanía y estos son aprovechados por la actividad turística a través de los productores locales	El municipio impulsa el desarrollo de mercados de cercanía y estos son aprovechados por la actividad turística a través de los productores locales	-
SENSORIZACIÓN	Otra área del municipio	Si	Otra área del municipio
ÁREAS PROTEGIDAS	El destino cuenta con 3 ANP asignadas por ordenanza municipal Están a cargo del área de ambiente, solo participa de la reserva de Las Junturas como senderismo Se mide a través de la carga de estacionamiento. este año también se midió la carga de oxígeno en el lugar	Sitio Ramsar, Living Lake, AICA (CONSERVACIÓN DE AVES, Reserva Pcial Múltiple Baños de Río Dulce y Lag. Mar chiquita, Parques Nacionales	No
EMPLEO	No se realizan medición de empleo directo	Estas tareas se llevan adelante desde otra área municipal	No se realizan medición de empleo directo
BENEFICIOS ECONÓMICOS	Estas tareas se llevan adelante desde otra área municipal	Se mide cantidad de empresas turísticas de propiedad local	NO se mide cantidad de empresas turísticas de propiedad local ni lo hace respecto del PBG y el aporte del turismo al mismo
INNOVACIÓN			
IMPULSA INCUBADORAS, ACELERADORAS, PROGRAMAS DE FOMENTO I+D+I	No	-	No

CUENTA CON ÁREA GESTIÓN DE INNOVACIÓN DENTRO DE MUNICIPIO	Si	No	No
ESPACIOS DE ARTICULACIÓN SECTOR PRIVADO	A. SI Universidad Nacional de Córdoba / Universidad Provincial de Córdoba / Instituto técnico Mina Clavero / IPEM 135 Nono	SI, ACADEMICO, FEHGRA	Si
ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN			
SE BRINDA INFORMACIÓN	Si	No	Si
REGISTRO PRESTADORES	No	No	No
ACCESIBILIDAD EN PROPIO AMBIENTE	No	Si	No
NORMATIVA ESPECÍFICA	No	Si	Si
TECNOLOGÍA			
GESTIÓN DIGITAL	El municipio cuenta con un sistema de expediente electrónico o digital para la gestión interna y externa de todos los trámites municipales, integrado con el portal web, pero aún no se digitalizó la totalidad de los trámites. Los trámites de habilitación son presenciales, pero están apoyados sobre un sistema informático que digitaliza parte de la gestión de la habilitación.	El municipio cuenta con un sistema de expediente electrónico o digital para la gestión interna y externa de todos los trámites municipales, integrado con el portal web, pero aún no se digitalizó la totalidad de los trámites.	El municipio cuenta con un sistema de expediente electrónico o digital para la gestión interna y externa de todos los trámites municipales, integrado con el portal web, pero aún no se digitalizó la totalidad de los trámites.
CONECTIVIDAD	4 G	4 G	4 G

TICS	Provee WIFI en los principales lugares de afluencia turística y en las oficinas de turismo.	Provee WIFI en los principales lugares de afluencia turística y en las oficinas de turismo y en los atractivos turísticos y principales lugares de afluencia turística y en las oficinas de turismo.	Provee WIFI en los principales lugares de afluencia turística
MARKETING Y TRANSFORMACIÓN	La comunicación la lleva adelante prensa y comunicación	El organismo de turismo posee una marca propia de destino La comunicación la lleva adelante prensa y comunicación	La comunicación la lleva adelante prensa y comunicación

Fuente: Autodiagnósticos Red Destinos Turísticos Inteligentes

Fortalezas detectadas

- **Recursos humanos:** Los tres destinos cuentan con un número importante de empleados y buena participación de mujeres, lo que indica un compromiso con el turismo.
- **Recopilación de datos:** Los tres están recopilando datos valiosos sobre el comportamiento y la ocupación turística.
- **Políticas de datos abiertos:** Los tres han adoptado políticas de datos abiertos, promoviendo la transparencia y la accesibilidad.
- **Sistemas de quejas:** Los tres cuentan con sistemas establecidos para gestionar las quejas y comentarios del público.
- **Conectividad:** Todos los destinos ofrecen acceso 4G y WiFi en zonas turísticas clave.
- **Ventajas de Miramar de Ansenuza:** Muestra un mayor progreso en innovación, accesibilidad y una marca turística más establecida.

Debilidades detectadas:

- **Planificación obsoleta:** Miramar de Ansenuza y Villa Tulumba necesitan planes estratégicos actualizados para orientar su turismo
- **Datos incompletos:** La recopilación de datos es incompleta y algunas temáticas (por ejemplo, impacto económico, empleo) carecen de medición en todos los destinos.
- **Digitalización:** Si bien existen sistemas digitales, la digitalización total de los procesos no está completa en ninguno de los destinos.
- **Sostenibilidad:** Las métricas del impacto ambiental en gran medida faltan o están delegadas a otras áreas.

- **Falta de medición económica local:** Ninguno de los destinos mide adecuadamente el impacto económico directo del turismo en la comunidad local.
- **Innovación y accesibilidad limitadas:** A excepción de Miramar de Ansenuza, tanto Nono como Villa Tulumba carecen de iniciativas en estas áreas.

Oportunidades de mejora:

- **Desarrollar planes estratégicos integrales:** todos los destinos deben crear planes turísticos estratégicos actualizados con objetivos, estrategias e indicadores de desempeño claros.
- **Mejorar la recopilación y el análisis de datos:** ampliar la recopilación de datos para incluir métricas cruciales como el impacto económico y el empleo.
- **Transformación Digital Integral:** Priorizar la digitalización completa de todos los procesos municipales, mejorando la eficiencia y la prestación de servicios.
- **Fortalecer Iniciativas de Sostenibilidad:** Implementar y monitorear métricas relacionadas con la sostenibilidad ambiental, promoviendo prácticas de ecoturismo.
- **Medir el impacto económico local:** Desarrollar mecanismos para medir con precisión la contribución económica del turismo a la comunidad local.
- **Invertir en innovación y accesibilidad:** Implementar programas para promover la innovación y mejorar la accesibilidad para todos los turistas.

1.5.7. Relevamiento Diagnóstico de Destinos Testigos y ACT en Comparativa de la Norma Iram 42.101

En este apartado se presente un análisis diagnóstico comparativo entre lo señalado por la norma IRAM 42.101, sobre requisitos, y los hallazgos evidenciados durante los relevamientos presenciales y digitales de los destinos tomados como referencia y de la Agencia Córdoba Turismo a fin de hacer un paralelismo entre los requisitos de la norma y el estado de situación actual, a fin de arribar a conclusiones sobre el diagnóstico del destino Córdoba.

Sobre la norma IRAM 42.101

El Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) es una asociación civil sin fines de lucro que opera como el Organismo de Normalización oficial de la República Argentina. Su misión principal incluye el desarrollo de normas técnicas y la promoción del conocimiento y la aplicación de la normalización como fundamento de la calidad, impulsando al mismo tiempo la certificación de productos y sistemas de calidad. IRAM representa a la República Argentina en la International

Organization for Standardization (ISO), siendo su único representante en esta organización internacional.

En el ámbito del turismo, la norma sectorial que aborda el modelo de Inteligencia Turística es la IRAM 42.101, titulada "Sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes. Requisitos". La primera edición de esta norma, que se mantiene vigente hasta la fecha, fue publicada el 14 de octubre de 2022.

Este documento fue elaborado a través de un proceso de consenso técnico entre los diversos actores del sector turístico. Estos participantes, a través de sus representantes, colaboraron activamente en los organismos responsables de la creación de la norma, asegurando que se reflejaran las necesidades y perspectivas de todos los involucrados.

“A demanda de organizaciones representativas de los destinos turísticos nacionales, principalmente aquellos que conforman la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI-Ar), IRAM abrió un organismo de estudio para elaborar la primera norma argentina para DTI. La importancia del estudio radicó en consensuar un documento con las adecuaciones necesarias a la realidad nacional, tomando como referencia documentos y normas internacionales relacionadas con las buenas prácticas. Esta norma fue concebida para abordar la implementación de un sistema de gestión de DTI y, por tanto, su aplicación permitirá el desarrollo de procesos de fortalecimiento institucional asociados a la innovación sistemática para la mejora de las experiencias turísticas y la calidad de vida de la ciudadanía.”⁷

La norma IRAM 42101 es un documento técnico fundamental en el ámbito del turismo, que establece las directrices y condiciones necesarias para la gestión de destinos turísticos inteligentes. Desarrollada por el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM), esta norma tiene como objetivo principal orientar a los actores del sector turístico hacia una transformación digital efectiva y sostenible, respondiendo a las nuevas demandas y desafíos del mercado global.

La IRAM 42101 se enfoca en áreas clave como la sostenibilidad, la innovación, la gobernanza, la inclusión y el uso de tecnologías avanzadas. A través de estos ejes, la norma busca no solo modernizar la infraestructura y los servicios turísticos, sino también asegurar que el crecimiento del sector sea inclusivo, responsable y eficiente. La aplicación de esta norma puede generar un impacto significativo en el turismo, proporcionando beneficios como:

- Promoción del turismo inclusivo: La norma fomenta la accesibilidad para todos los grupos sociales, asegurando que los destinos turísticos sean adecuados para personas con discapacidad y promoviendo la participación de diversas comunidades en el desarrollo del turismo.
- Incentivo al uso de tecnologías avanzadas en la planificación turística: La norma impulsa la adopción de tecnologías digitales que permiten una mejor

⁷ Norma IRAM 42101. (2022). *Sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes. Requisitos – Introducción*. Instituto Argentino de Normalización y Certificación.

gestión de los destinos, facilitando la toma de decisiones basadas en datos, mejorando la experiencia del turista y optimizando los recursos disponibles.

- **Fomento de la cooperación interinstitucional:** La norma promueve la colaboración entre entidades públicas y privadas, lo que fortalece la sinergia entre gobiernos locales, organizaciones turísticas y otras partes interesadas para mejorar la gestión y promoción de los destinos turísticos.
- **Mayor eficiencia en la administración de recursos:** Al establecer criterios claros y medibles, la norma ayuda a los destinos turísticos a gestionar de manera más eficiente los recursos naturales, económicos y humanos, reduciendo el impacto ambiental y maximizando los beneficios para las comunidades locales.
- **Estimulación de la toma de decisiones informada y basada en datos confiables:** La norma aboga por un enfoque basado en la recopilación y el análisis de información precisa, lo que permite tomar decisiones más informadas y estratégicas para mejorar la competitividad de los destinos turísticos.

Las normas IRAM, en general, son documentos técnicos que especifican las condiciones mínimas que deben cumplir productos, procesos o servicios en diferentes sectores. Estas normas son desarrolladas por grupos de especialistas en colaboración con diversas partes interesadas y son aprobadas por organismos reconocidos a nivel nacional e internacional. En el caso de la IRAM 42101, su implementación no solo busca la modernización del sector turístico, sino también la creación de un modelo de turismo más sostenible y equitativo que se alinee con las tendencias globales de innovación y digitalización.

En el Capítulo 08, titulado "Operación", de la norma mencionada, se especifican los indicadores que deben ser cumplidos como parte integral del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). En función de esto, se realizará un análisis detallado de dichos indicadores, enfocándose en aquellos que son exclusivos del modelo DTI, con el fin de contrastarlos con las evidencias recopiladas durante los relevamientos realizados.

Ente Gestor

La norma IRAM 42.101 define en su punto 3.22 que debe entenderse por "ente gestor" a aquella organización que gestiona un destino turístico inteligente DTI con responsabilidad y autoridad suficiente para establecer, implementar, mantener y mejorar un sistema de gestión de DTI ⁸

En su NOTA a la entrada señala que dicha organización puede ser de gestión pública (organismo local de turismo o área que dependa de éste), privada o mixta que se encuentre formalmente constituida.

⁸ Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM). (2022). IRAM 42101: Sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes. Requisitos

Asimismo, destaca en “Objeto y Campo de aplicación” que la norma en su totalidad también puede ser aplicada a nivel provincial o nacional.

El ente gestor será, en definitiva, quien asuma el liderazgo y la planificación estratégica y que asegure el cumplimiento de los objetivos establecidos a través de diferentes acciones. En síntesis, es quien gobierna el DTI.

El Ente Gestor con competencias puede desarrollar e implementar una política de gestión para el destino turístico y establecer objetivos, metas y planes de acción, teniendo en cuenta los criterios de los cinco ejes fundamentales sobre los que se asienta un DTI.⁹

Atendiendo el caso del presente trabajo cabe resaltar que dicho rol recae en los Organismos Locales de Turismo.

A saber:

1. Agencia Córdoba Turismo S.E.M.

Organigrama

Estatuto de la ACT Sociedad de Economía Mixta “La Sociedad tendrá por objeto: a) La promoción, asistencia, regulación, supervisión, fiscalización y ejecución de planes vinculados con la actividad turística en todas sus expresiones y, en particular, conforme a la Ley de su creación; b) Entender en la determinación de los objetivos y políticas del área de su competencia; c) Ejecutar los planes, programas y proyectos del área, elaborados conforme a las directivas que imparta el Poder Ejecutivo Provincial; d) Elaborar y ejecutar las políticas para el desarrollo turístico provincial, tanto a nivel nacional como internacional; e) Consolidar y mejorar el equipamiento e infraestructura turística existente; f) Ejercer la superintendencia en zonas de reserva del patrimonio turístico; g) Aplicar, interpretar y hacer cumplir las normas en materia de turismo; h) Diseñar las estrategias del sector turístico provincial en su conjunto para mantenerlo adaptado a las exigencias del mercado, con especial atención a la mejora de la competitividad y el desarrollo tecnológico de las empresas, de forma equilibrada y con calidad de los productos y servicios turísticos; i) Estimular el desarrollo del turismo de convenciones y demás eventos que fueren de interés turístico; j) Proponer al sector público e incentivar al sector privado la construcción, ampliación y mejora de infraestructura y equipamiento que incidan directa o indirectamente en la actividad turística; k) Calificar, registrar y clasificar las empresas, entidades y establecimientos que presten servicios turísticos; l) Promover y establecer programas de capacitación orientados a los recursos humanos que tengan relación con el sector; m) Dirigir y fiscalizar la Escuela de Turismo y/u Hotelería, o cualquier otra que en el futuro la reemplace; n)

⁹ Norma UNE 178501:2018. Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Requisitos

Administrar y preservar los espacios o zonas afectadas a la actividad turística o recreativa; ñ) Estimular y controlar el desarrollo de la infraestructura turística en el ámbito de la Provincia de Córdoba; o) Realizar de manera directa o a través de terceros eventos relacionados con la actividad del turismo”¹⁰

2. Dirección de Turismo de Nono

Organigrama

Ordenanza “Planifica y organiza políticas públicas que promuevan el desarrollo turístico sustentable de la localidad. A partir del perfil de la localidad y de la imagen deseada, definir estrategias de posicionamiento como destino cultural y natural de vanguardia, referente en el Valle de Traslasierra. Genera políticas para mitigar la estacionalidad. Implementa sistemas que aseguren la prestación del servicio de información turística y de guía a los visitantes. Establece vinculación pública- privada para la promoción y diseño de circuitos turísticos. Participa de las estrategias regionales en materia turística. Realiza las actividades necesarias a los fines de promocionar y hacer conocer nuestra zona en el resto del país y en el exterior, así como organiza la publicidad y difusión que atañe a los fines mencionados en coordinación con la Comisión de integración para la Promoción Turística de Nono. Regula y controla el cumplimiento de la normativa vigente en cuanto a la materia. Indaga, revela y realiza estudios tendientes a determinar los niveles de ocupación y estadísticas, lleva el registro de establecimientos turísticos. Realiza capacitaciones en materia turística. Establece y gestiona sistemas de calidad turística”¹¹.

3. Secretaría de Turismo de Miramar de Ansenuza

Ordenanza “Estará a cargo de un Secretario de Turismo y serán su misión, visión y competencias: Promover y planificar la actividad institucional de la Secretaría para la localidad y zona de influencia en el marco del Plan Estratégico de Turismo de Miramar de Ansenuza y del Plan de Gobierno Municipal, propiciando su articulación con el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la Secretaría de Turismo de la Nación y el plan Estratégico Provincial de Turismo y/o las herramientas que en un futuro las sustituyan o complementen. Asesorar y asistir al Poder Ejecutivo Municipal en todo aspecto relacionado al mejor desarrollo y evolución de la actividad turística del Municipio. Intervenir en la formulación de planes y programas tendientes al resguardo, optimización o recuperación del patrimonio ambiental, escénico, estético, cultural y edilicio, en articulación con las

¹⁰ Legislatura de Córdoba. (1999). Ley 8.792. Córdoba, 25 de agosto de 1999. Boletín Oficial, 27 de septiembre de 1999

¹¹ Municipalidad de Nono. (2023). Ordenanza N° 1186/2023: Organigrama municipal.

autoridades competentes. Promover el óptimo posicionamiento institucional en el ámbito local, nacional e internacional. Propiciar, mediante la aplicación de distintas estrategias y recursos, la afluencia turística durante todo el año. Elaborar y actualizar el Plan Director Institucional, para el diseño e implementación de las estrategias y acciones tendientes al crecimiento deseado de la afluencia turística y la captación de mercados, en coordinación con Provincia y Nación”¹² entre otros...

4. Secretaría de Turismo de Villa Tulumba

Ordenanza “Corresponde a la competencia funcional de la Secretaría de Turismo: Promocionar y regular la actividad turística resguardando su desarrollo sustentable. Coordinar e integrar la normativa con organismos similares de otras jurisdicciones. Optimizar la calidad de los servicios y la infraestructura turística. Desarrollar programas de capacitación y mejora de la calidad de los servicios turísticos”¹³. Entre otros...

Indicadores del Capítulo 8, titulado “Operación” de la norma IRAM 42.101

Eje	Subeje	Requisito
8 - Operación	8.1. - Planificación y control operacional	El Ente gestor debe planificar, implementar y controlar los procesos necesarios para cumplir los requisitos y para implementar las acciones determinadas en el capítulo 6

Evidencias:

En este requisito de la norma se refiere a que se debe planificar, implementar y controlar los procesos necesarios para cumplir en lo establecido en el capítulo 6. Dicho capítulo hace referencia a la planificación. Al planificar el sistema de gestión del DTI, se consideran las cuestiones referidas a la comprensión de la organización y su contexto y de las necesidades y expectativas de partes interesadas. En ese proceso de planificación se determina y coordina un proceso de planificación ampliamente participativo del sistema turístico del destino, donde pueden ser analizados los escenarios internos y externos

Conforme los relevamientos realizados, se puede observar que la ACT tiene al menos dos documentos vigentes, como ya se ha mencionado oportunamente.

¹² Municipalidad de Miramar de Ansenuza. (2024). Ordenanza N° 1484/2024: Estructura Orgánica

¹³ Municipalidad de Villa Tulumba. (2023). Ordenanza N° 489/2023: Ordenanza Orgánica Municipal

A. Plan Estratégico de Turismo Sostenible Córdoba 2030

Documento del PETS 2030

El documento se centra en la planificación estratégica para el desarrollo sostenible del turismo en la provincia de Córdoba. Analiza la situación actual del turismo en Córdoba y propone una visión a futuro para el 2030, incluyendo:

- **Caracterización del destino turístico Córdoba:** Describe la ubicación geográfica, recursos naturales y culturales, infraestructura, conectividad y otros aspectos relevantes de la provincia como destino turístico.
- **Análisis de la demanda turística:** Examina los datos de afluencia turística, pernoctaciones, ingresos y gastos turísticos para comprender el comportamiento de los visitantes.
- **Diagnóstico del sector turístico:** Evalúa la situación actual del turismo en las diferentes regiones de Córdoba, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- **Visión turística 2030:** Plantea una visión a futuro para el turismo en Córdoba, describiendo los objetivos a largo plazo y los cambios necesarios para lograr un desarrollo sostenible.
- **Diseño estratégico y operativo:** Define los objetivos estratégicos, líneas de acción y acciones específicas para impulsar el turismo en la provincia, considerando los aspectos económicos, sociales, ambientales y culturales.
- **Indicadores y variables de gestión:** Define los indicadores clave de rendimiento (KPIs) para monitorear el progreso y tomar decisiones informadas en cada uno de los programas.

El documento no menciona explícitamente la temática DTI. Sin embargo, las estrategias y acciones propuestas en el plan se alinean en gran medida con los principios de los DTI, abarcando varios de los ejes que componen el modelo. Si bien no se usa la terminología específica, se reflejan en su esencia muchos de los componentes clave, como:

- **Innovación:** Se promueve la innovación a través del desarrollo de nuevas tecnologías, productos y servicios turísticos. El uso de audioguías y aplicaciones móviles son ejemplos de ello.
- **Sostenibilidad:** El plan enfatiza en el turismo sostenible, con acciones para proteger el medio ambiente y las culturas locales. Se mencionan programas de certificación de hoteles verdes y de gestión ambiental en el turismo.
- **Tecnología:** Se menciona el uso de tecnologías para mejorar la experiencia del turista, la gestión del sector turístico y la promoción del destino.
- **Accesibilidad:** Si bien no se desarrolla en detalle, se propone una mejor gestión turística que incluya la accesibilidad para todos.

- **Gobernanza:** El plan promueve la participación de diferentes actores en la toma de decisiones, lo que refleja una gobernanza más colaborativa y participativa.

Los demás ejes del modelo DTI (cómo la tecnología y la información) se encuentran implícitos en el uso de plataformas digitales, sistemas de información y los análisis de datos y estudios de mercado que se proponen.

B. Estrategias de Impulso Turístico. Programa de Gestión 2024-2027

Documento del Programa de Gestión 2024-2027

Entre otras vertientes, trabaja en acciones puntuales vinculadas a Destinos Turísticos Inteligentes, implementando estrategias para mejorar la competitividad, sostenibilidad y experiencia del turista.

B.1. Programa 4.1: Fortalecimiento a Destinos Consolidados: Este programa se enfoca en destinos turísticos ya establecidos, utilizando el marco de los DTI. Se basa en:

- **Innovación:** Aprovechando programas como el Observatorio Turístico Provincial (OTP), Visit Córdoba (plan de marketing internacional), y Social Listening para la toma de decisiones estratégicas.
- **Promoción, Marketing Digital y Tecnología:** Utilizando herramientas como PromoTUR (mercado nacional), impulso comercial al sector privado, CórdobaBOT (chat con inteligencia artificial), y una plataforma de contenidos.
- **Formación y Calidad Turística:** Mejorando las competencias laborales del sector a través de formación y capacitación, y aplicando estándares de calidad turística.
- **Desarrollo Turístico:** Fortaleciendo destinos ya establecidos con programas como “El Camino de Brochero”, rutas escénicas, rincones mágicos, Córdoba activa y natural, entre otros.
- **Gobernanza:** Estableciendo mesas de vinculación territorial para una gestión colaborativa y eficiente.

B.2. Programa 4.1.1: Fomento de Destinos Turísticos Inteligentes

Este programa se centra específicamente en la implementación de la red de destinos turísticos inteligentes, alineado con el modelo DTI. Sus acciones clave son:

- **Implementación de tecnologías:** Utilizar aplicaciones móviles, información en tiempo real, etc. para mejorar la experiencia del turista.

- **Infraestructuras sostenibles:** Mejorando la gestión de residuos y promoviendo prácticas ecoamigables.
- **Colaboración con empresas y comunidades:** Promoviendo el turismo responsable y culturalmente consciente.
- **Alianzas estratégicas:** Colaborando con empresas de tecnología y startups para desarrollar soluciones innovadoras.

En síntesis, se propone una estrategia integral para el desarrollo del turismo en Córdoba, basándose en la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y la colaboración con todos los actores involucrados. El enfoque en DTI busca optimizar la gestión turística, mejorando la experiencia del visitante y la competitividad del destino. Se establecen indicadores de rendimiento para monitorear el progreso y tomar decisiones basadas en datos. El documento no solo define las estrategias, sino que también propone la metodología y las herramientas para su implementación y monitoreo.

*En el relevamiento realizado en **Nono, Miramar de Ansenusa y Villa Tulumba** se identificó una carencia significativa en términos de planificación estratégica turística.*

Actualmente, no existen evidencias de desarrollo de planes estratégicos o documentos similares que orienten de manera integral la gestión turística en estos destinos.

Villa Tulumba aparece como la excepción en cuanto planes estratégicos (aunque no turístico).

El **Plan Estratégico Territorial de Villa Tulumba (2018)** es un [documento](#) que busca mejorar la calidad de vida de sus habitantes a través de un desarrollo sostenible. Se basa en una metodología de tres fases: diagnóstico, propuesta y monitoreo.

Fase de Diagnóstico. Se realiza un análisis exhaustivo de la situación actual del territorio de Villa Tulumba, considerando las dimensiones física, económica, social e institucional. Esto incluye el relevamiento de información a través de diversas fuentes, como censos, encuestas y entrevistas. El diagnóstico busca identificar problemas y potencialidades.

Fase Propositiva: Se propone un modelo territorial deseado, basado en la visión estratégica de las autoridades locales y las oportunidades de la región. Se establecen lineamientos estratégicos, programas y proyectos específicos para abordar los desafíos identificados en la fase de diagnóstico. Estos lineamientos están organizados en cinco áreas: desarrollo urbano sostenible, prosperidad urbana

inclusiva, desarrollo urbano resiliente, fortalecimiento de la gobernanza urbana, y planificación y gestión del desarrollo espacial urbano.

Fase de Monitoreo: Se establecen indicadores para monitorear y evaluar el progreso del plan, utilizando datos cuantitativos y cualitativos, y se propone una retroalimentación del proceso a través de las sucesivas revisiones. Los indicadores están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

El plan integra diversas escalas territoriales (localidad, departamento, provincia, y país) y considera diversos aspectos, incluyendo el ambiental, el socio-cultural, y el económico. Se incluyen mapas y gráficos complementarios para facilitar la comprensión del documento.

Por su parte, El de **Nono** ha establecido una serie de políticas y programas turísticos con el propósito de impulsar y desarrollar el sector de manera efectiva.

A continuación, se presentan las evidencias de estas iniciativas:

Participación en Redes de Colaboración

Encuentros Regionales de Turismo: Nono ha sido sede de encuentros regionales que evidencian su activa participación en redes de colaboración. Estos eventos permiten compartir experiencias y buenas prácticas, fortaleciendo el posicionamiento del municipio en el ámbito turístico.

Involucramiento en Programas Provinciales

El municipio se ha integrado en iniciativas provinciales como "Córdoba Productiva y Sostenible", que tienen como objetivo promover un desarrollo turístico que respete el medio ambiente y fomente la sostenibilidad.

Actividades y Eventos Turísticos

- Eventos Culturales y Fiestas Anuales: Nono organiza una variedad de actividades a lo largo del año, entre ellas la Fiesta de la Tradición Serrana, el Encuentro Anual de Pintores y el Encuentro de Escultores. Estas acciones no solo buscan atraer visitantes, sino también dinamizar la economía local. Además, el municipio se suma a los Caminos de Brochero, ofreciendo recorridos por los caminos del santo en vehículo, a pie o a caballo.

Mejora en Infraestructura Turística

Se han realizado importantes inversiones en infraestructura turística, que incluyen el desarrollo de senderos autoguiados y la mejora de espacios públicos. Estas iniciativas enriquecen la experiencia del visitante y posicionan a Nono como un destino turístico atractivo.

Ejemplos de Políticas y Programas Exitosos

- **Fomento del Turismo Activo:** Nono ha desarrollado rutas para senderismo y cicloturismo, así como otras actividades al aire libre, aprovechando su hermoso entorno natural.
- **Promoción de la Cultura Local:** Se organizan [eventos](#) que celebran la historia y las tradiciones de la región, enriqueciendo la experiencia turística y promoviendo la [identidad local](#).
- **Articulación Público-Privada:** La colaboración entre el municipio y el sector privado - hoteles, restaurantes y agencias de turismo - permite ofrecer una oferta turística integral y variada.
- **Sostenibilidad:** Se fomentan prácticas turísticas responsables, como la gestión adecuada de residuos y el cuidado del medio ambiente, asegurando que el desarrollo turístico se realice de manera [sostenible](#).

Indicadores del Capítulo 8.2, titulado "Gobernanza" de la norma IRAM 42.101

Eje	Subeje	Requisito
8.2 Gobernanza	8.2.1 Gobernabilidad	El ente gestor debe determinar las áreas municipales y otras partes interesadas que serán proveedores externos de entradas de los procesos y/o de información para el sistema de gestión del DTI, y/o que sean responsables de gestionar procesos necesarios para implementar un DTI, considerando los ejes definidos.

La Agencia Córdoba Turismo se apoya en información proveniente de diversas áreas internas y articula con proveedores externos, incluyendo:

- Subsecretaría de Turismo de Nación
- Sistema de Información Turística de Argentina (SINTA)
- Cámara Argentina de Turismo (CAT)
- Ministerio de Ambiente y Economía Circular de la provincia de Córdoba
- Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica de la provincia de Córdoba
- Cámara de Comercio de Córdoba
- Universidades y Centros Académicos

Los municipios relevados, conforme surge de las entrevistas en los relevamientos territoriales, indican que serían proveedores internos y externos para el sistema de gestión DTI la ACT, cámaras y asociaciones sectoriales turísticas, y áreas de los municipios vinculadas a las temáticas, a saber:

Nono: [Evidencia](#)

- Secretaría de Innovación y Tecnología
- Dirección de Políticas Sociales
- Dirección de Obras Privadas
- Dirección de Ambiente
- Dirección de Obras y Servicios Públicos
- Jefatura de Servicios Públicos
- Coordinación de Deportes y Juventud
- Coordinación de Cultura y Protocolo

Miramar de Ansenuza:

- Secretario de Gobierno
- Secretario de Hacienda, Desarrollo Institucional y Modernización

Villa Tulumba:

- Secretaría de Cultura y Educación
- Otras Áreas de Gobierno
- Cooperativa de Villa Tulumba
- Instituciones Educativas

Eje	Subeje	Requisito
8.2 - Gobernanza	8.2.2 - <i>Participación y gestión abierta</i>	El ente gestor debe evaluar y promover mecanismos que faciliten la participación de las partes interesadas en la planificación e implementación de políticas y acciones turísticas, asociadas a los requisitos del 8.2. El ente gestor debe determinar la información pública y asegurar el acceso a la misma para las partes interesadas. El ente gestor debe establecer un sitio web o herramientas para la información y que los datos sean públicos y accesibles (open data). Así mismo incentivar a las partes interesadas a retroalimentar con información veraz el sistema de “open data” que servirá de sustento para crecer en la información de manera diversificada teniendo como base la propia fuente que recibe y toma la información. Estos datos deben estar enmarcados en los ejes estratégicos de los DTI y contemplar indicadores de la oferta y demanda turística (9.1)

A nivel gobierno Córdoba y ACT

Transparencia en la gestión - Plan de Acción de Gobierno Abierto

El [Plan de Acción de Gobierno Abierto](#) es un compromiso estratégico para fomentar la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas.

Se basa en la idea de que la colaboración entre el Gobierno y la sociedad civil es clave para fortalecer la democracia y mejorar la calidad de vida.



Imagen 22: Open Government Partnership (OGP)
Fuente: Gobierno Provincia de Córdoba

La provincia de Córdoba forma parte de la [Alianza para el Gobierno Abierto](#) (OGP) desde el año 2020. Cuenta con un portal digital amplio de [gestión abierta](#)





Autoridades Provinciales

Funciones, responsabilidades y alcances del Poder Ejecutivo con el detalle de cada repartición provincial y autoridades.



Declaraciones Juradas

Documento con la actividad privada, profesional, comercial o financiera de los funcionarios y su situación patrimonial.



Portal de Transparencia

Herramienta para el control público por parte de la ciudadanía. A través de la participación, se mejora la gobernabilidad.

Imagen 23: Portal Gestión Abierta
Fuente: Gobierno Provincia de Córdoba

Participación ciudadana

Evidencia

Audiencia Pública y Participación Ciudadana

La Audiencia Pública es un mecanismo de participación que permite a los ciudadanos informarse y manifestar sus opiniones sobre decisiones que pueden impactar en sus derechos. Esta herramienta cuenta con un buscador activo que permite filtrar la información por nombre, estado (como activa, cancelada, etc.) y etapa (inscripción, finalizada, etc.). Además, proporciona filtros adicionales para facilitar la búsqueda según el tipo de proyectos y la localidad.

Cuando se utiliza el término "turismo" en el buscador, los resultados obtenidos son negativos, lo que indica una falta de registros pertinentes en esta área.



Imagen 24: Audiencia Pública y Participación Ciudadana

Fuente: Gobierno Provincia de Córdoba

La **Participación Ciudadana** promueve espacios destinados a la presentación de propuestas, así como al diálogo, debate y toma de decisiones colectivas entre ciudadanos, instituciones y el Estado. Este sistema también integra un buscador que permite filtrar por título, tópicos (como agenda 2030, ODS, gobierno abierto, desarrollo sostenible y gobierno digital, entre otros) y estado (abierta o cerrada).

A través de la **Consulta Ciudadana**, los ciudadanos pueden hacer un seguimiento de las consultas, reclamaciones y sugerencias que han presentado ante el Gobierno Provincial.

Las denuncias pueden realizarse de manera individual o de forma anónima, garantizando así la confidencialidad del denunciante. Además, se dispone de una línea telefónica 0800 para facilitar el contacto y atención al ciudadano.



Imagen 25: Audiencia Pública y Participación Ciudadana

Fuente: Gobierno Provincia de Córdoba

Acceso a la información pública

La provincia cuenta con [una ley provincial de acceso a la información pública](#), bajo número 8.803

En la misma se establece que:

- **Legitimación Activa:** Cualquier persona tiene derecho a solicitar información pública. No se requiere justificación ni manifestación de propósito para la solicitud.
- **Sujetos Obligados:** La ley establece que los siguientes organismos deben proveer la información solicitada: Órganos de la administración pública provincial, municipal y comunal (centralizada y descentralizada), Entes autárquicos, Empresas y sociedades del Estado, Sociedades anónimas con participación estatal mayoritaria, Sociedades de economía mixta, Organizaciones empresariales donde el Estado provincial, municipal o comunal tenga participación en el capital o en la toma de decisiones, Poder Legislativo y Judicial (en cuanto a su actividad administrativa), Defensor del Pueblo, Tribunal de Cuentas, Consejo Económico y Social, Ministerio Público Fiscal.
- **Procedimiento:** La solicitud de información debe hacerse por escrito, identificando al solicitante, pero sin necesidad de justificar el motivo de la solicitud. El organismo debe proporcionar una constancia de recepción de la solicitud.
- **Plazos:** La respuesta a la solicitud debe darse en un plazo máximo de 10 días hábiles. Este plazo puede prorrogarse por otros 10 días hábiles si existen circunstancias que dificulten la obtención de la información. Si no se obtiene respuesta en el plazo establecido, se considera denegación tácita y se habilita la acción de amparo por mora.
- **Excepciones:** La ley establece excepciones a la obligación de brindar información.

Cabe destacar que en su art. 1 entiende como sujetos obligados a brindar información a los “Órganos de la administración pública provincial, municipal y comunal” por lo que los municipios se encuentran alcanzados por la presente normativa en análisis.

Portal de Datos Abiertos de Turismo

[Visit Córdoba](#)

En la página web de Visita Córdoba, se puede acceder a un resumen del turismo en la provincia a partir de agosto de 2023, que incluye aspectos como los principales atractivos turísticos, las experiencias ofrecidas en Córdoba y el conocimiento general sobre la provincia.

Además, se detalla la duración promedio de la estadía de los visitantes, así como los motivos que impulsan a las personas a visitar Córdoba y, por otro lado, las razones que pueden desincentivarlas a hacerlo. Esta información es valiosa para entender la percepción de Córdoba como destino turístico y mejorar la propuesta de valor para los visitantes.

La información se presenta como texto.

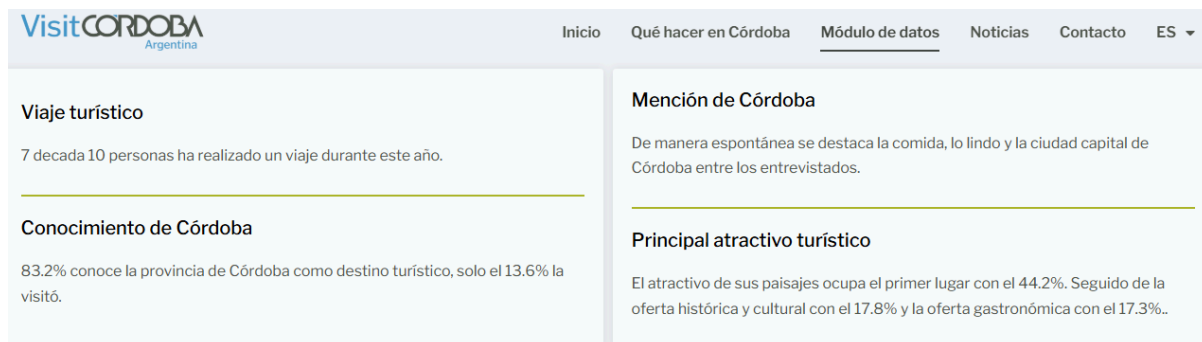


Imagen 26: Presentación de datos abiertos – Visit Córdoba

Fuente: Agencia Córdoba turismo – Visit Córdoba

O también se presenta como datos mediante gráficos. La información brindada resulta ser muy completa, aunque algo desfasada en el tiempo (más de un año de los últimos datos).

Independientemente de si viajó o tiene planeado viajar a la provincia de Córdoba, ¿Cuánta importancia le otorga a los siguientes atributos a la hora de elegir sus vacaciones?*

Agosto 2023

Fuentes: Informe de resultados - m&fopinión pública.

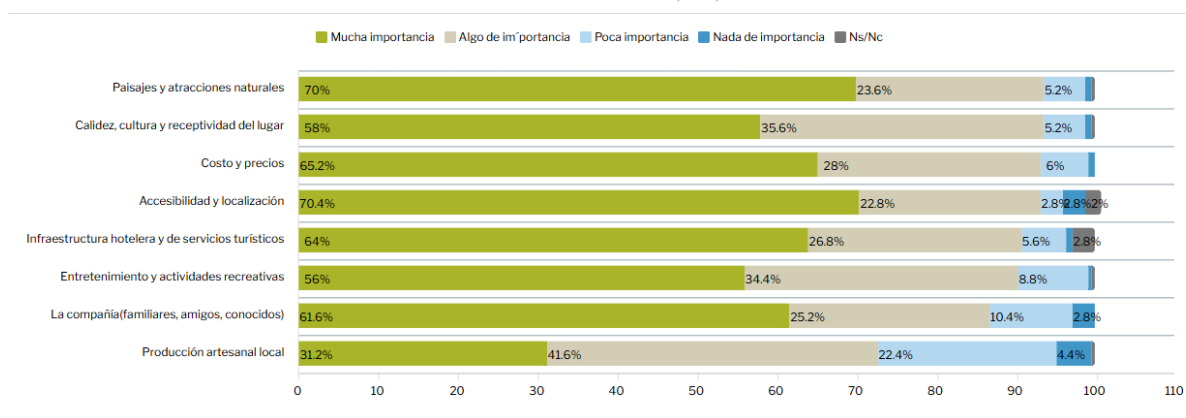


Gráfico 11: Presentación de datos abiertos – Visit Córdoba

Fuente: Agencia Córdoba turismo – Visit Córdoba

Del análisis de estos datos surgen algunas inquietudes interesantes como la falta de relación entre productos turísticos que la provincia busca posicionar y la falta de interés del mercado extranjero relevado, como ser los caminos del vino y el camino del Cura Brochero.

¿Qué productos ofrecidos por Córdoba podrían interesarle a los mercados relevados?

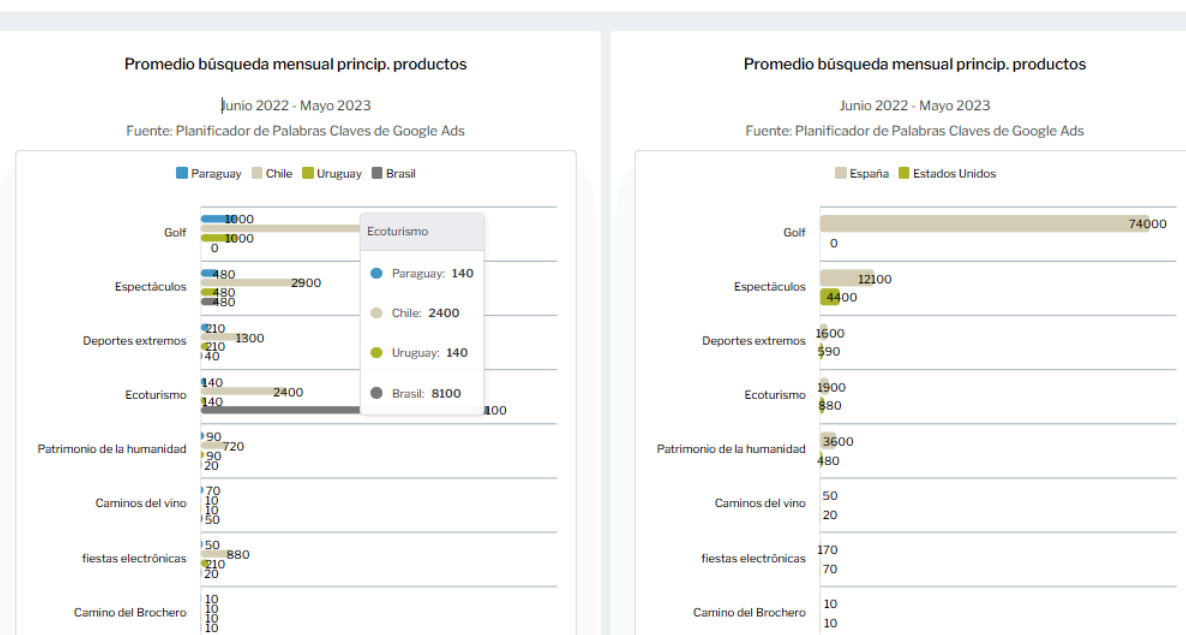


Gráfico 12: Presentación de datos abiertos – Visit Córdoba

Fuente: Agencia Córdoba turismo – Visit Córdoba

Asimismo, se dispone [de información sectorial estadístico](#) dispuesta al sector.

Es oportuno resaltar que la provincia ha desarrollado una variedad de iniciativas sólidas en el ámbito de la gobernanza, las cuales abordan eficazmente diversas problemáticas y fomentan un desarrollo sostenible. Sin embargo, es crucial señalar que estas acciones han sido implementadas de manera aislada respecto al sector turístico. Esta desconexión limita el aprovechamiento de los recursos y las oportunidades que el turismo puede ofrecer para potenciar las iniciativas de gobernanza.

Para maximizar el impacto de las políticas existentes y promover un crecimiento armonioso en la provincia, es indispensable tomar acciones inmediatas que integren estas iniciativas con el turismo, lo cual redunda en un aprovechamiento y mejora de la experiencia de los visitantes y turistas.

A nivel destinos relevados

En lo que respecta a la participación ciudadana y open data, se observa que hay información limitada disponible sobre los municipios relevados. Sin embargo, existen algunas iniciativas destacables como es el caso de **Miramar de Ansenuza**.

La ciudad cuenta con un [sitio web oficial](#) donde los ciudadanos pueden realizar trámites.

Además, dispone de un [portal de datos abiertos](#), donde se puede encontrar información relevante sobre planificación urbana, infraestructura, habilitaciones, residuos urbanos y otros aspectos importantes.

Portal de Datos Abiertos



Imagen 27: Portal Datos Abiertos de Miramar de Ansenúza
Fuente: Sitio Web Municipalidad de Miramar de Ansenúza

El portal de Datos Abiertos de la Municipalidad de Miramar de Ansenúza tiene como objetivo proporcionar a la comunidad datos, información y aplicaciones específicas sobre la localidad. Entre las funcionalidades que ofrece, se encuentra la opción de Habilitación de Comercio en Línea y acceso a datos relacionados con el Modelado de Información para la Construcción (BIM).

El BIM proporciona información detallada sobre edificios y activos de infraestructura, integrando procesos y flujos de información a lo largo de todo el ciclo de vida de una construcción o proyecto de ingeniería civil. Esta metodología permite gestionar eficazmente todos los aspectos relacionados con un edificio, desde su diseño hasta su operación y mantenimiento.

Además, la integración de BIM y GIS (Sistemas de Información Geográfica) aporta un valor significativo en la entrega de proyectos de ingeniería, así como en la gestión de activos e infraestructura. Esta combinación mejora la planificación, operación y mantenimiento de las estructuras construidas y optimiza la gestión del entorno que las rodea.

Asimismo, se cuenta con servicios de datos relevados en turismo.

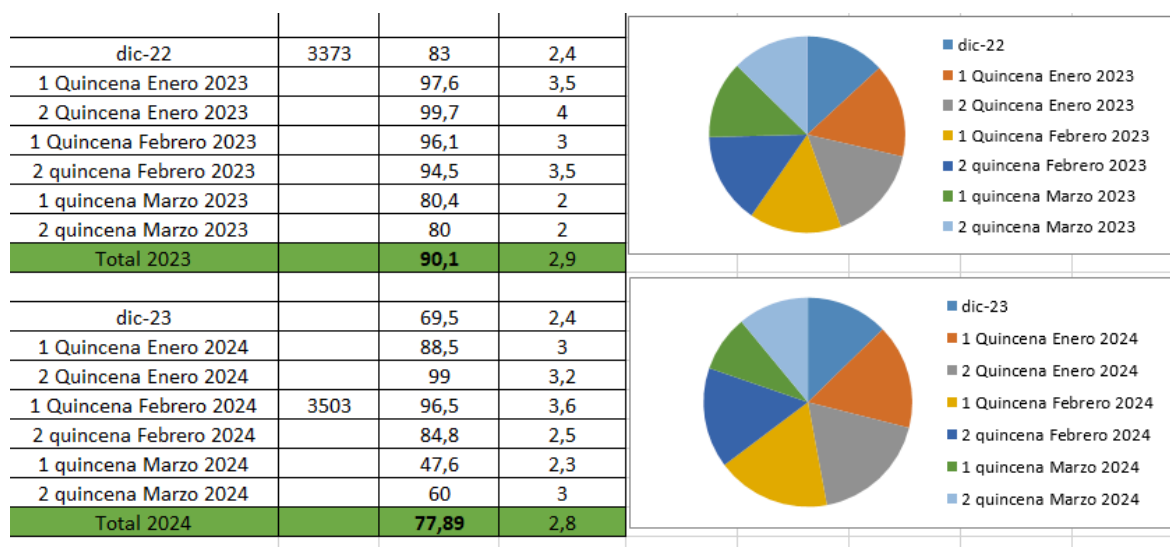


Gráfico 13: Registro turistas Miramar de Ansenuza
Fuente: Sitio Web Municipalidad de Miramar de Ansenuza

Se acompaña [reporte de registro de turistas](#)

En caso de **Nono**, se han implementado algunas iniciativas de participación ciudadana, destacando la búsqueda de proyectos innovadores para el [desarrollo del parque](#) que se establecerá dentro de la reserva natural que incluye las áreas de Los Nonos, La Juntura y Perilago.

Esta propuesta cuenta con el respaldo de instituciones educativas y de la sociedad civil, quienes apoyan activamente esta iniciativa, lo que refuerza el compromiso de la comunidad en la protección y desarrollo sostenible del entorno natural.

Asimismo, ha desarrollado Convenios de colaboración, informes de investigación conjunta con la [Universidad Popular de Nono](#) y con la [Universidad Provincial de Córdoba](#)

Audiencia pública 31/10/2024

AUDIENCIA PÚBLICA ANTENAS

El jueves 31 de octubre a las 18 horas en la sala en la sala del Concejo Deliberante de Nono, se realizará Audiencia Pública por motivo de aumento anual de tasas sobre antenas de telefonía.

VER MÁS ▶

Imagen 28: Publicación audiencias públicas en Nono
Fuente: Sitio Web Municipalidad de Nono

En el [sitio web oficial](#) se realizan periódicamente llamados a audiencias públicas.

Asimismo, en cuanto a gobierno abierto, cuenta con algunas iniciativas destacables como la publicación del [Boletín Electrónico Municipal](#) (ordenanzas) que se encuentran debidamente ordenadas por serie numérica y correlación de años. Las ordenanzas se pueden descargar, pero carece de un buscador.

Cuentan con un [archivo digital Nono](#). El objetivo del archivo es conservar, organizar, y difundir este patrimonio, proporcionando una plataforma que permita la catalogación y digitalización de diversos materiales (estudios académicos, investigaciones científicas, y textos históricos, culturales y antropológicos centrados en Nono y el Valle de Traslasierra).

Actualmente, la plataforma cuenta con aproximadamente 15.000 documentos digitalizados, lo que permite almacenar, conservar, organizar y divulgar el patrimonio documental. Para acceder a este repositorio, se hace mediante un enlace a Google Drive.

Además, cuentan con un [portal de reclamos](#), número de contacto y mails para atender las quejas y reclamos.

Tipo y Motivo del Reclamo

Por favor seleccione un **tipo** y **motivo** de reclamo, y a continuación ingrese una breve descripción del mismo.

 Alumbrado público >	 Espacios verdes >	 Transporte público >
 Ambiente >	 Higiene urbana >	 Seguridad >
 Cementerio >	 Obras viales >	 Vía pública >
 Control y fiscalización >	 Tránsito >	

Imagen 29: Publicación audiencias públicas en Nono
Fuente: Sitio Web Municipalidad de Nono

En el caso de **Villa Tulumba** no se han evidenciado avances.

Eje	Subeje	Requisito
8.2 - Gobernanza	8.2.3 <i>Gestión digital</i>	El ente gestor debe impulsar la digitalización de los procesos incluidos en el alcance del sistema de gestión del DTI. Asimismo, el ente gestor debe promover que residentes, turistas y prestadores turísticos realicen trámites de manera digital

A nivel gobierno Córdoba y ACT

El gobierno provincial cuenta con un potente servicio de gestión digital.

Portal Digital

Se crea un espacio para compartir los avances en [los procesos de Innovación e Infraestructura Tecnológica](#) que se están llevando a cabo por el Gobierno de la Provincia de Córdoba.

En este lugar se puede acceder a información actualizada sobre los servicios de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), estándares tecnológicos, novedades relativas a herramientas tecnológicas transversales, procesos de innovación, buenas prácticas y datos sobre la gestión actual, entre otros aspectos.

El objetivo es también fortalecer la comunicación entre los Referentes Tecnológicos y de Innovación de todos los organismos de la Provincia de Córdoba,

así como con la Secretaría de Innovación e Infraestructura del Ministerio de Economía y Gestión Pública.

Gestiones en números

3.580.000
CIUDADANOS DIGITALES

1.410.000
E-TRÁMITES RECIBIDOS

4.335.872
SOLICITUDES EN FORMULARIO ÚNICO
DE POSTULANTES (FUP)

28.736.260
NOTIFICACIONES ELECTRÓNICAS
ENVIADAS EN 2023

25.000
USUARIOS DE LA RED DE GOBIERNO

+15.000
PCS ADMINISTRADAS

+2.000
EQUIPOS CON GESTIÓN MENSUAL

19.022
GESTIONES RECIBIDAS A TRAVÉS DE MESA
DE AYUDA

Imagen 30: Gestión digital provincial en números

Fuente: Sitio Web Portal Digital de Córdoba

Ciudadano Digital

Es una plataforma tecnológica que posibilita a los ciudadanos acceder de forma simple, en un único lugar y con una misma cuenta de usuario a todos los trámites y servicios digitales que brinda el Gobierno de la provincia de Córdoba.

La plataforma de “[Servicios “Ciudadano Digital” \(CI DI\)](#) del Gobierno de la Provincia de Córdoba fue creado por [Decreto 855/19](#) con el objeto de centralizar y facilitar a los ciudadanos el acceso a los servicios digitales que brinda el Estado Provincial, comprendiendo la misma la Identidad Digital, el Portal Web, el Sitio Institucional, la Gestión de Comunicaciones, Documentación Digitalizada, la Gestión de Cuenta y Administrador de Relaciones

En dicha plataforma se pueden hacer consultas sobre desarrollo social (vivienda, empleo, centro cívico, economía y gestión pública, consulta de expediente, etc.). Posee un Repositorio Único de Documentos Digitales y firma digital.

También se puede utilizar el servicio CIDI a través de una App disponible en:

[Google Play](#)

[App Store](#)

Al igual que lo señalado con antelación en cuanto a la desconexión de turismo con las diferentes acciones vinculadas a la gobernanza, en este punto resulta lo mismo.

La digitalización avanzada de la provincia no se encuentra debidamente articulada con turismo y las acciones de la ACT.

A nivel destinos relevados

Nono tiene algunos servicios y trámites digitalizados, no de forma completa, como es el caso de la [Consulta y Pago de Deudas](#).

El sitio web es una herramienta muy útil que permite a los ciudadanos de Nono gestionar de manera eficiente sus obligaciones tributarias.

A través de esta plataforma, los usuarios pueden realizar consultas sobre sus deudas municipales, que incluyen la tasa por servicio a la propiedad y los impuestos correspondientes a automotores.

Una de las características más destacadas del sitio es la opción de realizar pagos electrónicos, lo que simplifica el proceso de cumplimiento fiscal al permitir que los usuarios salden sus deudas desde la comodidad de su hogar.

Además, el portal ofrece la posibilidad de adherirse a la dirección electrónica, facilitando la comunicación oficial y la recepción de notificaciones.

El sistema de reclamos también está integrado al servicio CI DI que ofrece el gobierno central provincial a los efectos de facilitar su utilización entre los ciudadanos.

No se evidencia la interacción con los turistas.



Imagen 31: Consulta y Pago de deudas en Nono
Fuente: Sitio Web Municipalidad de Nono

El **Punto Digital Nono** ofrece recursos gratuitos para aquellos que necesiten realizar trámites en línea, pero no dispongan de computadora, internet o las herramientas necesarias. Este espacio permite el uso de herramientas informáticas y proporciona acceso para capacitaciones online. Entre los trámites que se pueden gestionar se incluyen: inscripción para la vacunación COVID-19, boleto educativo gratuito, así como actas de nacimiento, defunción, matrimonio y unión convivencial.

También se ofrece la validación de Mi Argentina y CuidAR, donde "Mi Argentina" es una forma segura de acceder a servicios digitales gubernamentales, siendo el único punto de validación en Traslasierra. Se pueden gestionar documentos como la constancia de CUIL, DNI digital, licencia de conducir nacional, y realizar asesoramientos personalizados sobre la plataforma Ciudadana Digital CIDI.

Miramar de Ansenuza cuenta con servicios de [gobierno electrónico](#)

El sitio web de la Municipalidad proporciona una amplia gama de servicios de Gobierno Electrónico, diseñado para facilitar la interacción entre los ciudadanos y la administración local. Uno de sus aspectos más destacados es la opción de adhesión a la dirección electrónica, así como la capacidad de consultar y pagar deudas, utilizando la misma plataforma de pago que el municipio de Nono.



LIBERTAD 351 - C.P.: 5143



Servicios de Gobierno Electrónico



Imagen 32: Gestión Digital de Miramar de Ansenuza
Fuente: Sitio Web Municipalidad de Ansenuza

Villa Tulumba dispone de una página web; sin embargo, esta no ofrece opciones de interacción para los vecinos, como la realización de trámites o el pago de tasas. La falta de estas funcionalidades limita la capacidad de los ciudadanos para acceder a servicios digitales y gestionar sus requerimientos administrativos de manera eficiente.

Eje	Subeje	Requisito

8.2 - Gobernanza	8.2.4 Planeamiento urbano y usos del territorio	- El ente gestor debe promover los usos turísticos del suelo en los documentos legales, reglamentarios o institucionales referidos al ordenamiento territorial, la zonificación del espacio y los usos del suelo. El ente gestor debe determinar las responsabilidades en las áreas encargadas del procesamiento sistematizado de datos georreferenciados, definidas como proveedores externos para planificar y articular acciones referidas a los usos turísticos del suelo del DTI.
------------------------------------	---	---

A nivel gobierno Córdoba y ACT

Si bien existen portal con mapas de planeamiento urbano y uso de suelos, no se encontró evidencias de un plan de desarrollo.

La [Ley N° 9841](#) establece un marco regulatorio para la gestión de los usos del suelo en la región metropolitana de Córdoba, implementando el “Plan Metropolitano de Usos del Suelo - Sector Primera Etapa”.

Esta ley fue sancionada el 29 de septiembre de 2010 y publicada en el Boletín Oficial el 22 de octubre de 2010.

El objetivo de esta ley es regular los usos del suelo en el anillo de Circunvalación Metropolitano y las localidades adyacentes, contribuyendo a un desarrollo ordenado y sostenible en la provincia.

El Plan se complementa con una Segunda Etapa implementada mediante el Artículo 1° de la Ley N° 10004, que se relaciona con el anillo de circunvalación regional y otras localidades.

El Poder Ejecutivo Provincial será la autoridad encargada de la aplicación de esta ley, con las municipalidades y comunas adheridas encargadas de su ejecución a nivel local.

Por otro lado, la provincia dispone de Idecor, mapas de Córdoba. [MapasCordoba](#) es el geoportal de IDECOR (la Infraestructura de Datos Espaciales de la Provincia de Córdoba).

En este sitio encontrará mapas temáticos de distintos organismos e instituciones, acceso a datos libres en forma de geoservicios en línea o a través de descarga directa, e información complementaria como diccionario de datos y metadatos.



Imagen 33: Mapas de la provincia de Córdoba
Fuente: Provincia de Córdoba

Los mapas publicados contienen datos desarrollados por áreas específicas que compartieron su información para la consulta pública. También se incluyen productos inéditos elaborados por IDECOR para distintos fines y organismos.

MapasCordoba, en conjunto con el sitio institucional de IDECOR, permite a la comunidad no sólo acceder a noticias e información del Programa IDE provincial, sino también trabajar con (geo)datos abiertos y mapas en línea, constituyéndose así en una plataforma para todos, donde distintos actores de la provincia -públicos, privados, no gubernamentales y académicos- pueden contribuir y ser parte.

A nivel destinos relevados

Nono cuenta con un [Plan de Ordenamiento Territorial](#) para el desarrollo sustentable y sostenible de la localidad, con enfoque multidisciplinario y participativo.

Nono experimentó un crecimiento exponencial en la década de 2000, con un impacto negativo en el medio ambiente y la planificación urbana. La falta de herramientas de planificación adecuada agravó problemas de infraestructura, gestión de residuos, contaminación y presión sobre los recursos naturales.

La ausencia de herramientas para organizar el municipio llevó a la toma de una decisión política para iniciar un proceso de ordenamiento territorial.

El proceso incluyó diversas etapas y herramientas:

- Código Urbano y de Edificación (2005-2018): Se actualizó el código de edificación, incorporando criterios modernos y una perspectiva ambiental.
- Programa de Compromiso Ambiental (2012): Creación de un programa con lineamientos para la ordenanza de ordenamiento ambiental, basado en un estudio detallado.

- Ordenanza Ambiental (2013): Estableció principios ambientales e instrumentos de regulación.
- Ordenanza de regulación de zonas inundables (2013): Basada en estudios de riesgo de inundabilidad.
- Modificación del Radio Municipal (2017): Expansión del radio municipal para una mejor gestión del territorio.
- Ordenanza de Protección del Patrimonio Cultural y Natural (2017): Protección de áreas naturales y culturales.
- Estudio "Ordenamiento Ambiental de Bosques y Ecosistemas Asociados" (2018-2019): Un estudio exhaustivo del INTA para la gestión sostenible de los bosques.
- Estudio de Impacto Ambiental (2019-2020): Validación del proceso de ordenamiento.

Resultados: Se destaca la participación ciudadana en las diversas etapas del proceso, y la generación de herramientas de gestión ambiental integrales. Se enfatiza la sustentabilidad como objetivo principal.

Replicabilidad: Se analiza la replicabilidad de este modelo en otros municipios de la región de Traslasierra, considerando que la experiencia de Nono puede servir como guía para otras localidades con problemáticas similares.

El documento resalta la importancia de una planificación integral, participativa y multidisciplinaria para el desarrollo sustentable y sostenible de un territorio, considerando las particularidades ambientales, sociales y económicas.

El documento incluye imágenes y mapas que ilustran los cambios en la mancha urbana y la zonificación del territorio

Dato destacado:

Nono ha recibido un destacado reconocimiento a nivel nacional por su innovador plan de ordenamiento territorial.

El municipio de Nono es uno de los 20 municipios y gobiernos provinciales que resultaron ganadores del [concurso nacional de Experiencias Innovadoras de Planificación, Desarrollo Territorial y Políticas de Suelo](#) organizado por la Secretaría de Desarrollo Territorial del Ministerio de Desarrollo Territorial y Hábitat de la Nación en 201 del que participaron 119 municipios de todo el país.

Este proyecto tiene como principal objetivo facilitar el acceso a la tierra para sus residentes, buscando mejorar la calidad de vida de la comunidad. Su enfoque integral y sostenible ha hecho que Nono se sitúe entre los destinos galardonados, distinción que subraya la importancia de tales iniciativas en el contexto del desarrollo urbano y rural en Argentina.

La presentación de Nono se tituló "Proceso de Ordenamiento Territorial para el Desarrollo Sustentable y Sostenible de la localidad de Nono, Valle de Traslasierra".

Fue presentado a través del Área de Planeamiento Urbano con la participación de todas las áreas de gobierno.

Además de ello, Nono fue el único municipio de la Provincia de Córdoba que resultó premiado.

El premio no solo celebra el esfuerzo local, sino que también busca inspirar y promover la implementación de proyectos similares en otras localidades del país, destacando la relevancia de estrategias eficaces de ordenamiento territorial para el bienestar comunitario.

El municipio dispone de un [Código de Urbano y de Edificación](#)

El código se divide en cinco libros:

- Libro I: Disposiciones Generales: Cubre la aplicación, alcance, definiciones y principios generales.
- Libro II: Zonificación-Usos del Suelo: Detalla las normas de zonificación para varias áreas de Nono, incluyendo zonas urbanas, semiurbanas y periféricas. Se proporcionan normas específicas para cada zona, incluyendo los usos permitidos,
- Libro III: Disposiciones relativas a edificaciones: Abarca disposiciones generales, actividades que requieren permisos y notificaciones, y reglamentos de edificación relacionados con alturas de edificación, retranqueos y otros elementos de diseño. Contiene especificaciones detalladas para distintos tipos de edificaciones (residenciales, comerciales e industriales).
- Libro IV: Administración y Procedimientos: Cubre los procesos administrativos para la obtención de permisos, inspecciones y cumplimiento de la normativa.
- Libro V: Disposiciones Transitorias: Incluye cualquier medida transitoria para facilitar la implementación del código.

Asimismo, por ordenanza [953/16](#) se aprobó la modificación al radio municipal.

[Planeamiento urbano](#) depende de Obras Públicas.

[Plano de zonificación](#) de usos de suelo del Código Urbano y de Edificación de Nono (ordenanza municipal 993/18). Nono cuenta con un Radio Municipal amplio (Ley provincial n° 10.426) y es por este motivo que se divide en zonas. Cada zona muestra criterios particulares y específicos que la identifican y la definen, características que derivan de sucesivos estudios en múltiples capas contemplando tanto factores ambientales, económicos como sociales.

A su vez, cuentan con la ordenanza [965/16](#) sobre uso de los espacios públicos y privados.

Miramar de Ansenuza cuenta con un [Plan de Ordenamiento Urbano](#) y una plataforma donde puede visualizarse el [Ordenamiento territorial Miramar](#)

Esta ordenanza municipal modifica el Código Urbanístico Ambiental (aprobado por Ordenanza 1266/2019). La modificación se centra en los siguientes puntos:

No se altera la delimitación de los Sistemas Urbanos Territoriales ni de las Zonas: La estructura orgánica y funcional del municipio permanece sin cambios.

Simplificación de Procedimientos: Se unifica el Código de Edificación de Miramar de Ansenuza (aprobado en 2020) con la ordenanza urbanística para agilizar los trámites. Se aclaran aspectos procedimentales y se agrega un inciso al Artículo 10 (interpretación) para que la oficina técnica municipal pueda resolver dudas puntuales con mayor rapidez.

Aclaraciones en los usos: Se incorporan aclaraciones sobre la posibilidad de vivienda unifamiliar como complemento a otros usos, se aclara el concepto de "uso no consignado", y se especifican limitaciones a ciertos usos.

Cambios en la Regulación de las Zonas: Los títulos de las secciones de regulación de zonas cambian de "Parámetros Básicos de la Ordenación y Regulación de las Zonas" a "Parámetros Generales" y "Parámetros Particulares", para facilitar la identificación.

Sistemas Constructivos: Se regula el uso de sistemas constructivos prefabricados y seriados en todas las zonas.

Presenta planos y estadísticas sobre [Infraestructura municipal](#)

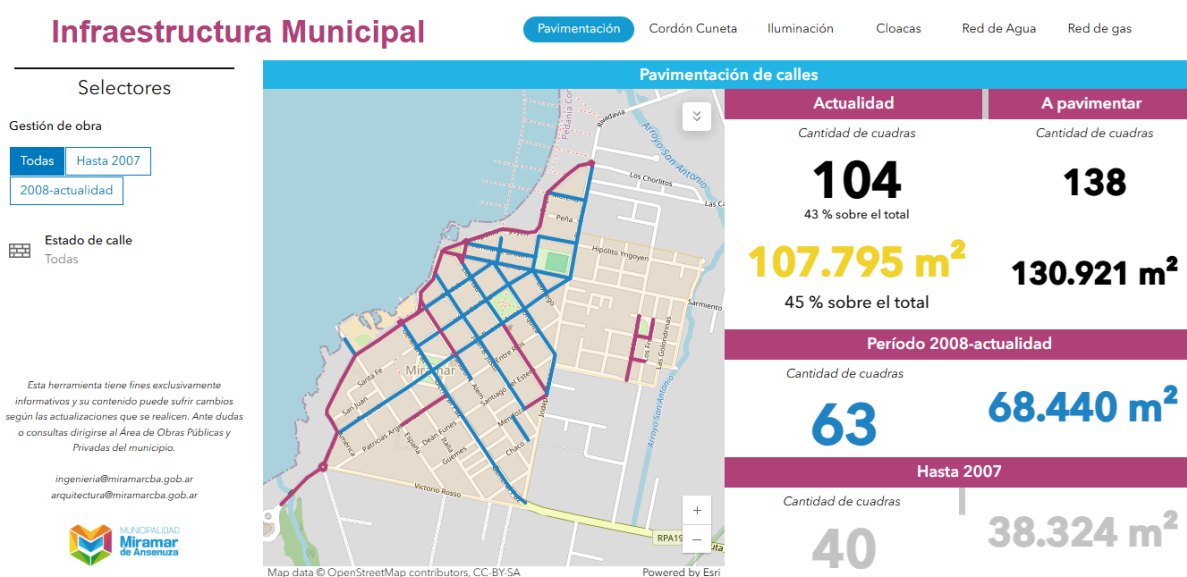


Imagen 34: Infraestructura municipal de Miramar de Ansenuza
Fuente: Sitio Web Municipalidad de Ansenuza

Villa Tulumba no presenta evidencias sobre este punto.

Eje	Subeje	Requisito
8.2 - Gobernanza	8.2.5 <i>Movilidad y transporte</i>	El ente gestor debe evaluar las condiciones de los medios e infraestructuras de transporte en función de las necesidades del DTI y promover las mejoras pertinentes contemplando la accesibilidad y sostenibilidad. El ente gestor debe identificar y evaluar la red de conectividad de transporte del DTI con otros municipios, incluyendo las terminales de los diferentes medios de transporte, y promover las mejoras pertinentes. El ente gestor debe contemplar y promover políticas de seguridad vial en el DTI.

A nivel gobierno Córdoba y ACT

Dado que las cuestiones relacionadas con las rutas de acceso, la conectividad y otros temas ya han sido planteados previamente, se hace referencia únicamente a los datos de vuelos de cabotaje e internacionales.

Cabotaje

Elegir una provincia

Córdoba

Mostrar 10 registros

Buscar:

Año	Provincia	Localidad	Pasajeros
2023	Córdoba	Córdoba	2443316
2023	Córdoba	Río Cuarto	28612
2022	Córdoba	Córdoba	1789694
2022	Córdoba	Río Cuarto	27878

Internacional

Elegir una provincia

Córdoba

Mostrar 10 registros

Buscar:

Año	Provincia	Localidad	Pasajeros
2023	Córdoba	Córdoba	497088
2022	Córdoba	Córdoba	320359

Imagen 35: Indicadores total de tránsitos por cada localidad (aterrizajes y despegues).

Fuente: [SINTA - Sistema De Información Turística De La Argentina](#)

A nivel destinos relevados

Nono

El servicio de transporte público en la región incluye tanto opciones locales como provinciales y nacionales. Entre los servicios regionales se destacan el Grupo Sarmiento y Panaholma, que ofrecen conexiones eficientes. En el ámbito provincial, Panaholma y Sierra Bus brindan servicios regulares diferenciales, junto con Coata Córdoba y la empresa ERSA. A nivel nacional, empresas como Chevallier, Trammat, Expreso del Oeste y San Juan Mar del Plata garantizan la movilidad entre ciudades.

Para quienes viajan desde Córdoba, es posible abordar minibuses de Panaholma o Sierra Bus en la Terminal de Ómnibus, alcanzando Nono en aproximadamente tres horas.

Alternativamente, se puede optar por la ruta terrestre, tomando la Ruta Nacional N° 9 y luego la Autopista Nacional 008, pasando por Arroyo Seco y continuando hasta la Ruta Nacional N° 20.

Cabe destacar que Nono no cuenta con aeropuertos.

Miramar de Ansenuza

Miramar de Ansenuza se ubica al noreste de la provincia de Córdoba, con coordenadas de latitud 30° 55' sur y longitud 62° 41' oeste. Es una población ribereña situada en el arco sur de la Laguna Mar Chiquita.

Se accede por transporte público por empresas locales como Morteros S.R.L. y Fono Bus, que ofrecen servicios de transporte en la región.

Es importante mencionar que Miramar de Ansenuza no cuenta con un aeropuerto.

El acceso a la localidad se puede realizar desde varias ciudades: desde Buenos Aires y Villa María, a unos 150 km de distancia, se toma la Ruta Nacional 9 hacia el oeste y luego se sigue por la Ruta Nacional 19 hacia el norte.

Desde San Francisco, a aproximadamente 180 km, se toma la Ruta Nacional 158 hacia el norte hasta la Ruta Nacional 19, y luego se continúa hacia el este.

Desde Río Cuarto, a una distancia de cerca de 230 km, se sigue la Ruta Nacional 8 al norte hasta la Ruta Nacional 19, girando después hacia el este.

Por último, desde la ciudad de Córdoba, aproximadamente 200 km de distancia, se toma la Ruta Nacional 19 hacia el este y luego la Ruta Nacional 158 hacia el norte hasta llegar a Miramar de Ansenuza.

También tiene una terminal de ómnibus e información publicada en su sitio web oficial

Villa Tulumba

Villa Tulumba se encuentra ubicada a 143 km de la ciudad de Córdoba Capital, se accede a ella por la Ruta Nacional N° 9, para empalmar con la Ruta Provincial N° 16 que une Deán Funes con San José de la Dormida. Esta ruta conecta además las rutas nacionales N° 9 y N° 60, distantes 22 km y 27 km respectivamente desde Villa Tulumba.

No presta servicios de pasajeros, sólo de cargas. Sus vías corresponden al Ramal CC del Ferrocarril General Belgrano.

Sus vías e instalaciones están concesionadas a la empresa estatal Trenes Argentinos Cargas y Logística que une Buenos Aires con el norte argentino pasando por Deán Funes, a 27 km de Villa Tulumba.

Villa Tulumba no cuenta con un aeropuerto y no se dispone de información específica sobre líneas de transporte en la zona.

No existe servicio de transporte público local, utilizando el vecino la red de transporte interprovincial que circula por la ruta provincial N° 16.

El uso peatonal y el auto particular son los medios más utilizados para el desplazamiento en la localidad, pero solo algunos sectores cuentan con veredas peatonales en buenas condiciones.

La bicicleta no dispone de carril propio que brinde seguridad vial a los vecinos.

En el mismo sentido las rampas peatonales.

Indicadores del Capítulo 8.3, titulado "Sostenibilidad" de la norma IRAM 42.101

Eje	Subeje	Requisito

8.3 Sostenibilidad	- 8.3.1 Economía / 8.3.3 Social	El ente gestor debe: a) evaluar los impactos económicos del turismo en el DTI; b) impulsar la formación y la empleabilidad de los residentes en el sector turístico; c) fomentar el desarrollo de emprendimientos locales de productos y servicios, y d) establecer prioridades de inversión en áreas estratégicas del DTI. El ente gestor debe promover: a) acciones tendientes a la igualdad de género en su organización; b) la igualdad de género en las partes interesadas del DTI; c) acciones tendientes a la inclusión social en su organización y en el DTI, y d) la inclusión social en las partes interesadas del DTI.
---	--	--

En el mes de noviembre de 2023 se registraron 459.501 puestos de trabajo formales en ramas turísticas, presentando una variación de 5,1% con respecto a noviembre de 2022. El resto de los sectores presentó una variación de 2,1%. En la comparación con noviembre 2019, la variación en ramas turísticas fue de 3,6%, mientras que en el resto de las ramas fue de 7,1%

Las ramas turísticas tomadas en su conjunto tienen un porcentaje mayor de mujeres en el total de puestos de trabajo.

Observando al interior de las ramas turísticas, se observa una gran heterogeneidad en la participación femenina en los puestos de trabajo registrados. Mientras que las categorías Alojamiento y Agencias de Viaje presentan una participación mayor al 50%, Gastronomía y Otros Servicios Turísticos están en torno al 40%, por encima de las ramas no turísticas. Por último, la categoría Transporte presenta una muy baja participación femenina.¹⁴

En el mes de octubre, los egresos de divisas por turismo, por el mercado oficial de cambios, alcanzaron un total de US\$940,7 millones, con una variación

¹⁴ Tablero y reporte de "Empleo en Turismo" <https://tableros.yvera.tur.ar/empleo.html>

respecto al mismo mes del año 2023 del -6,5%. Por su parte, los ingresos fueron de US\$249,7 millones, con una variación interanual del 82,5%.

Continuando con la tendencia de los últimos años, la balanza de divisas en el mercado oficial, por turismo, es deficitaria. En el mes de octubre de 2024, se registró una balanza deficitaria en US\$691 millones, mientras que en el mismo mes de 2023 había sido también deficitaria en US\$869,7 millones.

En el mes de octubre de 2024 los egresos por turismo representaron un 61,2% de la salida total de divisas por servicios vía el mercado oficial de cambios. Por su lado, los ingresos por turismo representaron un 31,1% del total de ingresos por servicios.

Por su lado, en el acumulado del año, los egresos por turismo representaron un 64,9% y los ingresos por turismo un 31%.¹⁵

Turismo elabora una estimación integral del empleo que abarca las ramas específicas del turismo en el sector privado formal de la economía, utilizando información publicada por el Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial del Ministerio de Trabajo, basado en el Sistema Integrado Previsional Argentino.

Según el informe sobre cadenas de valor del sector turístico, se define como rama característica del turismo (RCT) a aquella que dejaría de existir o sufriría una caída significativa en ausencia del turismo, incluyendo sectores como alojamiento, restaurantes, transporte, agencias de viaje y servicios culturales, entre otros.

A nivel nacional, en 2014 se registraron 1,08 millones de puestos de trabajo, lo que representa un aumento del 2,6% en comparación con el año anterior.

En ese año, las RCT constituyeron el 5,4% del total de empleos en la economía.

En el ámbito regional, las últimas estimaciones se realizaron de manera bianual (a través de promedios móviles) para obtener datos más consistentes. En Córdoba se calcularon 104 mil puestos de trabajo, lo que equivale al 9,4% de la cadena a nivel nacional y al 6% del empleo total en la provincia. E

El empleo en las RCT creció un 22,4% entre 2010-2011 y 2013-2014, superando el crecimiento nacional del 5,1%.

El análisis del empleo en este sector puede profundizar examinando las categorías ocupacionales. Al igual que en el resto del país, la principal categoría corresponde al ámbito privado, con una participación del 63%.

Aunque el empleo asalariado predomina, en Córdoba, los trabajadores independientes (patrones y cuentapropistas) representan el 35% del empleo, una cifra superior al 23,8% registrado a nivel nacional.

En Córdoba, los empleados asalariados en el sector privado que cuentan con descuentos o aportes previsionales representan el 30% de los puestos de trabajo en las RCT, cifra inferior al total nacional del 41%.

¹⁵ Tomado como referencia lo indicado en “Ingresos y Egresos por Turismo en el Mercado de Cambios” SINTA - <https://tableros.yvera.tur.ar/mulc.html>

El sector sigue teniendo crecimiento conforme se desprende de las tasas señaladas.

En el mes de octubre de 2023 se registraron 45.845 empresas en ramas turísticas, presentando una variación de 1,6% con respecto a octubre de 2022.

El resto de los sectores presentó una variación de 0,6%.

En la comparación con octubre 2019, la variación en ramas turísticas fue de -10,7%, mientras que en el resto de las ramas fue de -1%

Estadísticas de empresas de las Ramas Características del Turismo (RCT) a partir de datos de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) al mes de junio de 2022.

Cantidad de empresas registradas por provincia y por actividad según tamaño de la empresa

Show 10 entries

Provincia	Actividad	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
All	All	All	All	All	All
Cordoba	Agencias de Viaje	135	26	3	
Cordoba	Alojamiento	504	74	12	1
Cordoba	Gastronomía	1288	287	11	1
Cordoba	Otros Servicios Turísticos	385	62	11	8
Cordoba	Transporte	2005	29	11	3

Imagen 36: Cantidad de empresas registradas en Córdoba

Fuente: [SINTA - Sistema De Información Turística De La Argentina](#)

Indicadores para el seguimiento de la actividad turística en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Impacto económico y empleo

1,2 M

Puestos de trabajo en industrias turísticas (2022)

44,43%

Tasa de informalidad del empleo asalariado turístico (2022)

1,68%

PIB turístico respecto del PIB total (2022)

Acceso al turismo y desigualdad

33,2%

Propensión a viajar (2022)

35

Índice de Gini de viajes turísticos (2022)

38,6

Índice de Gini del gasto turístico (2022)

37,8

Índice de Gini de viajes turísticos de ocio (2022)

Imagen 37: Indicadores ODS del turismo

Fuente: [SINTA - Sistema De Información Turística De La Argentina](#)

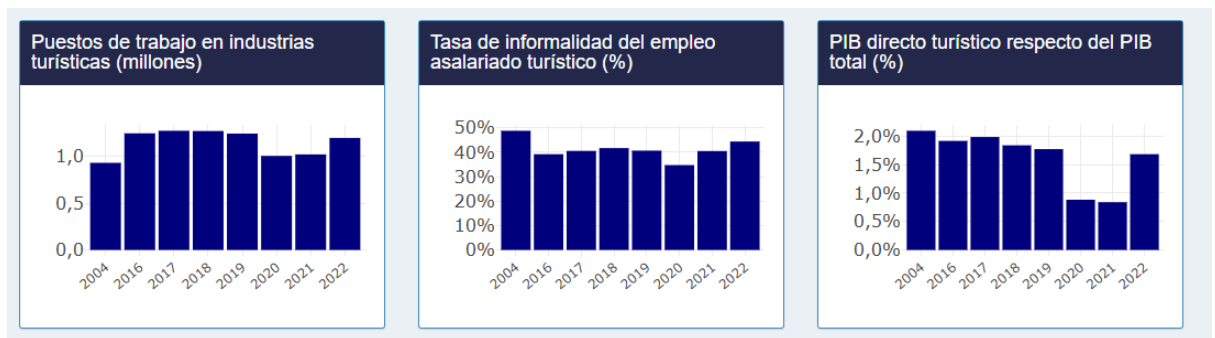


Gráfico 14: Indicadores ODS del turismo

Fuente: [SINTA - Sistema De Información Turística De La Argentina](#)

La provincia de Córdoba tiene un portal de empleo orientado a la búsqueda (donde uno puede escoger el tipo de puesto que busca) y al ofrecimiento de empleo (mediante el relevamiento de perfil solicitado).

A su vez, cuentan con el Programa Primer Paso (PPP) crea oportunidades para que 15.000 jóvenes de 16 a 25 años accedan a su primera experiencia laboral y eleven su potencial mediante capacitación y entrenamientos en ambientes de trabajo, promoviendo así su integración en el mercado profesional, su desarrollo personal y también el crecimiento económico de la provincia. Los jóvenes pueden postularse y las empresas inscribirse mediante el otorgamiento de ciertas facilidades para la empleabilidad.

Ministerio de
**DESARROLLO SOCIAL Y
PROMOCIÓN DEL EMPLEO**



Imagen 38: Portal de empleo del Ministerio de Desarrollo Social y Promoción del Empleo

Fuente: Gobierno de Córdoba

Nono

En el municipio se ha implementado un enfoque integral en el ámbito de las políticas sociales, destacando acciones clave que buscan mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Cuidado de la familia y la niñez: Se prioriza la protección y el desarrollo de la familia y la infancia a través de programas específicos que garantizan el acceso a recursos y servicios necesarios para su bienestar. Esto incluye desde la atención en áreas de salud hasta la educación, buscando crear un entorno seguro y propicio para el crecimiento de los más pequeños

En Nono, la Municipalidad ha trabajado en propuestas para la inclusión de personas con discapacidad. Entre las acciones que se han llevado a cabo se encuentran:

- Talleres de inclusión laboral
- Práctica deportiva de niños, jóvenes y adultos con discapacidad

Igualdad de género: Se promueve de manera activa la equidad de género mediante iniciativas formativas y campañas de concientización que abordan la eliminación de la discriminación. El objetivo es fortalecer el rol de la mujer en la sociedad, empoderando y garantizando su pleno acceso a derechos y oportunidades, tanto en el ámbito laboral como en el social. Se han llevado a cabo encuentros de mujeres rurales reconociendo el trabajo de la mujer nonense en el campo y con identidad transerrana.

Acción Social: Nono ha desarrollado una variedad de programas sociales dirigidos a apoyar a las personas en situación de vulnerabilidad. Estas acciones están diseñadas para mejorar la inclusión social, proporcionando asistencia económica, acceso a alimentos, capacitación y otros recursos que favorecen la autonomía y el desarrollo personal.

Salud y Asuntos Sociales: Las políticas implementadas en este ámbito buscan garantizar que todos los ciudadanos tengan acceso a servicios de salud de calidad. Esto incluye la promoción de campañas de salud, prevención de enfermedades y acceso a atención médica, asegurando que los servicios sean inclusivos y accesibles para toda la comunidad.

No se visualizan acciones o programas específicos desde turismo que estén directamente vinculados a temas como la empleabilidad, la niñez, la violencia o la igualdad de género.

Miramar

Con respecto a este punto no ha sido posible encontrar evidencias suficientes respecto al destino que no se hayan plasmado en otro apartado del documento.

Villa Tulumba

El Plan Estratégico Territorial de Villa Tulumba presenta un resumen de indicadores socioeconómicos y de acceso a servicios básicos comparándolos a

nivel municipal, departamental, provincial y nacional. Las conclusiones que se pueden extraer son:

Déficit significativo en servicios básicos: En 2010 Villa Tulumba mostraba un preocupante déficit en el acceso a servicios básicos. Los indicadores destacan: falta casi total de cloacas: El 100% de los hogares carecían de red de cloacas.

Alta carencia de agua, electricidad y gas: Porcentajes altos de hogares sin acceso a red de agua, electricidad y gas. Un porcentaje significativo de los hogares presentaba tenencia irregular de vivienda.

Indicadores socioeconómicos preocupantes: Desempleo: La tasa de desempleo juvenil es considerablemente alta (14.14%), superando los promedios provinciales y nacionales. Si bien el desempleo general es bajo, es importante analizar las causas del alto desempleo juvenil.

Educación: Un porcentaje considerable de la población adulta carecía de educación superior. Esto podría estar relacionado con el desempleo juvenil.



Imagen 39: Indicadores sobre población
Fuente: Plan Estratégico Territorial Villa Tulumba

COMPARATIVO MULTIESCALA	VILLA TULUMBA			
INDICADORES	Municipio	Departamento	Provincia	País
	Villa Tulumba	Tulumba	Córdoba	Argentina
POBLACIÓN CENSO 2010	1.597	12.673	3.308.876	40.117.096
1. REDUCCIÓN DE POBREZA ESTRUCTURAL	90,0	86,6	90,2	86,9
2. SEGURIDAD ALIMENTARIA	99	99,5	98,9	98,8
3. SALUD Y BIENESTAR	92	93,1	92,1	91,8
4. EDUCACIÓN INCLUSIVA	51	49,1	51,2	50,7
5. IGUALDAD DE GÉNERO	97	91,5	91,5	91,8
6. AGUA Y SANEAMIENTO	46	64,0	65,4	69,3
7. ENERGÍA ELÉCTRICA Y GAS	44	58,1	73,5	75,1
8. CRECIMIENTO ECONÓMICO Y EMPLEO	95	94,6	94,1	94,1
9. INFRAESTRUCTURA E INDUSTRIA	9	3,3	8,5	8,2
10. DESIGUALDAD SOCIOECONÓMICA				
11. CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	100	-	100	100
12. PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE				
13. MITIGAR EL CAMBIO CLIMÁTICO				
14. PROTECCIÓN DE RECURSOS MARINOS				
15. CUIDADO DE ECOSISTEMAS TERRESTRES				
16. INSTITUCIONES SÓLIDAS				
17. FORTALEZA DE LA SOCIEDAD CIVIL				
ONU-HÁBITAT AGENDA 2030				

Imagen 40: Indicadores sobre población
Fuente: Plan Estratégico Territorial Villa Tulumba

Eje	Subeje	Requisito
8.3 - Sostenibilidad	8.3.2 Ambiente	El ente gestor debe evaluar los aspectos vinculados con el cuidado y la contaminación de las aguas, el aire, y el suelo, que son significativos para el DTI, para concientizar a las partes interesadas y promover acciones para su protección. El ente gestor debe evaluar los aspectos vinculados con el cuidado de la flora y la fauna, que son significativos para el DTI, para concientizar a las partes interesadas y promover acciones para su protección. El ente gestor debe evaluar los aspectos ambientales significativos para el DTI considerando la gestión eficiente del agua, de la energía y de los residuos para concientizar a las partes interesadas y promover acciones para su optimización. El ente gestor debe evaluar los aspectos ambientales significativos para el DTI considerando la utilización de energías renovables, para concientizar a las partes interesadas y promover acciones para su incorporación. El ente gestor debe identificar, evaluar y promover acciones

		tendientes a la identificación, protección, conservación y restauración del paisaje y del patrimonio natural del DTI.
--	--	---

A nivel gobierno Córdoba y ACT

1. Biodiversidad

Fuente: <https://ambiente.cba.gov.ar/biodiversidad>

Según el artículo N° 2 del Convenio de Diversidad Biológica (CDB), al que Argentina se adhirió en 1994, la biodiversidad se define como la variabilidad de los organismos vivos de diversas fuentes, incluyendo, entre otros, los ecosistemas terrestres y marinos, así como otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos que los integran. Esta diversidad abarca no solo la variabilidad dentro de cada especie, sino también la diversidad entre especies y ecosistemas. Las acciones destinadas a su protección dependen de una gestión pública eficiente que involucre la participación ciudadana.

1.1. Fauna Silvestre

La protección de la fauna silvestre se potencia mediante políticas de conservación tanto in situ, a través del Sistema Provincial de Áreas Protegidas, como ex situ, en centros de rescate.

Se realizan esfuerzos para recuperar y rehabilitar grandes aves como cóndores, águilas y halcones, con el fin de liberarlas. Además, se avanza en la categorización del estado poblacional de la fauna en Córdoba; a fines de 2019, se oficializó la categorización de los mamíferos de la provincia.

En este contexto, se ha presentado un proyecto para mejorar la gestión integral de la fauna silvestre recuperada del tráfico ilegal y el mascotismo.

Este programa tiene como objetivo fortalecer la colaboración con centros de rescate e instituciones científicas locales para asegurar el bienestar, la recuperación biológica y la adecuada atención de los ejemplares rescatados.

La iniciativa cuenta con la participación de Policía Ambiental, la Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales de la Universidad Nacional de Córdoba, el CONICET y la Universidad Católica de Córdoba, en el marco del programa Impactar del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación.

Este programa busca abordar desafíos de interés público que requieran conocimiento científico o desarrollo tecnológico, promoviendo acciones conjuntas entre instituciones científicas y organismos públicos.

Los principales centros de rescate en la provincia incluyen la Reserva Tatú Carreta, el Parque Ecológico Urbano de Río Cuarto (PEU), la Reserva Pumakawa, el establecimiento Laguna de los Patos, el Santuario Proyecto Carayá y el Parque de la Biodiversidad (ex Zoológico de Córdoba y Pekos). En cuanto a las Especies

Exóticas Invasoras (EEI), se está desarrollando un proyecto para crear una cadena de valor del cuero de jabalí europeo.

1.2. Flora Autóctona

Córdoba se caracteriza por una rica diversidad de ecosistemas que proporciona recursos naturales esenciales para la vida. Por ello, es fundamental conservar y cuidar los bosques, ríos, bañados y pastizales que garantizan la provisión de agua, el control de la temperatura, la aportación de nutrientes al suelo y la dispersión de semillas, entre otros aspectos.

La flora provincial es variada y heterogénea, y encontramos sistemas como los bosques, pastizales de altura, bañados y flora de ambientes salinos, entre otros.

Entre los ecosistemas forestales destacan el bosque serrano, el bosque chaqueño, el bosque de matos, los bosquecillos de tabaquillo y los palmares presentes en las zonas montañosas y llanuras del norte y oeste. Al sur, los pastos y el caldenal configuran un paisaje característico, mientras que el este y el norte se ven representados por Mar Chiquita y sus bosquecillos y bañados.

En las partes altas de los cerros, los pastizales de altura y romerillales aportan a la diversidad regional. Además, especies como cactáceas, enredaderas y arbustos también enriquecen la heterogeneidad de la flora.

Estos ecosistemas sufren impactos debido a diversas actividades humanas, como los incendios, lo que requiere que la Provincia implemente esfuerzos para controlar estos efectos y promover la conservación, mediante la creación de áreas protegidas que hoy abarcan casi el 30% del territorio provincial.

Por otro lado, la autoridad ambiental está llevando a cabo múltiples actividades de reforestación a través de planes de forestación urbana y periurbana, y ha comenzado a implementar un banco de semillas de especies nativas con trazabilidad conocida.

Este proyecto tiene como objetivo generar los plantines necesarios para la restauración ecológica de áreas degradadas.

1.3. Agua, aire, suelo

El aire, el agua y el suelo son recursos fundamentales de la biodiversidad que sustentan la calidad de esos recursos a través de su efecto regulador sobre el clima, las inundaciones y la salud pública. La Secretaría de Ambiente actúa como autoridad de aplicación de las leyes provinciales N° 7.343 y N° 10.208, que establecen los principios para la preservación de estos recursos.

Desde la Secretaría se han establecido colaboraciones para firmar convenios y aprovechar los productos elaborados por diversas reparticiones, como el Observatorio Hidrometeorológico de la Provincia, IDECOR, CONAE y las universidades e institutos enfocados en estudios ambientales.

Inventario de Emisiones

En la primera fase del inventario, se trabaja sobre productos desarrollados por la Dirección de Planificación Estratégica de la Secretaría de Ambiente y otras instituciones.

Se realizan estudios específicos sobre la relación entre contaminantes y fuentes de emisión. Actualmente, se está superponiendo información geográfica y de actividades en el territorio provincial con datos de contaminantes del aire obtenidos de la NASA, que muestran la contaminación desde satélites.

El objetivo es permitir el análisis de tendencias a través de mapas actualizados semanalmente de acceso libre. En fases futuras, el inventario contará con un mayor nivel de detalle sobre las fuentes emisoras, lo que servirá para análisis transversales y longitudinales relacionados con cambios en la contaminación, aportando así a la toma de decisiones en políticas de desarrollo.

Indicadores de Contaminación del Aire

Se actualiza periódicamente la imagen de columnas de óxidos de nitrógeno en la provincia de Córdoba.

Aunque históricamente sus registros no indican concentraciones nocivas para la salud, estos contaminantes son buenos indicadores de las fuentes de contaminación en general.

Su principal origen radica en la quema de combustibles fósiles (automóviles, maquinarias, grandes calderas), y su contribución se ve incrementada por cambios en el uso del suelo.

Se ofrece una actualización diaria del promedio semanal móvil, así como un análisis comparativo de los últimos tres años.

Seguimiento de Anomalías Térmicas y Particulados Atmosféricos

Utilizando datos de Worldview de la NASA, se visualizan anomalías térmicas que se producen tras las pasadas de los satélites Terra, Aqua y VIIRS.

Estas anomalías, junto a imágenes en color real y datos de aerosoles proporcionados por redes meteorológicas regionales, permiten monitorizar el alcance y magnitud de las emisiones derivadas de incendios.

La superposición de esta información con datos sobre combustible y combustión, así como la población expuesta, puede generar recomendaciones sobre salud y medio ambiente para mejorar las decisiones diarias de la población.

Experimentos Participativos sobre Calidad del Aire

La provincia de Córdoba ha participado en un proyecto de ciencia ciudadana enfocado en medir la contaminación del aire, en colaboración con el Ministerio de Ambiente de la Nación, el programa PNUD de Naciones Unidas y la Universidad de Cambridge.

En esta iniciativa, varios municipios firmaron convenios con el Gobierno de la Provincia para llevar a cabo la ejecución del proyecto, que involucró a ciclistas voluntarios en la recolección de datos.

Se utilizaron diez equipos del grupo Open-Seneca de la Universidad de Cambridge, consistentes en sensores portátiles de calidad del aire de bajo costo, diseñados para identificar puntos críticos de emisión y fomentar cambios de comportamiento.

Esto permitió obtener datos sobre las partículas en el aire desde un sensor transportado en bicicleta, contribuyendo así a la generación de información relevante para la elaboración de políticas públicas a nivel municipal que busquen reducir la exposición a la contaminación ambiental y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

1.4 Caza y Pesca

La Secretaría de Ambiente ofrece recomendaciones para realizar actividades de caza y pesca respetando las leyes ambientales vigentes, lo que ayuda a prevenir infracciones y multas durante los controles de Policía Ambiental en el territorio provincial. Estas orientaciones son esenciales para garantizar que estas prácticas se realicen de manera sostenible y en beneficio de la conservación de la biodiversidad.

2. Gestión Provincial de Residuos Sólidos Urbanos (RSU)

El área de [Residuos Sólidos Urbanos \(RSU\)](#) se enfoca en eliminar basurales a cielo abierto implementando políticas y estrategias ambientales en coordinación con los municipios y comunas de la provincia. Busca establecer un sistema de gestión de RSU que sea completo y sostenible, priorizando la reducción, valorización y disposición adecuada de los residuos.

Con este fin, la división trabaja para aumentar la conciencia pública sobre los efectos ambientales y sociales de una gestión ineficiente de los residuos, y desarrolla programas dirigidos al cierre de basurales a cielo abierto. Tales programas están diseñados para armonizar las iniciativas municipales y comunales bajo un enfoque integral, proporcionando apoyo técnico y normativo para la planificación, operación y clausura de sitios no regulados.

Entre sus roles técnicos, el área brinda asesoría a municipios y comunas para implementar sistemas de separación de residuos en origen y mejorar el flujo de residuos, lo cual optimiza la eficiencia operativa y reduce la cantidad de desechos destinados a vertederos controlados. Además, ofrece capacitación a instituciones educativas para incrementar el conocimiento y la concienciación sobre la gestión de RSU, y desarrolla proyectos regionales que impulsan la colaboración entre jurisdicciones para una gestión de residuos más integral a nivel provincial.

Asimismo, el área realiza estudios técnicos de factibilidad para la captación de recursos financieros, destinados al saneamiento de pasivos ambientales y a la eliminación de basurales a cielo abierto, promoviendo la disposición final en infraestructuras adecuadas como vertederos controlados y estaciones de transferencia. Esta labor incluye la evaluación y monitoreo de los procesos

licitatorios asociados a proyectos de infraestructura, donde el área participa activamente desde la fase de adjudicación hasta la construcción y puesta en marcha, asegurando el cumplimiento de las normativas ambientales.

Finalmente, el área de RSU efectúa auditorías sistemáticas en los vertederos controlados y en las estaciones de transferencia en operación, dentro de un programa de control y seguimiento continuo. Además, mantiene y actualiza convenios con municipios que presentan avances en la adopción de sistemas de gestión bajo el modelo de vertederos controlados. En conjunto con el Consejo Federal de Medio Ambiente (COFEMA), la Secretaría de Ambiente ha establecido [la Unificación de la Simbología para la Separación de RSU](#), promoviendo estándares de identificación y separación de residuos en todo el ámbito provincial.

Residuos Peligrosos

La Secretaría de Ambiente es la autoridad de aplicación de la Ley de [Residuos Peligrosos](#) N° [8.973](#) y su Decreto Reglamentario 2.149/2003 de adhesión a la Ley Nacional N°24.051.

En tanto, la Dirección de Residuos Peligrosos tiene la responsabilidad de llevar y mantener actualizado el Registro de Generadores, Operadores y Transportistas de este tipo de residuos, así como los movimientos y la gestión de éstos, ya sea por medio de distintos procesos administrativos y de controles operativos.

Desde esta Dirección, se emite el Certificado Ambiental Anual, un documento que es requisito necesario para proceder a la habilitación de las respectivas industrias, transportes, plantas de tratamiento o disposición y otras actividades en general que generen u operen con residuos peligrosos.

Otra de las funciones de esta área es evaluar programas y proyectos que incorporen innovaciones desde el punto de vista ambiental, que permitan realizar eficaz y sencillamente todo el proceso de fiscalización en la generación, manipulación, transporte, tratamiento y disposición final de residuos peligrosos.

El trámite digital consiste en la inscripción, renovación y/o modificación de datos ante el Registro de Residuos Peligrosos de todas las personas físicas o jurídicas que, por resultados de sus procesos, operaciones y/o actividad produzca, transporte, manipule, trate y/o disponga residuos peligrosos dentro del territorio provincial.

Para ello trabaja con:

- Plataforma de Gestión de Residuos Peligrosos
- Registro de Operadores de Residuos Peligrosos
- Registro de Transportistas de Residuos Peligrosos
- Registro de Generadores de Residuos Peligrosos

Respecto a esta temática en turismo, la provincia a través de ambiente y la ACT, efectúa campañas de concientización enfocadas en las actitudes de los turistas y visitantes.

Ejemplo de ello, es la campaña “[Consejos de la Defensa Civil para sus Vacaciones en Córdoba](#)” respecto al tratamiento de la Basura en las vacaciones

2.1. G.I.R.E. – Gestión Inclusiva de Reciclado Estatal

El Gobierno de Córdoba impulsa la iniciativa denominada Gestión Inclusiva de Reciclado Estatal ([G.I.R.E.](#)) con el objetivo de promover y desarrollar acciones tendientes a resguardar el equilibrio ecológico, proteger el ambiente y preservar los recursos naturales a través del fortalecimiento de políticas públicas consecuentes con el modelo de desarrollo sostenible en las diversas reparticiones estatales.

El Programa se orienta a la diferenciación de residuos según su composición, utilizando tachos debidamente identificados para tal propósito. Con base en los objetivos establecidos por cada organismo participante, los residuos se clasifican en las siguientes categorías: Papel y Cartón, Varios Reciclables, Orgánicos y Residuos No Recuperables.



Imagen 41: Programa G.I.R.E.

Fuente: Sitio Web Gobierno Provincia de Córdoba

Adicionalmente, se llevan a cabo charlas de sensibilización dirigidas a todos los agentes de la repartición para fomentar una mayor conciencia sobre la gestión de residuos.

En el listado disponible en el sitio web del programa, se detallan las reparticiones adheridas a esta iniciativa; sin embargo, la ACT no figura entre ellas.

A nivel destinos relevados

Nono

Las políticas ambientales del municipio quedan bajo la intervención de la [Dirección de Medio Ambiente](#) quien supervisa el cumplimiento de la normativa ambiental y verifica las infracciones correspondientes, realiza diagnósticos e investigaciones sobre las problemáticas ambientales actuales, lleva a cabo estudios sobre el impacto ambiental y la contaminación, y se encarga de difundir información y desarrollar proyectos que garanticen la calidad del medio ambiente en la región.

Además, implementa campañas de concientización y prevención, y trabaja en la recuperación de los ecosistemas afectados. Su labor se centra en la conservación, preservación, defensa y mejora del ambiente y los recursos naturales de la zona.

1. Conservación, protección y desarrollo del ambiente

La Ordenanza [N° 890/13](#) establece el marco regulatorio general para la conservación, protección y desarrollo del ambiente en la localidad de Nono.

Los puntos principales son:

- **Establecer criterios básicos de política ambiental urbana e instrumentos para su aplicación:** Se definen lineamientos para la gestión ambiental, incluyendo la conservación, restauración y desarrollo de áreas urbanas y rurales, la protección de áreas naturales y culturales, y el uso sustentable de los recursos.
- **Información y educación ambiental:** Se promueve la información y educación ambiental como base para la participación ciudadana responsable.
- **Coordinación interinstitucional:** Se fomenta la coordinación entre dependencias municipales y entidades para la restauración, conservación y desarrollo del ambiente.
- **Principios generales de política ambiental:** Se establecen principios como el ambiente como patrimonio común, la responsabilidad compartida en su protección, el uso sustentable de recursos, y la prevención de la contaminación.
- **Definición de términos:** Se definen términos clave como "ambiente", "áreas naturales protegidas", "contaminación", "desarrollo sustentable", etc. para una mejor comprensión de la ordenanza.
- **Instrumentos de política ambiental:** Se describen instrumentos como el ordenamiento y gestión ambiental del ejido municipal, la planificación ambiental del desarrollo urbano, la promoción del desarrollo sustentable, la evaluación de impacto ambiental, y la gestión de las áreas naturales protegidas.
- **Aprovechamiento sostenible de ecosistemas y recursos:** Se establecen criterios para el aprovechamiento sostenible de los ecosistemas

boscosos, sistemas acuáticos, suelo, subsuelo, flora y fauna silvestre, y recursos no renovables.

- **Prevención y control de la contaminación:** Se establecen medidas para la prevención y control de la contaminación ambiental, atmosférica, de los sistemas acuáticos, y del suelo y subsuelo.
- **Prevención y control de actividades riesgosas, nocivas y peligrosas:** Se regulan las actividades riesgosas, nocivas y peligrosas, y se establecen mecanismos de control.
- **Participación social:** Se promueve la participación ciudadana en la gestión ambiental.
- **Medidas de control y fiscalización:** Se describen las medidas de control y fiscalización, incluyendo sanciones para las infracciones.

2. Ordenamiento de Bosques y Ecosistemas

El [Ordenamiento Territorial](#) es una herramienta fundamental para el Desarrollo Sustentable de un territorio, ya que permite organizar el uso, el aprovechamiento y la ocupación del territorio en base a sus potencialidades y limitaciones biofísicas, teniendo en cuenta las necesidades de la población y las recomendaciones generadas por todos los instrumentos de planificación y gestión

3. Compromiso con el Medio Ambiente (CMA)

Su objetivo general es elaborar un plan de gestión ambiental para el desarrollo sustentable del municipio, considerando el contexto cultural regional.

Define la gestión ambiental como la administración eficiente y racional de los recursos para el bienestar de la población actual y futura. Se enfatiza la sustentabilidad como principio rector, buscando un equilibrio entre el desarrollo productivo y la conservación ambiental.

Su objetivo es elaborar un plan de gestión ambiental a corto, medio y largo plazo para el desarrollo sustentable.

Plan de Gestión: El plan incluye siete programas:

- **Nono ciudad limpia y sustentable:** Incluye recolección de residuos, poda de árboles, adecuación de espacios verdes y sistema de cestos de basura.
- **Normalización para comercios generadores de residuos patógenos:** Habilitación de negocios, recolección de residuos patógenos e inspecciones bromatológicas.
- **Conservación de cuenca hídrica, ríos y regulación de recursos naturales:** Incluye un catastro de pozos de agua, normalización del tratamiento de residuos cloacales y la preservación de cauces de arroyos y ríos.
- **Conservación de bosques nativos, flora y fauna autóctona:** Preservación de bosques, censos de flora y fauna, y difusión sobre la conservación.

- **Reciclado de basura desde el hogar:** Incluye la ubicación del basural, la aplicación de un plan de “basura cero contaminación” y la concientización de la población.
- **Inclusión social al medio ambiente:** Creación de una patrulla ambiental, un registro ambiental, una escuela ambiental y convenios con instituciones educativas.
- **Autosustentabilidad:** Incluye bonos construibles, publicidad, venta de materiales relacionados con el programa y convenios con diversas instituciones.

4. Gestión de Residuos

Se recolectan anualmente 1,782 toneladas de basura, lo que equivale a más de 1,200 bolsas diarias.

El sistema de recolección diferenciada de Nono se basa en la separación de residuos según su origen. Desde el área de Ambiente, se promueve la correcta clasificación de los desechos.

Clasificación de Residuos:

- **Orgánicos:** Destinados para compostaje.
- **Reciclables:** Cartón, vidrio y PET.
- **Poda:** Restos de plantas y árboles.
- **Aceite:** Recipientes destinados específicamente para su recolección.
- **Chatarra:** Materiales metálicos y desechos reciclables.

Miramar de Ansenúza

1. Biodiversidad y cuidado ambiental

El ecosistema abarca los humedales de los bañados del Río Dulce y el espejo de agua de la Laguna de Mar Chiquita, también conocido como Mar de Ansenúza. Esta laguna ha sido reconocida como un sitio de Importancia Hemisférica dentro de la Red Hemisférica de Reservas de Aves Playeras (RHRAP) y ha sido designada como Sitio Ramsar debido a su relevancia como humedal de importancia internacional. La zona incluye una notable diversidad de ambientes, que comprende monte chaqueño, arbustales salinos, pastizales, playas barrosas, así como ríos y lagunas, tanto permanentes como temporales.

1.1. Flora

La flora de la región está influenciada por su naturaleza como cuenca cerrada, alimentada por tres ríos: el Dulce, el Suquía y el Xanaes. Las comunidades vegetales y sus patrones de distribución son determinados por la dinámica de los pulsos de agua, que dependen de las fluctuaciones en el nivel hídrico y la salinidad.

Se puede observar una variada vegetación que incluye especies arbóreas como algarrobos y quebrachos, así como formaciones vegetales que comprenden espartillares, juncuales y totorales. Además, se encuentran matorrales con especies

halófilas, adaptadas a condiciones salinas, y una significativa diversidad de vegetación acuática. Esta variedad de ambientes y comunidades vegetales ofrece numerosos recursos y oportunidades a la fauna local, enriqueciendo su biodiversidad.

1.2 Fauna

La fauna de la región se destaca principalmente por su elevada diversidad de aves, constituyendo el grupo más numeroso. En este entorno se puede encontrar el 66% de todas las especies migratorias y playeras registradas en Argentina, lo que representa aproximadamente el 36% de la avifauna total del país, con hasta 380 especies documentadas, y el 85% de las especies registradas en la provincia de Córdoba.

La Laguna de Mar Chiquita y los bañados asociados son sitios críticos para aves migratorias, actuando como importantes paradas o destinos finales para estas especies, que provienen tanto del hemisferio norte como del sur. En cada ciclo migratorio, estas áreas pueden congregarse hasta medio millón de individuos.

Este ecosistema también proporciona hábitat para las tres especies de flamencos presentes en Sudamérica, lo que lo convierte en un sitio clave dentro de la Red de Humedales de Argentina, Bolivia y Perú para la conservación de los flamencos altoandinos.

En términos de mamíferos, la región alberga especies representativas del monte chaqueño, como la corzuela parda, el pecarí de collar, el yaguarundí y el zorro gris pampeano, así como otras especies que habitan el humedal.

El área es también un refugio para especies amenazadas, incluyendo la tortuga terrestre, el lobito de río y el aguará guazú, contribuyendo así a la conservación de la biodiversidad de la región.

2. Mapeo vegetación registrada

El Municipio implementa diversas acciones de cuidado ambiental. Una iniciativa muy relevante es el mapeo de [vegetación registrada](#).



Imagen 42: Vegetación registrada en Miramar de Ansenuza

Fuente: Municipalidad de Miramar de Ansenuza

3. Operativo Flamenco de Miramar de Ansenuza

Es una iniciativa destinada a la conservación y monitoreo de las poblaciones de flamencos en la región de la Laguna de Mar Chiquita (Mar de Ansenuza).

Este [operativo](#) generalmente implica varias actividades, entre las que se incluyen:

- **Monitoreo de Poblaciones:** Se llevan a cabo censos regulares de las poblaciones de flamencos, permitiendo llevar un registro de su número, distribución y comportamiento en la zona.
- **Investigación Científica:** Se realizan estudios sobre la ecología y biología de los flamencos, incluyendo aspectos como su alimentación, migración, reproducción y hábitat.
- **Conservación del Hábitat:** Se implementan acciones para proteger y restaurar los ecosistemas donde habitan los flamencos, asegurando la calidad del ambiente y la disponibilidad de recursos que necesitan.
- **Concienciación y Educación Ambiental:** Se llevan a cabo programas de educación y sensibilización dirigidos a la comunidad y a los visitantes, promoviendo la importancia de conservar estas aves y su hábitat.
- **Colaboración Interinstitucional:** El operativo suele involucrar la participación de diversas organizaciones, como autoridades ambientales, universidades, organizaciones no gubernamentales y la comunidad local, con el fin de unir esfuerzos en la protección de los flamencos y su entorno.

Este tipo de iniciativa es crucial para la conservación de las especies de flamencos en peligro, así como para la protección de los humedales que son vitales para muchas otras especies de flora y fauna en la región.

4. Playas limpias

La iniciativa tiene como objetivo reducir la contaminación por colillas de cigarrillos en las [playas](#) de la localidad. Busca promover la conciencia ambiental y fomentar prácticas responsables entre los residentes y visitantes. Se organizan campañas de limpieza en las que voluntarios participan recogiendo colillas de cigarrillos y otros residuos de las playas, contribuyendo a mantener el entorno limpio y saludable.

Se llevan a cabo actividades educativas para informar a la comunidad ya los turistas sobre el impacto negativo de las colillas en el medio ambiente, así como la importancia de su correcta disposición.

5. Gestión de residuos

El GIRSU (Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos) en Miramar de Ansenuza es una iniciativa diseñada para mejorar la gestión de residuos en la localidad, promoviendo la recolección, separación, y tratamiento adecuado de los desechos generados por los habitantes y visitantes. Este programa se centra en la sostenibilidad ambiental y la participación ciudadana.

El Programa GIRSU en Miramar de Ansenuza busca no solo optimizar la gestión de residuos, sino también involucrar a la comunidad en prácticas sostenibles que contribuyan a la protección del medio ambiente y mejoren la calidad de vida de los habitantes e involucra, mediante campañas, a los turistas y visitantes.

La planta de reciclaje dispone de recursos fundamentales para la gestión de los residuos sólidos urbanos. Dentro de las instalaciones, destacan el sector edificio y los boxes destinados a la separación de materiales reciclables y orgánicos.

Entre el equipamiento esencial, se incluye una prensa hidráulica, que resulta crucial para la compactación de materiales reciclables, así como una balanza recientemente adquirida para pesar los fardos, lo que incrementa la eficiencia en la manipulación y comercialización de los reciclables.



Imagen 43: Planta de reciclaje de Miramar de Ansenuza

Fuente: Área de Ambiente de la Municipalidad de Miramar de Ansenuza

Asimismo, se ha realizado una inversión en una máquina de chip hidráulica mediante un fondo ambiental, lo que refuerza nuestra capacidad operativa y optimiza los procesos dentro de la planta.

Cuentan con [mapeo de recolección de residuos](#) según la zona.

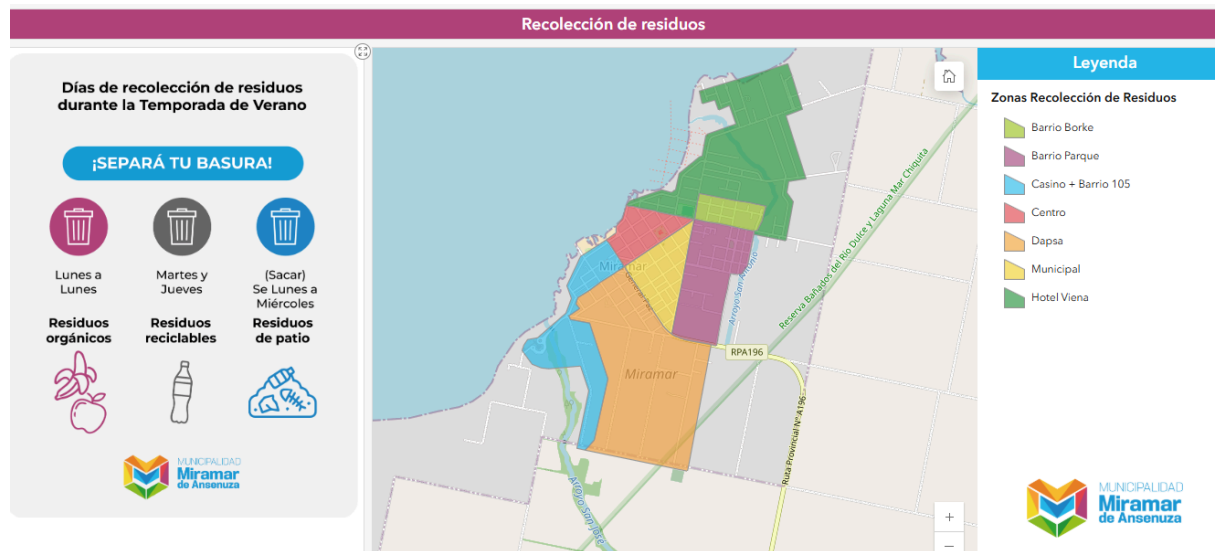


Imagen 44: Mapeo recolección residuos en Miramar de Ansenúza

Fuente: Municipalidad de Miramar de Ansenúza

Villa Tulumba

Cuenta con una variedad de programas enfocados en el cuidado del medio ambiente y en la gestión de residuos.

1. Campaña Pueblo Limpio

Con la finalidad de fomentar hábitos responsables entre los ciudadanos, se ha lanzado la campaña [Pueblo Limpio](#). Esta iniciativa busca concienciar sobre la importancia de mantener la limpieza urbana y prevenir la acumulación de residuos.

2. Incorporación de Cestos de Residuos Diferenciados

El municipio ha incorporado cestos de residuos diferenciados en diversos puntos estratégicos, promoviendo así una gestión más efectiva de los desechos. Este esfuerzo busca facilitar a los ciudadanos la separación de residuos en origen y fomentar una cultura de reciclaje dentro de la comunidad.

3. Programas de Cuidado de Espacios Verdes

Se han implementado programas destinados al cuidado de los [espacios verdes](#), que tienen como objetivo generar conciencia y fomentar prácticas y hábitos saludables para el medio ambiente.

4. Recolección de Residuos

La [recolección de residuos](#) específicamente está habilitada para los comercios locales. Además, se lleva a cabo la recolección de ramas y escombros.

5. Prohibición de Bolsas de Polietileno

En cumplimiento de la ordenanza N° 411, se ha establecido la prohibición del uso de bolsas de polietileno, incentivando así el uso de bolsas de tela. Esta medida busca promover prácticas más sostenibles y responsables entre los ciudadanos.

6. Iniciativa "1 Eco Botella × 1 Block"

Como parte de la iniciativa "1 eco botella × 1 block", se ha construido un galpón en el basural municipal con paredes conformadas en gran parte por ecobotellas, contribuyendo a la disminución del uso de bloques tradicionales. Este galpón alberga también una prensa hidráulica que permitirá reducir el volumen de los residuos, junto con una cinta transportadora en proceso de instalación, destinada a optimizar la separación de residuos en mayor cantidad.

7. Programas de Reconversión Energética

En un esfuerzo por avanzar hacia un futuro más sostenible, el municipio ha realizado una considerable inversión en la Hostería Municipal para la instalación de un [sistema de calentamiento de agua solar](#). Este sistema reemplaza más del 50% de los termotanques eléctricos, generando un servicio más eficiente y reduciendo el impacto ambiental, al incorporar energías limpias y amigables con el entorno.

Patrimonio Cultural

Si bien cabe destacar que la norma IRAM DTI 42.101 carece de un indicador puntual de sostenibilidad vinculada al cuidado del patrimonio cultural, se destaca a Villa Tulumba por cuanto el destino tiene fuerte potencial en dicho sentido.

Tanto es así que su principal riqueza es la cultura. Mediante [Decreto 291/22](#), firmado se declara a la localidad de Villa Tulumba como **Poblado Histórico Nacional**. Esta decisión surge a partir de una propuesta de la Comisión Nacional de Monumentos, de Lugares y de Bienes Históricos, considerando el valor patrimonial del lugar, que se originó en el siglo XVI y desempeñó un papel significativo en la historia comercial y social de la región.

El decreto reconoce también varios inmuebles de interés histórico, como la Iglesia Nuestra Señora del Rosario, la Antigua Capilla, el Edificio de Policía y la Escuela Obispo Olegario Correa, así como la Casa de los Reinafé, catalogándolos como Bienes de Interés Histórico y Artístico Nacional. Además, se establece un Área de Amortiguación Visual alrededor del poblado para proteger su entorno paisajístico.

La medida busca preservar el patrimonio cultural y arquitectónico de Villa Tulumba, garantizando su gestión conforme a la Ley N° 12.665 y sus modificatorias. A través de esta [declaración](#), se pretende resaltar la identidad histórica y cultural de la localidad, promoviendo su conservación y relevancia en el contexto nacional.

Villa Tulumba ha sido reconocida como uno de los pueblos más bellos del mundo, al recibir el galardón **Best Tourism Village 2024**, otorgado por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Este prestigioso reconocimiento fue anunciado durante el certamen celebrado en Cartagena de Indias, Colombia, y resalta la habilidad de la localidad para preservar su identidad cultural y tradiciones mientras promueve un modelo de turismo sostenible y auténtico.

Este logro no solo coloca a Villa Tulumba en el mapa global como un destino turístico destacado, sino que también subraya el compromiso de la comunidad con la conservación de su patrimonio cultural y natural. Junto a este reconocimiento, localidades como Covichue-Copahue, Gaiman y Trevelin también fueron homenajeadas, demostrando así la riqueza y diversidad del turismo en Argentina.

La distinción de Villa Tulumba como **Best Tourism Village 2024** reafirma su valor como un destino que ofrece experiencias turísticas genuinas y respetuosas, integrándose armónicamente con su entorno y promoviendo un desarrollo sustentable.

Eje	Subeje	Requisito
8.3 - Sostenibilidad	8.3.4 Seguridad sanitaria	El ente gestor debe comunicar las condiciones sanitarias del DTI, incluyendo la oferta de los servicios de salud. El ente gestor debe informar las medidas preventivas y de cuidado a las partes interesadas.

No identificaron acciones específicas dirigidas a garantizar la seguridad sanitaria de los turistas en la región. La única información relevante encontrada se refiere a las medidas bio-sanitarias establecidas durante la pandemia de COVID-19, las cuales se implementaron como parte de los protocolos de salud pública para proteger tanto a los visitantes como a la población local. Estas medidas incluyen pautas de distanciamiento social, uso de mascarillas, sanitización de espacios públicos y recomendaciones sobre prácticas de higiene.

[Requisitos Sanitarios - Gobierno de Córdoba](#)

El gobierno de Córdoba cuenta con un programa que articula diferentes acciones preventivas con los municipios.

El **Programa de Ciudades, Municipios y Comunidades Saludables** tiene como objetivo principal fortalecer las capacidades de los municipios en la promoción y gestión de la salud a nivel local.

Este [programa](#) se implementa a través de compromisos formales entre distintos niveles de gobierno: Nación, Provincia, Municipios y Comunidades, enfocado en el cumplimiento del Plan de Acciones Integrales de Salud (PAIS).

Se presenta como un plan operativo que abarca siete líneas de promoción de la salud, cada una con su estrategia y financiamiento correspondiente:

- **Ciudad Amigable para Personas Mayores:** Fomenta la accesibilidad en espacios públicos, actividades culturales y deportivas, el uso de tecnología digital y la mejora de residencias.
- **Gestión de Servicios de Salud:** Proporciona acompañamiento a personas gestantes, aborda la violencia de género, facilita la externación en salud mental y ofrece cobertura para diabetes tipo 2 y post Covid-19.
- **Salud Ambiental (Gestión de Residuos Sólidos Urbanos):** Incluye el compostaje domiciliario, la eliminación de microbasurales, el reciclaje y tratamientos biológicos, promoviendo la participación comunitaria y la salud de los trabajadores informales.
- **Seguridad Vial:** Implica la digitalización del sistema de reportes de siniestros, control y fiscalización de infraestructuras, así como la regulación del consumo de alcohol y la velocidad. También se proponen cursos para la obtención de licencias para motociclistas.
- **Seguridad Alimentaria:** Se centra en la inversión en la cadena productiva y el desarrollo de nuevos canales de comercialización para cooperativas y entidades de la economía social.
- **Entornos Saludables:** Busca la funcionalización de áreas verdes, la creación de nuevos corredores, la forestación con especies nativas y el desarrollo de espacios de recreación y esparcimiento público.
- **Fortalecimiento Institucional:** Se enfoca en la capacitación para mejorar la gestión municipal desde una perspectiva de género y en la promoción de la participación comunitaria.



Imagen 45: Programa de Ciudades, Municipios y Comunidades Saludables
Fuente: Ministerio de Salud de la provincia de Córdoba



Imagen 46: Programa de Ciudades, Municipios y Comunidades Saludables
Fuente: Ministerio de Salud de la provincia de Córdoba

Es importante señalar que actualmente este programa no se está implementando en ninguno de los tres destinos seleccionados.

Además de las medidas relacionadas con COVID-19, se han publicado recursos informativos por parte del Ministerio de Salud local sobre enfermedades como Chagas, Dengue, Chikungunya, Zika, e infecciones respiratorias. Estas publicaciones tienen como objetivo aumentar la concienciación sobre estos temas de salud pública, proporcionando información sobre la prevención, síntomas y tratamiento de estas enfermedades, así como orientaciones para los viajeros.

Sin embargo, es importante mencionar que no se ha evidenciado un enfoque proactivo ni un plan específico que aborde la seguridad sanitaria de los turistas de manera integral, lo que indica un área de mejora en la gestión de la salud pública en el contexto turístico.

De la misma manera, no se evidencian avances en esta materia en ninguno de los tres destinos relevados, salvo alguna acción llevada a cabo tiempo atrás por **Nono**.

El municipio desarrolló [talleres de bioseguridad e higiene para la apertura turística](#) mediante el cual se puso en marcha un programa de capacitaciones en medidas de bioseguridad e higiene con el objetivo de garantizar un entorno seguro para la comunidad y los visitantes. Esta iniciativa se ha centrado en la realización de talleres específicos abordando temas críticos como las normas de higiene y bioseguridad necesarias en el contexto actual. Un componente clave de estas capacitaciones es la incorporación de los protocolos establecidos por el gobierno nacional, especialmente aquellos relacionados con la operación de hoteles y servicios de hospedaje.

En su sitio web institucional se encuentra aún disponible el conjunto de [medidas de bioseguridad](#) adoptadas con consejos a seguir.

No se encuentran evidencias en los otros destinos.

Eje	Subeje	Requisito
8.3 - Sostenibilidad	8.3.5 Seguridad ciudadana / 8.3.6. Prevención de la explotación de niños, niñas y adolescentes	El ente gestor debe identificar las medidas adoptadas por el DTI para la prevención del delito. El ente gestor debe identificar las características de los delitos que sufren los turistas en el DTI para promover medidas preventivas. El ente gestor debe promover medidas preventivas contra los delitos de explotación sexual y laboral contra niños, niñas y adolescentes con fines turísticos.

Turista Protegido

Programa [Turista Protegido](#) implementado en la provincia. Esta iniciativa se enfoca en garantizar la seguridad y protección de los turistas que visitan la región, proporcionando un marco claro sobre sus derechos como consumidores.

Una de las metas fundamentales del programa es la prevención de infracciones y malas prácticas que pueden surgir en la contratación de bienes y servicios, como alojamiento, actividades recreativas, y gastronomía. El objetivo es facilitar que los turistas se informen adecuadamente sobre sus derechos, especialmente dentro del contexto de la temporada de verano, cuando el flujo de visitantes suele aumentar significativamente.

El programa incluye recursos y mecanismos de defensa para los turistas, lo que les permite abordar cualquier conflicto que pueda surgir de la contratación de servicios. Esto no solo promueve un ambiente de confianza y seguridad, sino que también fomenta prácticas comerciales éticas entre los proveedores de servicios turísticos.

Esta iniciativa la promueve [Defensa del Consumidor](#) de la provincia.



Imagen 47: Programa Turista Protegido
Fuente: Defensa del Consumidor de Córdoba

Delitos de explotación sexual y laboral contra niños, niñas y adolescentes con fines turísticos

La provincia de Córdoba cuenta con una [cartilla](#), desarrollada por la Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia del Gobierno de Córdoba, en la cual se

aborda el tema de la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes (ESNNA) en viajes y turismo.

En la misma se define que se entiende por la explotación sexual como la utilización de menores de 18 años en actos sexuales o eróticos a cambio de una remuneración o beneficio. Se subraya que es una forma de violencia sexual, una violación a los derechos humanos y un delito.

Se explica la ESNNA en el contexto turístico, incluyendo el turismo sexual infantil. Se destaca el rol de las tecnologías de la información y comunicación en el aumento de este fenómeno.

Se identifican tres grupos principales involucrados: los explotadores (turistas), las víctimas (niñas, niños y adolescentes), y la industria del turismo (hoteles, agencias, transporte, etc.). Se describe que no existe un perfil único de explotador, existiendo explotadores situacionales y preferenciales. Se mencionan factores de vulnerabilidad en las víctimas.

Se dan pautas para identificar lugares donde pueda darse la ESNNA, enfatizando la falta de control sobre la presencia de menores con adultos, la presencia de menores en lugares de prostitución o explotación, y otros contextos de riesgo.

Se promueve la adhesión de las empresas al "Código de Conducta para la protección de la niñez contra la explotación sexual en la industria del turismo y los viajes", destacando los beneficios de su adopción.

Se proporciona información de contacto para realizar denuncias en Córdoba, tanto en la capital como en el interior de la provincia, incluyendo servicios de asistencia a víctimas.

Por su lado, la ACT ha desarrollado acciones de difusión de esta cartilla con [eventos](#) entre otras.

No se evidencian otras acciones en otros destinos relevados.

Indicadores de los Capítulos 8.4, titulado "Innovación" y 8.6., titulado "Tecnología", de la norma IRAM 42.101

Eje	Subeje	Requisito
8.4 – Innovación / 8.6 – Tecnología	8.6.2 - Aplicaciones y/o plataformas informáticas / 8.6.4 - Seguridad informática	El ente gestor debe analizar y promover la implementación de ideas de innovación para poder dar respuesta a los riesgos y oportunidades detectados en el requisito 6.1, y a los objetivos definidos en el requisito 6.2.1.

		El ente gestor debe identificar las innovaciones científicas, técnicas, metodológicas o institucionales pertinentes para el sistema de gestión del DTI y/o para implementar las ideas de innovación. El ente gestor debe identificar programas que promuevan la innovación, gestionados por las partes interesadas, y sean pertinentes al DTI. El ente gestor debe promover la innovación en los procesos, productos y servicios de las partes interesadas del DTI. ----- El ente gestor debe implementar aplicaciones y/o plataformas informáticas para el sistema de gestión del DTI. Las partes interesadas deben promover y/o facilitar aplicaciones y/o plataformas informáticas para su propia gestión. El ente gestor de realizar la digitalización de la oferta de servicios y de los recursos turísticos en el DTI. El ente gestor debe promover la implementación de aplicaciones tecnológicas y/o informáticas para realizar el monitoreo de capacidad de carga en los principales atractivos turísticos del DTI, especialmente los sitios de patrimonio cultural y/o natural. El ente gestor debe asegurar la accesibilidad, la disponibilidad y la integridad de las aplicaciones y de la información del sistema de gestión del DTI. El ente gestor debe implementar acciones para resguardar los datos personales de las partes interesadas
--	--	---

La provincia de Córdoba ha demostrado un fuerte compromiso con la innovación y la tecnología, trabajando en la digitalización de diversos sectores. A lo largo del documento de diagnóstico, se han listado numerosas acciones específicas en este sentido, pero para evitar redundancias no se reiteran aquí.

La Agencia Córdoba Turismo cuenta con datos estadísticos [\(1\)](#) - [\(2\)](#) que son compartidos con el sector privado y están disponibles bajo solicitud para la prensa o interesados particulares. Esta información se encuentra digitalizada y es accesible [\(3\)](#) y [\(4\)](#)

Esta estrategia apunta a proporcionar a los diferentes sectores interesados información relevante y actualizada, facilitando así la toma de decisiones y el desarrollo de iniciativas turísticas bien informadas en la región.

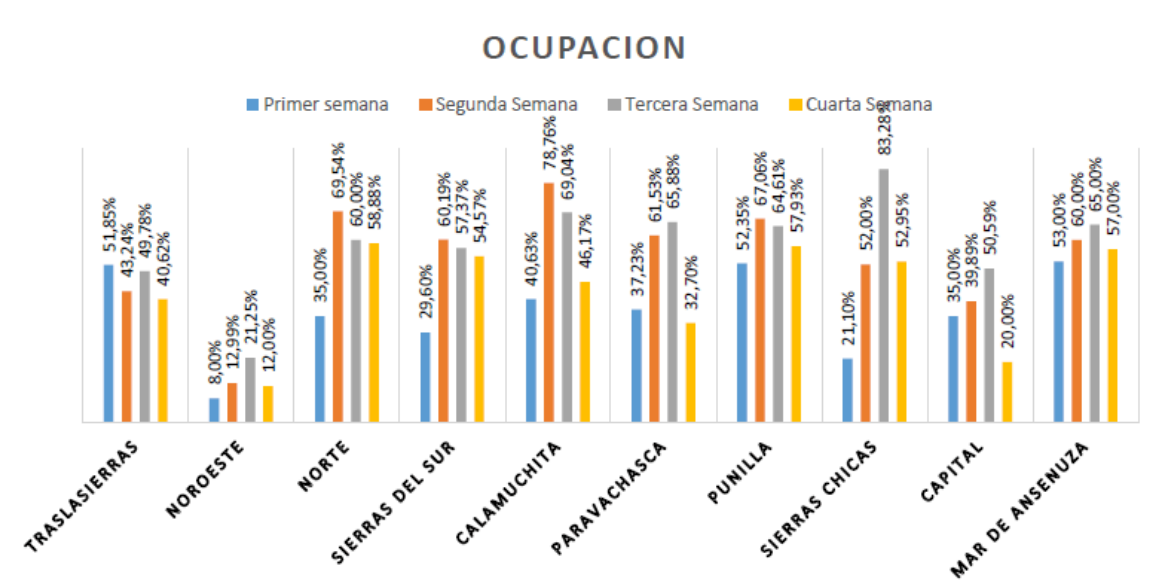


Gráfico 15. Índice de ocupación turistas invierno

Fuente: Agencia Córdoba Turismo

Nono

Perfil de la Demanda: Nono ha implementado un sistema de encuestas a los turistas que visitan la oficina de turismo local. Los resultados de estas encuestas se consolidan en [informes trimestrales y anuales](#). Tal recolección sistemática de datos permite al municipio comprender mejor quiénes son sus visitantes, cuáles son sus intereses, necesidades y expectativas, lo que resulta vital para ajustar y mejorar las ofertas turísticas de la región.

Los datos se recopilan a través de [formularios](#) en línea, facilitando el procesamiento y análisis rápido de los mismos.

Ocupación y Reservas: El nivel de ocupación y las reservas son monitoreados constantemente para evaluar la capacidad y el rendimiento de alojamiento en el área. Esta vigilancia continua permite a los gestores turísticos reaccionar ante fluctuaciones de la demanda y optimizar la experiencia del visitante.

Adhesión al Observatorio Económico de Turismo (OET): Nono se ha integrado al OET de Córdoba, lo que le permitirá recibir datos más detallados, como el gasto promedio por turista. Esta información es crucial para el desarrollo de estrategias de marketing y optimización de servicios turísticos. Actualmente, el personal de la oficina de turismo está en proceso de capacitación para maximizar el uso de los datos proporcionados por el OET.

Inventario Detallado de Recursos Turísticos: El municipio ha confeccionado un [inventario exhaustivo de sus recursos turísticos](#), que incluye atractivos naturales, culturales y de infraestructura. Este listado, presentado tanto a autoridades nacionales como provinciales, es una herramienta clave para la planificación y promoción.

Evaluación de la Satisfacción del Visitante: Además de las encuestas periódicas de visitantes, se utilizan herramientas como encuestas de satisfacción y un libro de quejas y sugerencias.



Imagen 48: QR acceso encuesta satisfacción de Nono
Fuente: Municipio de Nono

Material promocional con códigos QR

Existe cartelería con [códigos QR](#) y una terminal de auto consultas.

Miramar de Ansenuza

Datos de la Oferta y Demanda Turística: Miramar de Ansenuza ha establecido un sistema para recopilar y analizar datos relacionados con la oferta y la demanda turística. Esto incluye un perfil detallado de los turistas que visitan la región, lo que permite entender los segmentos de mercado y la estacionalidad del turismo local.

Encuestas Realizadas: El municipio lleva a cabo diversas [encuestas](#) para obtener información valiosa sobre los turistas que llegan a la localidad. Aunque los datos se presentan sin fuentes citadas, la información recopilada abarca aspectos clave como las características demográficas, preferencias y hábitos de consumo de los visitantes.

Encuestas de Ocupación 2024: Se han realizado encuestas de ocupación específicas para el año 2024, las cuales son cruciales para estimar la afluencia turística y evaluar el rendimiento de la infraestructura de alojamiento en Miramar.

Información Histórica y Herramientas de Recolección: la localidad también dispone de alguna información histórica que pueden ser utilizados como referencia

para analizar tendencias y patrones en el comportamiento turístico a lo largo del tiempo.

Planilla Modelo de Recolección de Datos: El proceso de recolección de datos se apoya en una [Planilla modelo de recolección de datos](#), la cual es de uso manual y se basa en la recopilación de información objetiva. Esta planilla permite registrar datos de manera organizada, aunque se reconocen ciertas limitaciones debido a que algunos datos son generales y, en ocasiones, carecen de fuentes verificables.

Posee procesada alguna información mediante [planillas Excel](#).

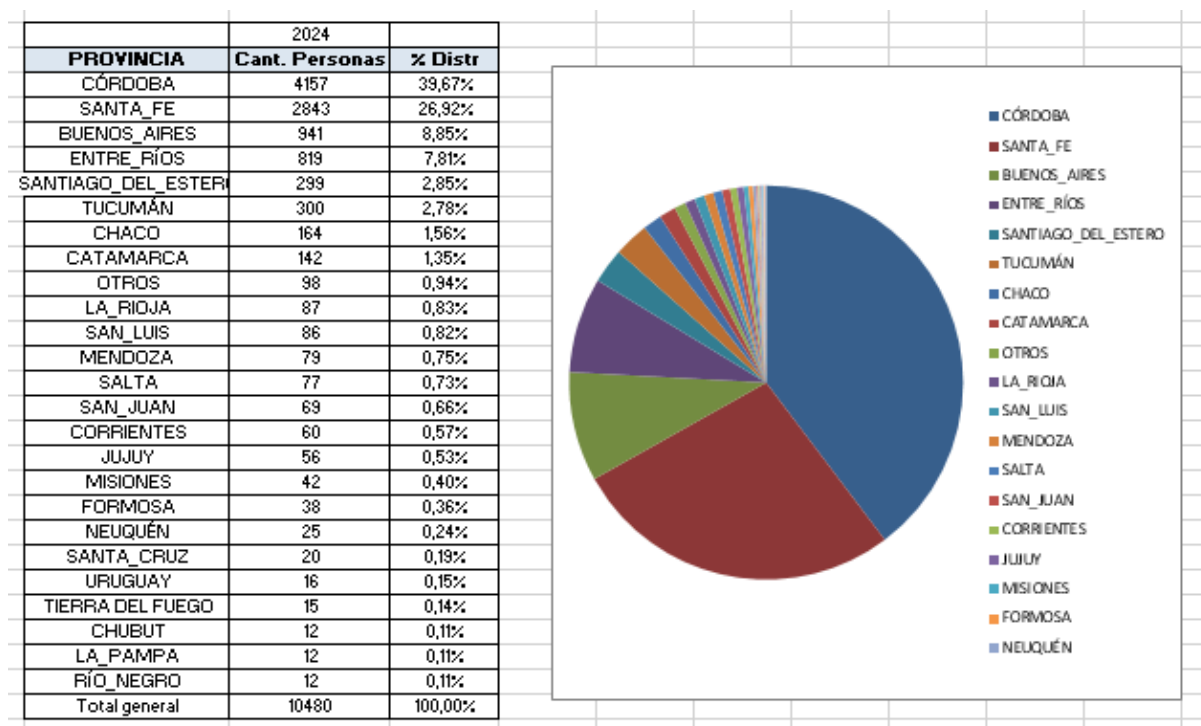


Gráfico 16: Datos referidos a lugar de procedencia de turistas

Fuente: Municipio de Miramar de Ansenuza

Observatorio de Turismo en Miramar de Ansenuza

¿Cómo Nos Visitan?



En pareja

43%



En Familia con Hijos

39%



Con amigos

14%



Solos

4%

¿En Qué Medios Nos Visitan?



Imagen 49: Datos relevados en Miramar de Ansenuza

Fuente: Municipio de Miramar de Ansenuza

Villa Tulumba

Villa Tulumba ha comenzado a incorporar acciones de innovación tecnológica en su estrategia de promoción y gestión turística, aunque estas acciones aún son limitadas.

Una de las iniciativas más destacadas es la implementación de códigos QR, que sirven como medio eficaz para facilitar el acceso a información relevante sobre las actividades turísticas en la región.



Imagen 50: Aplicación de códigos QR en acciones promocionales

Fuente: Municipalidad de Villa Tulumba

Indicadores del Capítulo 8.5., titulado "Accesibilidad e Inclusión", de la norma IRAM 42.101

Eje	Subeje	Requisito
8.5 - Accesibilidad e inclusión	-	El ente gestor debe proporcionar información sobre las condiciones de accesibilidad del DTI a los turistas y al resto de las partes interesadas. El ente gestor debe fomentar la sensibilización y formación de las partes interesadas en el DTI, sobre la necesidad de atender a los requisitos de accesibilidad universal. El ente gestor debe promover el cumplimiento de los requisitos aplicables a la accesibilidad turística para los prestadores turísticos, y para el resto de las partes interesadas del entorno del DTI. El ente gestor debe promover el cumplimiento de los requisitos de accesibilidad en el propio ente gestor y en las áreas determinadas como proveedores externos de la gestión del DTI.

A nivel provincia y ACT

Documento sobre turismo accesible

[Pautas para el Turismo Accesible](#)



Imagen 51: 10 Pautas para un Turismo Accesible

Fuente: Ministerio de Salud de Córdoba

El turismo accesible es fundamental para garantizar que todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, funcionales o sociales, puedan disfrutar de las experiencias turísticas.

La provincia, a través del Ministerio de Salud, ha confeccionado un documento con diez pautas clave que pueden ayudar a las instalaciones turísticas a ser más inclusivas y accesibles para todos, incluyendo personas con y sin discapacidad, adultos mayores y familias con niños pequeños.

El documento ofrece una guía práctica complementada con ilustraciones que muestran cómo implementar estas pautas en los establecimientos turísticos.

Planilla de alojamientos accesibles

La [planilla](#) ha sido creada con el propósito de proporcionar a los usuarios información sobre la accesibilidad de los diferentes establecimientos que han sido evaluados, considerando su modalidad y el grado de accesibilidad alcanzado. Es importante destacar que la evaluación se ha llevado a cabo en cumplimiento de la Ley 24.314 (Ley de Accesibilidad) y de la Ley 26.378 (Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad).

Aunque la iniciativa es positiva y representa un avance en la búsqueda de una mayor accesibilidad en los servicios ofrecidos, es importante señalar que sólo un número limitado de localidades ha sido evaluado y ninguna de las tres diagnosticadas en el presente trabajo está incluida en la lista. Además, la información proporcionada se considera obsoleta, ya que data del año 2016, lo que limita su utilidad para reflejar el estado actual de accesibilidad en estos prestadores.

Por lo tanto, se sugiere llevar a cabo un nuevo relevamiento que contemple una mayor diversidad de localidades y que actualice los datos existentes para ofrecer una visión precisa y actualizada de la accesibilidad en la región.

Accesibilidad Web en Ciudadano Digital

La accesibilidad web es un componente crucial para garantizar que todas las personas, independientemente de sus capacidades, puedan tener una experiencia completa y satisfactoria al interactuar con plataformas digitales. En este sentido, Ciudadano Digital ha implementado una serie de funciones y tecnologías diseñadas específicamente para ayudar a las personas con discapacidad a aprovechar al máximo sus servicios. A saber:

- Asistente de navegación
- Navegación Sencilla
- Atajos de Teclado
- Lector de Pantalla
- Estructura Semántica
- Aumento de Contraste
- Zoom

Inclusión

La Agencia Córdoba Turismo implementa diversas políticas activas orientadas a la inclusión en el ámbito turístico.

- **Programa de Inclusión Laboral en Turismo (PIL Turismo):** Este programa tiene como objetivo fomentar la inserción laboral en el sector turístico para personas mayores de 16 años, con o sin certificado de discapacidad, que residan en la provincia de Córdoba. Los participantes pueden postularse a través del Formulario Único de Postulantes en la plataforma CIDI. Los empleadores deben estar radicados en Córdoba y pertenecer a los rubros de hotelería, gastronomía o agencias de viaje.

- **Actualización del Plan Estratégico de Turismo Sustentable (PETS):** La Agencia trabaja en la actualización de este plan, que busca fortalecer el desarrollo sustentable del turismo en la provincia, atendiendo a las potencialidades y singularidades de cada región turística. Uno de los objetivos es consolidar el posicionamiento del destino Córdoba en el contexto nacional e internacional, promoviendo la inclusión de las comunidades locales en el desarrollo turístico.

- **Acuerdo con la Subsecretaría de Discapacidad, Rehabilitación e Inclusión:** La Agencia firmó un acuerdo institucional con esta Subsecretaría con el objetivo de coordinar políticas y acciones que promuevan la inclusión en el ámbito turístico, buscando mejorar la accesibilidad y la participación de personas con discapacidad en las actividades turísticas de la provincia.

- **Programa "Córdoba Te Incluye":** Aunque es una iniciativa de la Agencia Córdoba Deportes, este programa complementa las políticas inclusivas en la provincia al mejorar la oferta deportiva para personas con discapacidad. Busca incorporar a la familia del deportista en el desarrollo y promoción de actividades sociales y comunitarias, promoviendo la inclusión a través del deporte.

A nivel destinos relevados

Nono

Nono ha comenzado a avanzar en el camino hacia la accesibilidad, reconociendo la importancia de construir un entorno turístico que sea inclusivo para todas las personas, incluidas aquellas con discapacidades.

Aunque aún queda un largo camino por recorrer antes de poder calificarse como un destino completamente accesible, se han implementado varias iniciativas y mejoras clave en la localidad. Una de las acciones más visibles en Nono es la implementación de infraestructuras accesibles, especialmente en puntos críticos como la plaza principal y la oficina de turismo a través de rampas de acceso.

Además de las mejoras físicas, Nono ha implementado programas de capacitación dirigidos al personal turístico y a la comunidad en general. Un paso adicional significativo que Nono ha tomado es la realización de un relevamiento de los alojamientos disponibles, aunque no se logró evidenciar.

El municipio de Nono ha implementado políticas activas vinculadas a la inclusión, especialmente enfocadas en personas con discapacidad. Ejemplo de ellos son el desarrollo de Talleres de Inclusión Laboral y Deportiva destinados a personas con discapacidad. Charlas sobre Educación Sexual Integral (ESI) para familias de personas con discapacidad para abordar la temática de la educación sexual integral. La Municipalidad de Nono ha establecido un Área de Políticas Sociales que trabaja en temas relacionados con la discapacidad y la inclusión. Esta área coordina acciones y programas destinados a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad en la comunidad.

Miramar de Ansenuza y Villa Tulumba no han desarrollado políticas públicas turísticas vinculadas a accesibilidad e inclusión. Tanto Miramar de Ansenuza como Villa Tulumba carecen de las adaptaciones y mejoras necesarias para garantizar un acceso equitativo a todas las personas, particularmente aquellas con discapacidades y los adultos mayores.

Indicadores del Capítulo 8.6., titulado "Tecnología", de la norma IRAM 42.101

Eje	Subeje	Requisito
8.6 - Tecnología	8.6.1 - Infraestructura de telecomunicaciones	El ente gestor debe determinar las infraestructuras de telecomunicaciones necesarias para cumplir con los requisitos de las partes interesadas, y promover la mejora y/o adecuación de dichas infraestructuras. El ente gestor debe impulsar y/o promover el desarrollo de infraestructuras, dispositivos, aplicaciones y/o plataformas que permitan al turista conocer el DTI y todos sus recursos y componentes.

A nivel provincia y ACT

La [Agencia de Conectividad Córdoba](#) es una sociedad del estado cordobés que nace en el año 2020 por [Ley Provincial 10.737](#).

Lleva por objetivo lograr un eficiente e interconectado despliegue de infraestructura de conectividad en todo el territorio provincial para brindar a los ciudadanos un servicio de Internet de calidad, garantizando asimismo el acceso equitativo a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a través de un programa de inclusión digital.

Mapa de conectividad de la provincia de Córdoba

La provincia dispone de un [mapa interactivo de conectividad](#) que permite explorar, mediante filtros por municipios, comunas o regiones, las áreas de conectividad.

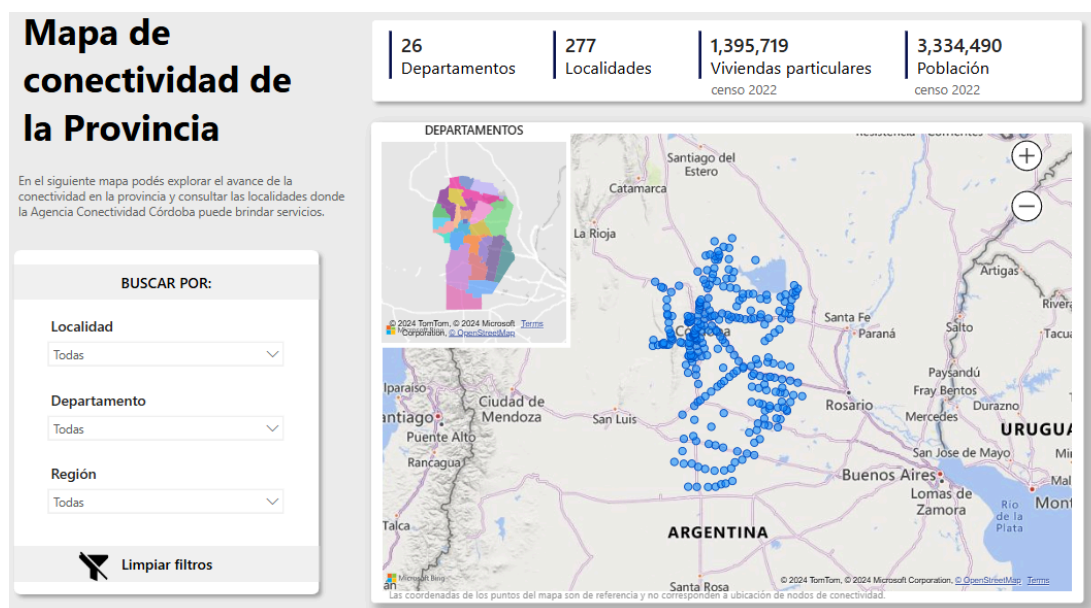


Imagen 52: Mapa conectividad de la provincia de Córdoba

Fuente: Agencia de Conectividad Córdoba

Córdoba impulsa el desarrollo de **Gemelos Digitales** con un enfoque colaborativo

[Los gemelos digitales](#) son representaciones virtuales de objetos, procesos o sistemas del mundo real. Estos permiten crear copias digitales de máquinas, ciudades, edificios e incluso de procesos empresariales. Las réplicas digitales se actualizan en tiempo real con datos del objeto físico correspondiente, lo que posibilita el análisis, la simulación y la predicción de su comportamiento. Actúan como un espejo digital que proporciona una comprensión más profunda y facilita la mejora de lo que sucede en el ámbito físico. Con esta tecnología, las industrias pueden lograr niveles superiores de eficiencia, efectividad y ahorro de costos.

Ciudadano Chat online

A través de este [Chat](#) en línea los ciudadanos de Córdoba pueden comunicarse para hacer consultas sobre diversos trámites y servicios gubernamentales.

A nivel destinos relevados

Nono

Achala Satelital

Nono se convierte en el primer municipio de Argentina en ofrecer conectividad mediante el servicio internacional de Internet Satelital de Alta Velocidad Starlink, con el lanzamiento del programa local “[Achala Satelital](#)”. Este programa tiene como objetivo proporcionar acceso a Internet de alta velocidad en zonas rurales, incluyendo las Sierras Grandes, Pampa de Achala, Sierras de Altautina y Dique La Viña.

“Achala Satelital” es parte de las estrategias de la municipalidad para diversificar la matriz productiva del pueblo, fomentar la creación de industrias del conocimiento y desarrollar infraestructura turística, así como promover la compartición de recursos en las instituciones locales.

A través de una inversión municipal, se facilitará la conectividad en áreas remotas donde actualmente no existen servicios de Internet o telefonía móvil.

En su primera etapa, el programa asistirá a los protocolos de Defensa Civil, apoyará las actividades de la Mesa Coordinadora de Educación en Escuelas Rurales y ofrecerá tecnología y conectividad para eventos deportivos y culturales en las comunidades rurales, incluyendo Pampa de Achala, Los Algarrobos, Ojo de Agua y Dique La Viña.

El Valle de Traslasierra, reconocido por su variado patrimonio natural y cultural, se perfila como uno de los destinos turísticos más importantes de la provincia de Córdoba.

Por lo tanto, su desarrollo debe ser cuidadosamente planificado desde una perspectiva sostenible, armoniosa y respetuosa de sus características naturales y culturales.

Para alcanzar este objetivo, es fundamental diversificar las actividades económicas y culturales a través de soluciones innovadoras y la adopción de tecnologías limpias.

El programa “Achala Satelital” busca convertirse en una política pública que facilite la inserción de los jóvenes en el desarrollo de sus habilidades, promueva la productividad y la diversificación económica de todos los sectores, e incluya a las comunidades rurales en el contexto global, apoyándose en los saberes ancestrales de los adultos mayores. Además, contempla la adquisición de insumos tecnológicos, el desarrollo de capacitaciones y actividades de entretenimiento online para los habitantes de las áreas rurales.

Mapa colaborativo de conectividad local

El municipio, en colaboración con diversos organismos y ONG, está desarrollando un [mapa colaborativo de conectividad local](#) que proporciona información sobre los distintos proveedores de servicios de internet (ISP), carriers y servicios satelitales disponibles en la localidad.

Esta herramienta se actualiza en tiempo real gracias a un relevamiento semanal de la infraestructura, impulsado por la Secretaría de Innovación y Tecnología, la Dirección de Servicios Públicos, la Dirección de Obras Privadas y la Dirección de Turismo, en un esfuerzo de coordinación territorial eficaz.

[Mapa de conectividad online](#)

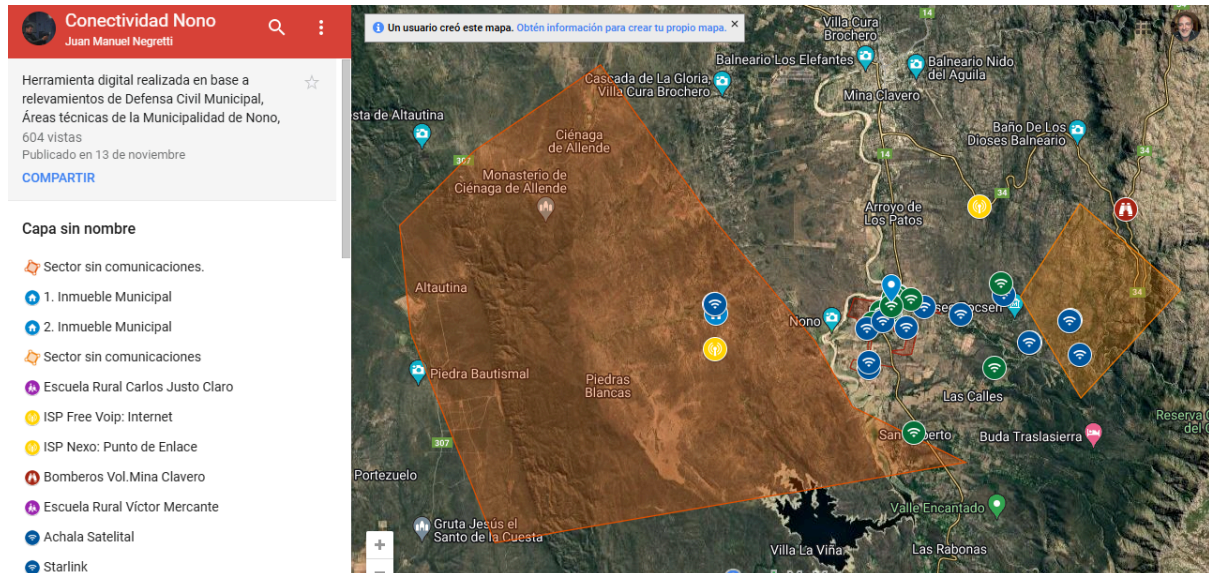


Imagen 53: Mapa conectividad de la Municipalidad de Nono
Fuente: Municipalidad de Nono

Miramar de Ansenuza

Pink, asistente virtual de Miramar de Ansenuza

Diseñado para atender las consultas de los turistas a través de WhatsApp, Instagram y Facebook. Los visitantes de diversas regiones del país pueden realizar preguntas sobre alojamiento, actividades, museos, restaurantes y mucho más.

Este servicio permite llevar un registro de:

- Preguntas
- Reclamos
- Métricas diarias

Es relevante destacar que, según el [reporte digital](#), la mayoría de las consultas, un 55%, provienen de la provincia de Córdoba. Por otro lado, el 25% de las consultas son realizadas desde la provincia de Santa Fe, mientras que el 20% restante llega desde otras partes del país.

Conectividad wifi

El municipio cuenta con varios puntos de acceso a internet de alta velocidad (AP, por su sigla en inglés), que brindarán conexión wifi gratuita para aproximadamente 1,500 usuarios simultáneamente.

Esto se debe a la adhesión al plan Conectividad Córdoba. Es mismo es un acuerdo entre la Secretaría de Comunicaciones y Conectividad y el intendente de la localidad.

La provincia, a través de su plataforma de monitoreo, tendrá la capacidad de verificar la calidad y velocidad del servicio, así como detectar cualquier inconveniente en la conexión.

Con esta iniciativa, no solo los residentes de Miramar se benefician, sino también los turistas que visitan la ciudad y la costanera con la ventaja de contar con un servicio de internet de alta calidad que enriquece la experiencia en el destino.

Villa Tulumba

Tulumque: Asistente Virtual del Patrimonio Cultural

En la localidad se ha implementado un asistente virtual conocido como Tulumque.

Este proyecto es el resultado de una colaboración entre el Museo Histórico de la Universidad Nacional de Córdoba, la Universidad Popular de Villa Tulumba y el grupo AccionALO.

Tulumque tiene como objetivo facilitar el acceso a la información cultural y patrimonial, mejorando la interacción de los ciudadanos y turistas con su historia y tradiciones.

Conectividad en la Localidad

La localidad cuenta con acceso a internet y servicios de telefonía, los cuales son proporcionados por la Cooperativa de Obras, Servicios Públicos y Sociales de Deán Funes.

El servicio de telefonía, en particular, es suministrado por Telecom, y la región dispone de una central de telefonía fija, así como de antenas para telefonía celular.

Sin embargo, es importante señalar que la calidad del servicio es considerada regular, presentando limitaciones en la capacidad de uso simultáneo por parte de los usuarios.

Este contexto de conectividad es esencial mejorarlo no solo para el desarrollo de proyectos como Tulumque, sino también para asegurar que los residentes y visitantes puedan acceder a información y servicios de manera efectiva.

Eje	Subeje	Requisito
-----	--------	-----------

8.6 - Tecnología	8.6.3 Promoción y marketing	-	El ente gestor debe promover y facilitar herramientas y soluciones tecnológicas para la promoción y marketing del DTI buscando la facilitación y vinculación entre las partes interesadas El ente gestor debe determinar y segmentar el comportamiento y las características del consumo del turista en el DTI, incluyendo sus interacciones y transacciones.
-------------------------	------------------------------------	---	---

A nivel provincia y ACT

Promoción y Marketing Turístico de la Agencia Córdoba Turismo

Este reporte analiza la estrategia de promoción y marketing digital de la Agencia Córdoba Turismo, basándose en la información proporcionada por la ACT y datos obtenidos de fuentes públicas como redes sociales.

Se ha incluido información adicional para un análisis más completo.

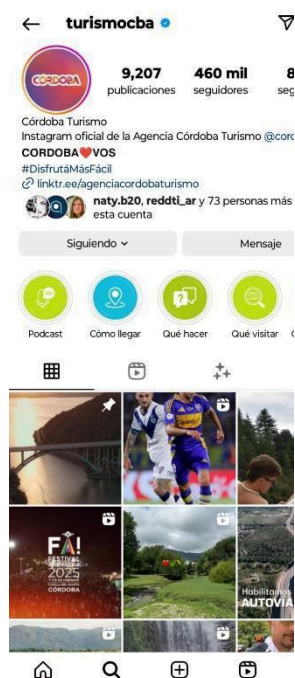
Análisis por Plataforma:

Tabla 16: Tabla comparativa de plataformas digitales de Turismo Córdoba

Plataforma	Perfil	Enlace	Fecha de creación (estimada)	Suscriptores/Seguidores	Visualizaciones/Alcance (aprox.)	Contenido Subido (aprox.)	Frecuencia de publicación	Hashtags principales
Facebook	Córdoba Turismo	/turismocb a	feb-09	855.000	(No disponible)	(No disponible)	Diaria	#Córdoba , #Turismo Córdoba
Instagram	Córdoba Turismo	/turismocb a	dic-15	461.000	(No disponible)	9.227	diaria	#Córdoba , #Turismo Córdoba
X (Twitter)	Córdoba Turismo	/turismocb a	dic-10	72.791	(No disponible)	52.500	diaria	#Córdoba , #Turismo Córdoba
TikTok	Córdoba Turismo	/turismocb a	(Indeterminada)	169.600	800.000 (promedio mensual)	(No disponible)	Diaria	#Córdoba , #Turismo Córdoba

YouTube	Córdoba Turismo	/turismocba	(Indeterminada)	5.750	16,5 millones	636	Mensual	#Córdoba, #Turismo Córdoba
Web	Córdoba Turismo	www.cordobaturismo.gov.ar	(Indeterminada)	(No aplicable)	3,1 millones de visitas	(No disponible)	Semanal	(No aplicable)

Fuente: Elaboración propia



Instagram ACT



X



Facebook



TikTok



YouTube

Imagen 54: Redes sociales de Turismo Córdoba

Fuente: Diversas redes sociales de la ACT

Análisis de Google Trends:

Se realizaron búsquedas en Google Trends para la palabra clave "turismo Córdoba", "Córdoba" y "Agencia Córdoba Turismo" arrojando datos muy bajos de búsqueda.

Los resultados por cantidad de búsquedas a lo largo del tiempo (1 semana, 30 días, 120 meses) permitieron identificar una falencia muy significativa en posicionamiento web y promoción turística.

Campañas Digitales:

Las campañas digitales, conforme datos suministrados por la ACT, alcanzaron a más de 20 millones de personas.

Influencia en redes sociales:

Para hacer un análisis de las redes sociales, se ha utilizado una herramienta de gestión con el propósito de recopilar los datos más valiosos de los canales de medios sociales y extraer conclusiones procesables, sobre todo respecto de las opiniones más influyentes (influencers) y búsquedas de palabras claves.

Como muestreo se realiza análisis de datos con corte de una semana (Primer semana diciembre 2024) y las palabras de referencias es “Turismo Córdoba”.

Plataforma utilizada: [Brand24](#)

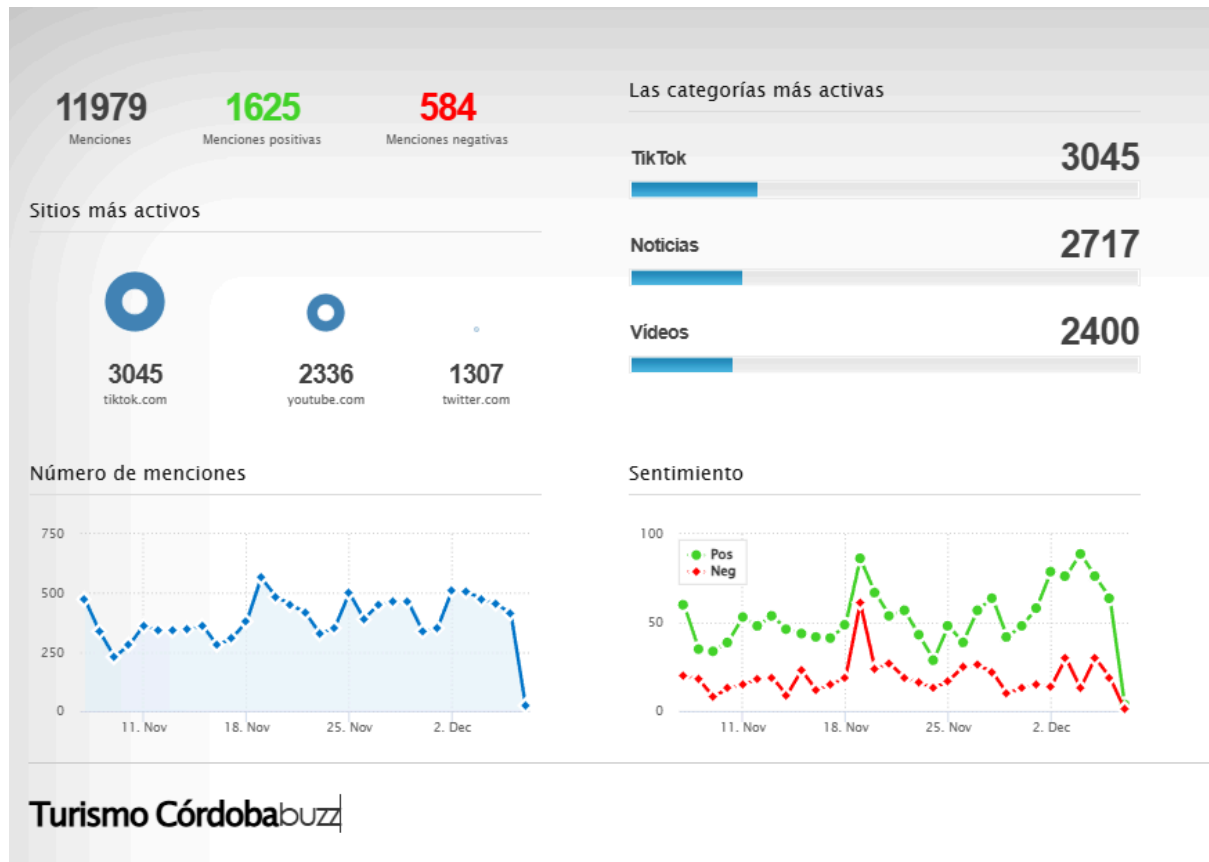


Gráfico 17: Tendencias en redes sociales sobre “Turismo Córdoba”

Fuente: Elaboración propia en base a programa Brand24



Gráfico 18: Tendencias en redes sociales sobre "Turismo Córdoba"
Fuente: Elaboración propia en base a programa Brand24

La Agencia Córdoba Turismo mantiene una presencia significativa en las principales redes sociales, abarcando una amplia audiencia.

El alto número de visualizaciones en YouTube y el alcance de las campañas digitales indican un esfuerzo considerable en la promoción turística. Sin embargo, la falta de datos más detallados y completos sobre la frecuencia de publicaciones, tipo de contenido, engagement (me gusta, comentarios, compartidos) y análisis de rendimiento de cada campaña impide una evaluación completa de la efectividad de la estrategia.

Asimismo, maneja una misma identidad visual en todas sus redes y página. Replica información y hay una línea marcada de comunicación uniformada.

A nivel destinos relevados

Promoción y Marketing Turístico de Nono, Miramar de Ansenuza y Villa Tulumba

Este reporte compara las estrategias de promoción y marketing digital de los tres destinos turísticos. La información se basa en los datos proporcionados por los propios destinos en relevamiento territorial y observaciones realizadas en las plataformas mencionadas.

Análisis Comparativo por Plataforma:

Tabla 17: Tabla comparativa de plataformas digitales entre destinos relevados

Destino	Plataforma	Enlace	Fecha de creación	Seguidores	Publicaciones (aprox.)	Hashtags principales	Sitio web
Nono	Facebook	https://www.facebook.com/TurismoNonoOf	abr-18	17.000	(No disponible)	#Nono #enarmoniaconvos #misdiaseNono	https://www.nonoturismo.gob.ar/
	Instagram	https://www.instagram.com/TURISMONONO/	abr-18	36.100	1.251	#Nono #enarmoniaconvos #misdiaseNono	
Miramar	Facebook	https://www.facebook.com/	dic-11	29.000	(No disponible)	(No disponible)	https://turismomiramar.com/
	Instagram	https://www.instagram.com/	ago-18	8.379	1.398	(No disponible)	
Villa Tulumba	Facebook	https://www.facebook.com/municipalitulumba	dic-17	5.700	(No disponible)	(No disponible)	https://villatulumba.com.ar/
	Instagram (Municipio)	https://www.instagram.com/municipalitba/	mar-21	2.271	390	#SomosHistoriaViva	
	Instagram (Turismo)	https://www.instagram.com/turismovillatulumba/	dic-22	5.178	617	(No disponible)	

Fuente: Elaboración propia

Análisis Comparativo:

Nono: Muestra una estrategia más consolidada en redes sociales, con un número significativo de seguidores en ambas plataformas, y un sitio web funcional. El uso de hashtags específicos es positivo.

Miramar de Ansenuza: Presenta una cantidad considerable de seguidores en Facebook, pero una menor presencia en Instagram.

Villa Tulumba: Utiliza tanto la cuenta municipal como una específica de turismo en Instagram. Esta estrategia puede ser efectiva para segmentar la información, pero requiere un análisis del contenido y el engagement en cada perfil. El número de seguidores es significativamente menor que en Nono y Miramar.

Análisis de Google Trends:

Utilizando la analítica de google Trends, se realiza análisis comparativo entre los tres destinos evaluados, con corte a últimos 90 días. Se utiliza el nombre de las localidades como criterio de comparación

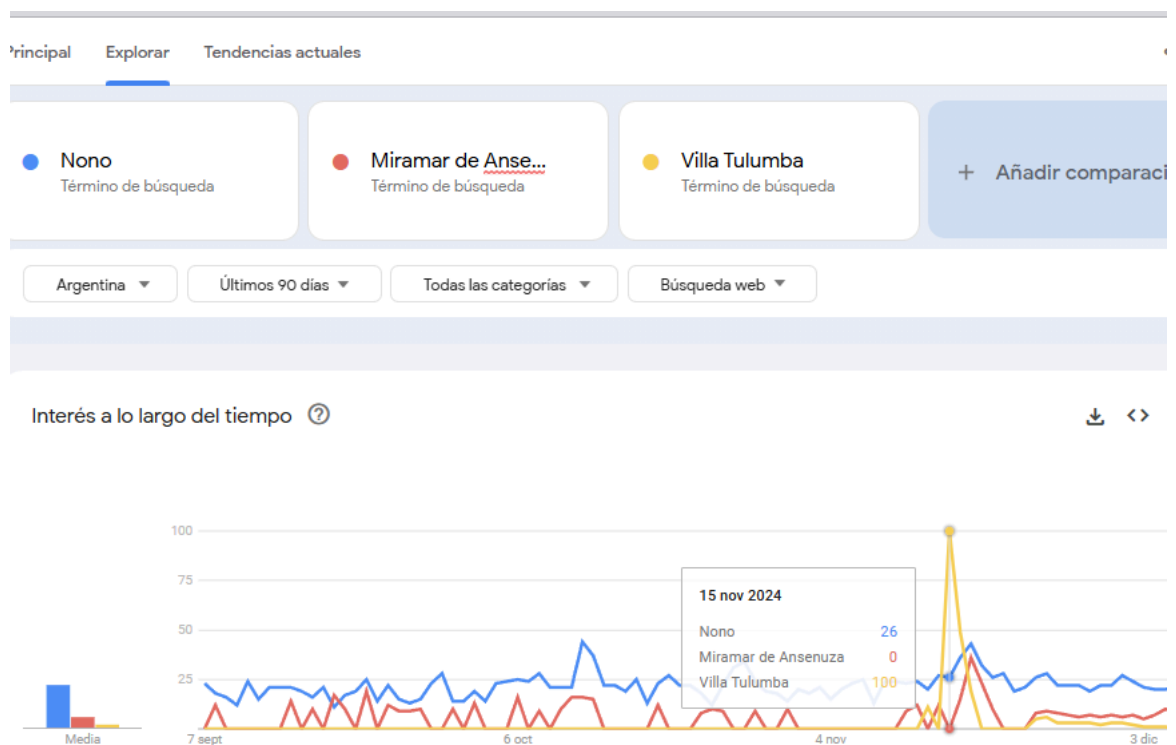


Gráfico 19: Tendencia comparativa de búsquedas en internet de los tres destinos analizados”

Fuente: Google Trends

El análisis de Google Trends revela una disparidad significativa en el interés online de los tres destinos turísticos. Nono demuestra un claro predominio en las búsquedas durante los últimos 90 días, indicando una mayor visibilidad y reconocimiento del destino entre los usuarios de internet. Miramar de Ansenusa se posiciona en segundo lugar, mostrando un nivel de búsqueda considerablemente menor al de Nono, pero aun así relevante.

En contraste, Villa Tulumba presenta una presencia casi insignificante en las búsquedas, con un pico aislado coincidente con la fecha del anuncio de los ganadores de “*Best Tourism Villages*”. Este pico puntual sugiere que la mención en dicho evento generó un aumento temporal en el interés, pero no se tradujo en un

incremento sostenido de las búsquedas. Esto indica una débil presencia digital y un menor posicionamiento online en comparación con Nono y Miramar de Ansenuza.

El análisis de Google Trends evidencia una correlación directa entre la popularidad online de un destino y la cantidad de búsquedas registradas. Nono, con una presencia digital estable y probablemente más robusta, domina el interés online. Miramar mantiene una presencia visible, aunque menor, mientras que Villa Tulumba necesita una estrategia más eficaz para mejorar su visibilidad online y generar un interés sostenido entre los potenciales turistas. El pico registrado en las búsquedas de Villa Tulumba resalta la importancia de la participación en eventos de promoción turística, pero subraya la necesidad de una estrategia digital consistente que se mantenga a lo largo del tiempo y no dependa únicamente de eventos puntuales.

1.5.8. Conclusiones

Algunas reflexiones y consideraciones...

Los DTI han adoptado una metodología que se destaca a nivel mundial por su enfoque innovador. Esta metodología se centra en la integración de nuevas tecnologías y la promoción de la innovación en los procesos, fundamentándose en principios esenciales como la sostenibilidad, la accesibilidad y, de manera primordial, la gobernanza participativa. Este enfoque permite no solo la implementación de tecnologías avanzadas, sino también la inclusión activa de todas las partes interesadas en la toma de decisiones, lo que contribuye a una gestión más democrática y equitativa de los recursos.

A partir de un análisis exhaustivo del destino turístico cordobés y de las tres localidades consideradas (en cuanto a sus diferentes niveles de desarrollo), se llega a la conclusión de que la provincia de Córdoba cumple de manera satisfactoria con una amplia variedad de indicadores. Estos indicadores han sido meticulosamente analizados y documentados, mostrando que las acciones implementadas en la provincia están bien fundamentadas.

A pesar de esto, es imperativo que se lleven a cabo una serie de estrategias y acciones basadas en políticas públicas que fortalezcan y refuercen el modelo existente. El objetivo es asegurar que este modelo no solo sea robusto, sino que también tenga la capacidad de perdurar en el tiempo y adaptarse a las necesidades cambiantes de la población y del entorno. Estas políticas deben considerar la continuidad de la innovación y la adaptación tecnológica, así como la formación constante de recursos humanos para gestionar estos cambios.

Uno de los principales obstáculos identificados es que, a pesar de que el gobierno provincial está trabajando de manera enérgica y asertiva en varias áreas clave del modelo, especialmente en lo que respecta a la gobernanza, la sostenibilidad y la innovación, muchas de las acciones parecen estar desconectadas

del área de turismo. Esta falta de integración puede limitar el potencial del sector turístico como motor propulsor de la metodología de inteligencia turística.

Es fundamental, por lo tanto, que se establezcan vínculos más fuertes entre las iniciativas del gobierno y la Agencia Córdoba Turismo. Ello no solo optimizaría el uso de recursos, sino que también permitiría que el sector turístico se beneficie más directamente de las innovaciones y mejoras implementadas en otras áreas.

En cuanto a los destinos relevados

Las evidencias recopiladas en relación con el modelo de Destino Turístico Inteligente han permitido alcanzar las siguientes conclusiones:

NONO

Gobernanza: El municipio demuestra un compromiso sostenido en este eje, evidenciado por el manejo y comunicación estadístico, la publicación de todas sus ordenanzas y la promoción de la participación ciudadana en la toma de decisiones relacionadas con la planificación turística.

Sostenibilidad: Nono ha realizado un notable esfuerzo en materia de sostenibilidad, respaldado por la existencia de leyes que promueven la conservación del patrimonio cultural. Asimismo, se han llevado a cabo acciones significativas para la conservación y mejora del medio ambiente, las cuales están documentadas y disponibles en el sitio web oficial del municipio.

Tecnología y Conectividad: El municipio ha iniciado un proceso de mejora en tecnología y conectividad, sustentado en las evidencias recopiladas. Este proceso busca optimizar la infraestructura tecnológica y facilitar el acceso a servicios digitales para residentes y visitantes.

Accesibilidad e inclusión: Se ha identificado que el eje de accesibilidad e inclusión presenta un desarrollo limitado, atribuible en gran medida a las características geográficas del terreno, que dificultan el desplazamiento adecuado de personas con discapacidad motriz.

MIRAMAR DE ANSENUZA

Gobernanza: Se presenta como un municipio en pleno proceso de expansión. En este eje se han recopilado evidencias que demuestran una relación colaborativa y participativa entre los diversos actores. Sin embargo, se han identificado deficiencias en la publicación y el acceso público a los actos de gobierno, lo que sugiere la necesidad de mejorar la transparencia y la comunicación institucional.

Sostenibilidad: El municipio ha llevado a cabo un notable trabajo en materia de sostenibilidad, respaldado por la existencia de normativas que promueven la

conservación del patrimonio natural. La presencia del Parque Nacional de Ansenúza y la Reserva de Biosfera dentro de su ejido municipal constituyen sus principales atractivos turísticos.

Accesibilidad e inclusión: Se ha identificado que el eje de accesibilidad representa un punto débil para el municipio. No obstante, el destino está comprometido a desarrollar un plan de mejoras en este ámbito, reconociendo la importancia de garantizar el acceso inclusivo a todos los espacios turísticos y servicios disponibles.

VILLA TULUMBA

La incorporación de Villa Tulumba a la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes representa una oportunidad estratégica para garantizar un crecimiento sostenible, inclusivo y competitivo.

Sostenibilidad: La comunidad ha demostrado compromiso con la conservación de su patrimonio cultural, respaldado por normativas y programas asociados a su declaración como Pueblo Auténtico, Poblado Histórico Nacional y Best Tourist Village.

Voluntad política y social: Existe una alineación positiva entre la gestión pública local y el sector privado para avanzar hacia un modelo de desarrollo basado en los principios del turismo inteligente.

Sin embargo, persisten áreas de mejora clave:

Innovación y tecnología: Es fundamental la incorporación de herramientas digitales para mejorar la promoción, gestión y experiencia turística, como plataformas de reservas, aplicaciones móviles y sistemas de información geográfica.

Accesibilidad e inclusión: Resulta prioritario garantizar que los servicios y atractivos turísticos sean inclusivos y accesibles para todos los visitantes.

Organización del sector privado: La creación de una organización que nucleee a los actores privados fomentaría la articulación de esfuerzos y la generación de proyectos conjuntos que impulsen el desarrollo del destino.

SUBTAREA 1.6. VALIDACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL DIAGNÓSTICO DTI DEL DESTINO

El 4 de diciembre de 2024 se realizó la presentación del diagnóstico situacional del proyecto DTI en Córdoba, con encuentros consecutivos en el Centro de Convenciones que reunieron a autoridades de la Agencia Córdoba Turismo, representantes municipales, sector privado y académico.

Durante las reuniones se expusieron los resultados del diagnóstico y se destacó el interés en avanzar hacia la conformación de la Red Cordobesa de Destinos Turísticos Inteligentes.



Imagen 55: Reunión autoridades ACT - presentación diagnóstico

Fuente: Agencia Córdoba Turismo

Los participantes valoraron positivamente la iniciativa y señalaron desafíos clave como la articulación interinstitucional, la mejora de la accesibilidad, la inclusión turística y la necesidad de un gobierno más abierto y participativo.

TAREA 2. DESARROLLO DE SISTEMA INTEGRAL DE INTELIGENCIA TURÍSTICA CORDOBESA

SUBTAREA 2.1: CONSTRUCCIÓN DE MODELO DE INDICADORES DTI

2.1.1. Introducción

Con el objetivo de estructurar el proceso del diseño del Sistema Integral de Inteligencia Turística Cordobesa se adoptó como metodología principal el Enfoque de Marco Lógico (EML), una herramienta ampliamente validada para ordenar intervenciones complejas y multiactorales.

Este trabajo se inscribe en una lógica de planificación orientada a resultados, que permita no sólo guiar la implementación de políticas DTI sino también evaluar su impacto.

En torno a ello se trabajó con herramientas derivadas del EML: el árbol de problemas, el árbol de objetivos, la matriz de planificación, la construcción de indicadores y la clasificación de destinos por niveles.

La propuesta metodológica se sustenta en la experiencia territorial y toma como faro el modelo de autodiagnóstico de la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes. El enfoque adoptado permite un abordaje integral, escalable y situado del modelo DTI en el contexto cordobés.

2.1.2. Fundamentación metodológica y planificación del Sistema Integral de Inteligencia Turística Cordobesa

El proyecto adopta el **Enfoque de Marco Lógico (EML)** como metodología central. Este enfoque facilita la planificación participativa y orientada a resultados, adecuándose a la heterogeneidad territorial de la provincia de Córdoba y a la necesidad de establecer un modelo replicable de gestión turística.

En este marco, se implementaron diversas etapas metodológicas:

- Diagnóstico situacional.
- Identificación del problema central.
- Construcción del árbol de problemas y su correspondiente árbol de objetivos.
- Diseño de una **matriz de planificación** con componentes, actividades e indicadores alineados a la **Norma IRAM DTI 42.101**.
- Clasificación estratégica de los destinos turísticos por niveles de desarrollo.

Árbol de Problemas: principales causas y efectos

Se identificó como problema central la **gestión turística desigual** en la provincia de Córdoba, explicada por causas como:

- Ausencia de un modelo de gestión estandarizado.
- Falta de indicadores comunes de desempeño.
- Escasa articulación entre niveles de gobierno.
- Bajo nivel de digitalización de los procesos turísticos.
- Débil colaboración entre actores del sector.
- Insuficiente formación en el modelo DTI.

Estos factores generan efectos negativos como:

- Mediana competitividad de varios destinos.
- Pérdida de oportunidades de inversión.
- Experiencias turísticas desiguales.
- Dificultades para atraer nuevos turistas.
- Desconexión con la identidad cultural local.

Árbol de Objetivos: soluciones propuestas y resultados esperados

En respuesta al diagnóstico, se definieron los siguientes **objetivos estratégicos**:

- Diseñar e implementar un modelo de gestión estandarizado (Manual SICIT).
- Establecer indicadores comunes de desempeño basados en la Norma IRAM DTI.
- Fortalecer la articulación intergubernamental.
- Impulsar la digitalización de procesos turísticos.
- Fomentar la colaboración público-privada y comunitaria.

Esto permitirá:

- Aumentar la competitividad y el posicionamiento turístico de Córdoba.
- Generar más oportunidades de inversión.
- Homogeneizar la calidad de la experiencia turística.
- Revalorizar la identidad cultural local como activo turístico.

Matriz del Marco Lógico: estructura de intervención

La matriz de planificación articula los siguientes niveles:

- **Fin del proyecto:** Consolidar un sistema provincial basado en inteligencia turística.

- **Propósito:** Mejorar la planificación, integración y gestión de los destinos cordobeses.

- **Resultados esperados:**

1. Manual de gestión diseñado y validado.
2. Indicadores estandarizados implementados.
3. Clasificación de destinos por niveles consolidada.

Cada resultado incluye actividades principales y sus respectivos supuestos para garantizar la viabilidad de la implementación.

2.1.3. Diseño de indicadores por ejes DTI

La planificación basada en resultados requiere traducir los objetivos estratégicos en indicadores medibles, que permitan monitorear la implementación del Sistema Integral Cordobés de Inteligencia Turística – SICIT -.

La construcción de indicadores se realizó en articulación con normativas nacionales e internacionales, particularmente con la Norma IRAM DTI y el modelo de autodiagnóstico propuesto por la Red Argentina de Destinos Turísticos Inteligentes.

Asimismo, se incorporan elementos provenientes del marco conceptual desarrollado por SEGITTUR en España, adaptándose al contexto cordobés mediante procesos participativos y validaciones territoriales.

Se integra un enfoque territorial, que reconoce la diversidad y singularidad de los destinos cordobeses, lo cual se ve reflejado en la incorporación de un eje identitario, de carácter diferencial y cultural, dentro del modelo DTI Cordobés.

Para ello, se adoptó como principal referencia la **Norma IRAM 42.101: Sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes - Requisitos**¹⁶., cuyos cinco ejes estratégicos permiten organizar el sistema de indicadores de forma integral.

Dicha norma, aprobada el 14 de octubre de 2022, busca establecer los requisitos para implementar, mantener y mejorar un sistema de gestión de un Destino Turístico Inteligente. Busca promover un desarrollo turístico sostenible, territorialmente equilibrado, innovador, socialmente justo y universalmente accesible.

Fue elaborada por la Comisión de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) y el Comité General de Normas (C.G.N.) de IRAM, con la participación de representantes de diversas organizaciones públicas y privadas del sector turístico y académico.

Conlleva una serie de beneficios, como ser:

- Mayor competitividad y mejora del posicionamiento turístico del destino.
- Mejora de la experiencia del turista antes, durante y después del viaje.

¹⁶ IRAM. (14 de octubre de 2022). IRAM 42101:2022. Sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes. Requisitos., Primera. Argentina.

- Incorporación de soluciones tecnológicas y/o innovadoras.
- Mejora de la gestión de la información y las comunicaciones.
- Mejora de la calidad de vida de los residentes.
- Creación de sinergias positivas y visión compartida en el destino.
- Mayor eficiencia en la gestión del destino.
- Mejora de la accesibilidad e inclusión en el destino.
- Mejora de la sostenibilidad del destino.
- Mejora de la conectividad de personas, empresas, servicios y destinos.

En vista de ello, y siendo dicha norma el horizonte de excelencia en el paradigma DTI en Argentina, fue fuente e insumo para la elaboración de los indicadores del modelo cordobés.

Otra fuente de insumo de interés fue el [Autodiagnóstico de la Red Argentina de Destinos turísticos Inteligentes](#) - Red DTI-Ar - actualizado al 2024.

Como fuente secundaria se utilizó la norma UNE 178502:2018 de Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes.¹⁷

2.1.3.1. Análisis comparativo de fuentes: Norma IRAM 42101 y Autodiagnóstico de la Red DTI

La Norma IRAM 42101:2022 establece un marco normativo claro para los destinos turísticos inteligentes en Argentina, definiendo cinco ejes estratégicos que deben ser desarrollados por cualquier sistema de gestión de DTI:

Gobernanza: Proceso de conducción de los destinos turísticos a través de esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos en sus diferentes niveles y atribuciones, de la sociedad civil y del tejido empresarial relacionado con la operación del sistema turístico

Sostenibilidad: La sostenibilidad contempla la administración y gestión racional y eficiente de los recursos (vector ambiental), la calidad de vida de turistas, visitantes y residentes (vector social) y la competitividad de los actores económicos (vector económico).

Innovación: Planteamientos innovadores internos y externos que se traduzcan en mejoras significativas orientadas a las actividades involucradas antes, durante y después de la estadía en el Destino Turístico Inteligente, a través de la implementación de herramientas de gestión de la innovación, siendo la inteligencia competitiva una de ellas.

Accesibilidad e inclusión: Contempla la función social del turismo, entendiendo a éste como un derecho y contribuyendo solidariamente a la inclusión y a la igualdad de oportunidades, considerando así también a la accesibilidad y el diseño universal como una forma de aportar valor a todas las iniciativas desarrolladas por las partes interesadas en el DTI.

¹⁷Asociación Española de Normalización. (2018). UNE 178502:2018. Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes. Madrid, España.

Tecnología: Contempla la incorporación de tecnologías (por ejemplo, de la información, de la comunicación, de mejora energética, etc.) y la vigilancia tecnológica que permiten el conocimiento, uso y aplicación de datos y contenidos sobre los mercados de oferta y demanda, como también los productos turísticos. (IRAM, 2022 – pág. 11)

Por su parte, el instrumento de **autodiagnóstico** utilizado por la Red DTI despliega una batería extensa de indicadores, categorizados en múltiples subejos, pero sin un marco analítico claramente estructurado ni criterios jerárquicos entre los componentes. La estructura del instrumento parte de bloques temáticos que reflejan buenas prácticas, pero con ciertas limitaciones entre dimensiones.

Sin embargo, el autodiagnóstico utilizado por la Red DTI, a pesar de sus limitaciones estructurales, ofrece varios aportes positivos que pueden destacarse.

Primero, proporciona un amplio espectro de indicadores que permite a los destinos turísticos inteligentes evaluar diversos aspectos de su funcionamiento, lo que puede guiar las mejoras y ajustes necesarios.

Además, al centrarse en buenas prácticas, el autodiagnóstico ofrece a los gestores de los destinos turísticos una referencia valiosa para medir su alineación con los estándares del sector, lo que puede impulsar la competitividad y la sostenibilidad del destino.

Asimismo, la diversidad de subejos incluida en la herramienta cubre un rango amplio de áreas críticas, facilitando una evaluación integral de la gestión del destino que puede conducir a la identificación de oportunidades de innovación y desarrollo.

Por último, el proceso de autodiagnóstico puede fomentar la reflexión interna y la participación de múltiples actores involucrados en el turismo, promoviendo una cultura de mejora continua y colaboración entre los distintos sectores implicados en el desarrollo turístico.

2.1.3.2. Justificación del modelo cordobés: reorganización de ejes

Ante este escenario, en el armado del modelo cordobés del Sistema Integral de Inteligencia Turística se propuso una reestructuración de los ejes que busca:

- Superar la dispersión y la duplicación temática presente en el instrumento de autodiagnóstico.
- Adaptar los requisitos de la Norma IRAM 42101 al contexto y la identidad territorial de la provincia.
- Consolidar criterios que permitan una evaluación más eficiente y focalizada del grado de desarrollo DTI de los destinos.

Así, se definieron cinco ejes aglutinadores:

- **Gobernanza:** Abarca liderazgo, participación, planeamiento territorial, transparencia, apertura de datos, movilidad y normativa.

- **Sostenibilidad:** Reúne indicadores ambientales (residuos, biodiversidad, eficiencia energética), sociales (equidad, salud, seguridad) y económicos (empleo local, desarrollo productivo, entre otros).
- **Accesibilidad:** Retomando el enfoque de inclusión social y diseño universal, se focaliza en la experiencia igualitaria del turista y en la infraestructura adaptada.
- **Innovación-Tecnología-Marketing:** Se agrupan bajo un mismo eje por su sinergia operativa: plataformas, digitalización, gestión de datos, inteligencia turística, promoción innovadora y marketing de experiencias.
- **Identidad (*Eje propio provincial*):** Se incorpora como eje diferenciador, destacando la cultura, el patrimonio, las tradiciones y los relatos territoriales, alineado a políticas de sostenibilidad cultural.

2.1.3.3. Justificación de los cambios: por qué se redefinieron los ejes

- **Claridad operativa:** Al reagrupar subcomponentes dispersos (como innovación, marketing y tecnología) se facilita la planificación y el monitoreo, evitando repeticiones y redundancias.
- **Identidad territorial:** Córdoba optó por incluir un eje identitario debido a su diversidad cultural y su potencial para desarrollar narrativas de valor diferencial, ausente en la norma nacional.
- **Sistematización de indicadores:** Cada eje del modelo cordobés fue desagregado en criterios e indicadores específicos, de carácter verificable, medible y contextualizado, lo que permite implementar auditorías objetivas y establecer líneas de base claras.
- **Articulación con política pública provincial:** El modelo se pensó no solo como una guía técnica, sino como una herramienta de política pública que articula con planes estratégicos, programas de calidad y planificación territorial.

Es decir, que la propuesta del modelo cordobés desarrollada integra sus principios del autodiagnóstico y de la Norma IRAM precedentemente citada, bajo una forma más funcional y adaptada a las necesidades provinciales. Esta reorganización fortalece la capacidad de implementación, evaluación y escalabilidad del sistema.

2.1.3.4. Unificación de Innovación, Tecnología y Marketing

En el marco del modelo cordobés, la decisión de integrar innovación, tecnología y marketing en un único eje responde a la interdependencia estructural y funcional de estos componentes en la gestión y promoción del turismo contemporáneo. Esta integración reconoce que dichos elementos no solo se encuentran estrechamente vinculados, sino que además generan sinergias que fortalecen la competitividad del destino y optimizan la experiencia del visitante.



Imagen 56: Captura de carátula del Capítulo Innovación, Tecnología y Marketing
Fuente: Elaboración propia

La tecnología constituye un factor habilitador clave para la innovación, al facilitar el desarrollo de soluciones creativas aplicadas a la gestión del destino, la atención al turista y la eficiencia operativa. A su vez, el marketing digital depende directamente del uso de herramientas tecnológicas que permiten segmentar audiencias, automatizar contenidos, gestionar datos en tiempo real y evaluar el rendimiento de las acciones promocionales con mayor precisión. Por su parte, la innovación turística requiere del respaldo tecnológico y de una estrategia de comunicación eficaz para transformar ideas en propuestas concretas, diferenciales y sostenibles.

Desde esta perspectiva, el eje integrado de innovación, tecnología y marketing no solo reconoce su interdependencia, sino que propone abordarlos de forma articulada, como componentes inseparables de una gestión turística inteligente en la realidad local cordobesa, adaptada a los desafíos y oportunidades del entorno digital y global.

2.1.3.5. Eje con carácter provincial, identitario y con sentido de arraigo: Eje Identidad

En el contexto del modelo en desarrollo, la incorporación del “Eje Identidad” no es algo meramente decorativo o simbólico: Muy por el contrario, responde a una necesidad concreta de cohesión territorial, sentido de pertenencia y diferenciación estratégica. En un escenario turístico global cada vez más homogéneo, donde la estandarización amenaza con diluir las particularidades locales, Córdoba opta por convertir su identidad en motor de competitividad.

Este eje busca:

- Fomentar el arraigo y sentido de pertenencia.
- Consolidar experiencias turísticas auténticas.
- Generar circuitos culturales con valor diferencial.

La identidad cordobesa es una construcción compleja que se expresa en múltiples dimensiones: el patrimonio tangible e intangible, los paisajes serranos y su vínculo histórico con la salud y el bienestar, las tradiciones comunitarias, la oralidad, la música, las festividades, la gastronomía y la hospitalidad de su gente. Todo ello constituye no sólo un valor cultural en sí mismo, sino también un insumo estratégico para el diseño de experiencias turísticas significativas. En este sentido, el eje no se limita a preservar el acervo cultural, sino que propone su activación como recurso vivo, capaz de guiar el desarrollo turístico desde una lógica auténtica, sostenible y distintiva.



Imagen 57: Captura de carátula del Capítulo Identidad

Fuente: Elaboración propia

El turismo de bienestar, uno de los productos prioritarios para Córdoba, encuentra en la identidad local una base sólida y transversal. La pureza del entorno natural, los saberes tradicionales sobre el cuidado del cuerpo y el espíritu, y la relación histórica del territorio con el descanso y la sanación, permiten estructurar una oferta alineada con las tendencias internacionales, pero profundamente enraizada en el territorio. La cocina regional, con ingredientes autóctonos y técnicas heredadas, refuerza este posicionamiento, aportando una dimensión sensorial y afectiva que conecta con la búsqueda de experiencias transformadoras.

Además, el eje identidad opera como catalizador de integración territorial. Al reconocer y valorar las singularidades de cada municipio, se impulsa la creación de circuitos colaborativos y productos turísticos compartidos que expresan la diversidad cultural de la provincia. Esto no solo mejora la articulación entre actores, sino que favorece una distribución más equitativa de los beneficios del turismo, reduciendo asimetrías y fortaleciendo los vínculos comunitarios.

No obstante, al desarrollar este eje también se ha contemplado esas singularidades, diversidades de identidades presentes en cada municipio que integra la provincia. Por este motivo, se optó por denominarlo simplemente “Identidad”, evitando referencias como “identidad cordobesa” u otras similares que pudieran homogeneizar o limitar la riqueza cultural del territorio. La intención es reconocer y respetar las particularidades identitarias propias de cada destino,

municipio o región, permitiendo que cada uno exprese y potencie aquello que lo distingue.

Por ejemplo, en localidades como [Villa General Belgrano](#), la identidad turística no se construye en torno a símbolos típicamente asociados a la cultura gastronómica tradicional cordobesa - como el fernet, el locro o las empanadas -, sino que se articula en torno a la cerveza artesanal y el chocolate alpino, productos profundamente arraigados en su historia local, que se manifiestan a través de celebraciones emblemáticas y circuitos temáticos consolidados.

2.1.3.6. Principios para la construcción de los indicadores

La construcción de los indicadores se fundamentó en una serie de principios para garantizar su efectividad en la evaluación de los destinos turísticos inteligentes.

- **Pertinencia:** Cada indicador fue diseñado para abordar aspectos críticos y relevantes que reflejan la gestión y operación de los destinos turísticos.
- **Claridad:** Esto significa que los indicadores están redactados en un lenguaje que es accesible y comprendido por todos, facilitando su implementación y seguimiento.
- **Viabilidad:** Se considera la viabilidad en términos de los recursos y capacidades disponibles localmente para asegurar que la medición de cada indicador sea práctica y realizable. Esto es crucial para permitir el seguimiento regular y la evaluación de los indicadores sin incurrir en costos o esfuerzos desproporcionados.
- **Participación:** El principio de participación se integra mediante la validación de los indicadores con referentes locales y expertos en el campo, asegurando que las medidas sean contextualizadas y pertinentes. Durante el trabajo territorial, obtener retroalimentación de aquellos que operan en el terreno ayuda a modificar y afinar los indicadores para que sean más sintonizados con las realidades locales.

Expertos colaboraron tanto en la construcción inicial de estos indicadores como en su validación en situ, lo que garantiza que las medidas sean no solo teóricamente sólidas, sino también aplicables en el contexto del destino turístico.

2.1.4. Validación por niveles de madurez

El modelo ha sido concebido con una estructura por niveles que reconoce la heterogeneidad de los territorios que integran la provincia. En lugar de aplicar un enfoque uniforme, se ha propuesto una clasificación flexible en tres etapas —Inicial, Intermedia y Avanzada— que permite a cada destino avanzar según su propio ritmo, capacidades y contexto. Esta lógica escalonada no solo garantiza la inclusión de municipios con diferentes grados de desarrollo, sino que también ofrece un marco claro para la mejora progresiva.

Lejos de funcionar como una jerarquía rígida, los niveles operan como una herramienta de gestión que orienta el crecimiento de los destinos dentro de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística. Un destino que ingresa en el nivel inicial no es visto como rezagado, sino como un punto de partida legítimo desde el cual comenzar un proceso de fortalecimiento de capacidades, implementación de estrategias y consolidación de una visión inteligente de desarrollo turístico.

Este enfoque responde a varias necesidades clave. En primer lugar, reconoce las brechas existentes entre destinos en materia de planificación, digitalización, sostenibilidad y gobernanza. La diferenciación por niveles asegura que esas diferencias no se traduzcan en exclusión, sino en trayectorias de evolución adaptadas a cada realidad.

En segundo lugar, introduce una lógica de mejora continua, que permite establecer metas concretas y superables a corto y mediano plazo. La transición de un nivel a otro implica un proceso de aprendizaje, implementación y evaluación constante, fortaleciendo así la calidad de la gestión turística.

Asimismo, se incorpora un componente de reconocimiento que estimula a los destinos a alcanzar niveles superiores.

Aquellos que logran posicionarse en el nivel avanzado no solo evidencian un alto grado de madurez en la aplicación del modelo, sino que también se convierten en referentes dentro de la red, generando inspiración, transferencia de conocimientos y una dinámica positiva de colaboración entre pares.

Por último, el modelo promueve la flexibilidad desde el momento de la adhesión. Cada destino puede postularse al nivel que mejor represente su situación actual, lo cual incentiva la autoevaluación y la planificación estratégica basada en evidencia.

2.1.5. Matriz de indicadores - Presentación de ejes e indicadores

Como resultado del riguroso trabajo llevado a cabo en la elaboración de los indicadores del modelo, alineado con el marco del EML, se ha logrado estructurar una matriz de manera precisa y profesional.

Documento elaborado: [Matriz evaluación de indicadores Cba DTI](#)

La matriz de evaluación de indicadores es una herramienta estructurada que organiza y presenta diversos indicadores de una manera lógica y coherente. Está diseñada para facilitar el análisis, seguimiento y evaluación del desempeño de un modelo o sistema, en este caso, de los destinos turísticos inteligentes. La matriz permite a los responsables del seguimiento visualizar claramente las áreas clave de evaluación, los objetivos que cada indicador pretende medir, y cómo estos están interrelacionados a través de diferentes ejes o dimensiones del modelo.

Manual de Gestión del Sistema Integral Cordobés de Inteligencia Turística - Matriz evaluación de indicadores

Destino:

Fecha:

Asistencia técnica N°:

Nombre y apellido del referente local:

Función / cargo:



red cordobesa
DE INTELIGENCIA TURÍSTICA

Eje temático	Criterio	Indicador	Descripción estado actual	Evidencias encontradas	Observaciones	Nivel de cumplimiento			
						Cumplir	No cumplir	Cumplir al 100%	Aspirar al 100%
	Ente Gestor (GOB - C01)	GOB - C01 - I01: Publicación del							
		GOB - C01 - I02: Mapeo de Actores							
	Planificación Estratégica (GOB - C02)	GOB - C02 - I01: Existencia y actualización de un Plan Estratégico o de otros indicadores similares de gestión.							
		GOB - C02 - I02: Existencia de una planificación estratégica y de gestión alineada a la sostenibilidad y							
	Transparencia y Datos Abiertos u Open Data (GOB - C03)	GOB - C03 - I01: Existencia de mecanismos que aseguren la transparencia							
		GOB - C03 - I02: Toma de Decisiones Basada en							
		GOB - C03 - I03: Existencia de mecanismos que							

Imagen 58: Modelo Matriz indicadores

Fuente: Elaboración propia

Este proceso ha resultado en una presentación organizada de ejes e indicadores que refleja de manera efectiva los aspectos críticos a evaluar en los destinos turísticos inteligentes.

Tabla 18: Síntesis Matriz indicadores

Eje	Fin	Propósito	N° de criterios	N° de indicadores	% de Indicadores / total
Gobernanza	Fortalecer la gestión participativa	Implementar mecanismos de gobernanza	8	12	18,46 %
Sostenibilidad	Contribuir al desarrollo sostenible	Incorporar prácticas sostenibles	6	17	26,15 %
Accesibilidad	Garantizar el acceso universal	Desarrollar destinos accesibles	9	12	18,46 %
Innovación, Tecnología y Marketing	Impulsar la transformación digital y la promoción eficiente	Incorporar herramientas digitales	6	14	21,53 %
Identidad	Reforzar la identidad cordobesa	Integrar elementos identitarios	5	10	15,38 %
Total			34	65	100 %

Fuente: Elaboración propia

SUBTAREA 2.2: CREACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DTI CORDOBÉS

2.2.1. Introducción

En el marco de implementación del Sistema Integral Cordobés de Inteligencia Turística, la Subtarea 2.2 establece como uno de sus objetivos prioritarios la creación y desarrollo de un Programa de Gestión de Calidad DTI específico para la provincia de Córdoba. Esta propuesta se configura como una herramienta estratégica para estructurar procesos, metodologías, indicadores y protocolos de evaluación que garanticen la mejora continua de los destinos turísticos bajo los principios del modelo DTI adaptado territorialmente.

A diferencia de otros modelos estandarizados, este programa se construye desde una lógica de distinción progresiva, con criterios verificables, medibles y aplicables al contexto cordobés, y busca posicionar a la provincia como referente nacional en la implementación integral y eficaz de destinos turísticos inteligentes, en consonancia con la Norma IRAM 42101 y las mejores prácticas del ámbito iberoamericano.

2.2.2. Desarrollo del Manual DTI Córdoba

El objetivo general del manual es establecer un marco común de actuación para los destinos turísticos cordobeses, a partir de criterios de calidad, sostenibilidad, participación e innovación, entre otros. El propósito es dotar a los gobiernos locales de herramientas prácticas para transitar hacia modelos de gestión inteligente.

Busca proporcionar un marco conceptual y práctico para la aplicación de la metodología DTI en Córdoba. A través de la descripción y análisis de sus ejes fundamentales, se establecen las bases para la implementación de un sistema de inteligencia turística que permita mejorar la toma de decisiones, fortalecer la competitividad del destino y garantizar una gestión eficiente y sostenible del turismo en la provincia.

Los componentes definidos fueron basados en los consensuados bajo la norma IRAM 42.101 que fueron redefinidos en: Gobernanza, Sostenibilidad, Accesibilidad, Innovación-Tecnología-Marketing, e Identidad.

Cada uno de ellos fue desagregado en criterios específicos y acompañado por indicadores verificables, medibles y contextualizados.

2.2.2.1. Enfoque multinivel, multieje y escalable

El modelo metodológico contempla un **enfoque multinivel**, que permite clasificar a los destinos en tres estadios de madurez: inicial, intermedio y avanzado. Esta clasificación no solo facilita la comparación entre destinos, sino que habilita trayectorias de mejora continua mediante la implementación progresiva de acciones alineadas a los cinco ejes estratégicos: Gobernanza, Sostenibilidad, Accesibilidad, Innovación y Tecnología, e Identidad.

El enfoque **multieje** asegura la transversalidad del modelo, promoviendo la articulación entre políticas públicas, actores locales y comunidad, mientras que el carácter **escalable** de los indicadores permite su adaptación a distintos tipos de destinos turísticos, considerando su tamaño, complejidad, nivel de desarrollo y características identitarias.

2.2.3. Indicadores de Implementación según IRAM 42.101

Cada eje fue vinculado con los requisitos definidos por la Norma IRAM DTI 42.101. A partir de esa correlación, se construyeron indicadores, algunos de ellos basados en la metodología SMART, que permiten monitorear el avance y calidad del proceso de implementación.

En aquellos que se utilizó la formulación de indicadores adoptando la metodología SMART, se basó en la identificación de cinco criterios que facilitan su formulación de manera más efectiva y práctica:

1. **Específicos** (Specific): Los indicadores deben ser claros y concretos, lo que significa que deben definir exactamente qué se quiere medir.
2. **Medibles** (Measurable): Esto implica que debe haber una forma de recopilar datos e información que permita medir el avance.
3. **Alcanzables** (Achievable): Los indicadores deben ser realistas y alcanzables, considerando los recursos disponibles, el tiempo y las condiciones del entorno.
4. **Relevantes** (Relevant): Los indicadores deben ser significativos y pertinentes en relación con los objetivos generales.
5. **Temporales** (Time-bound): Los indicadores deben tener un marco de tiempo específico en el que se espera lograr la meta.

En dichos casos, se plasman en indicadores del estilo cuantitativo.

INDICADOR: I&M - C01 – I01: Existencia de Compromiso del Ente Gestor de Incorporar, innovación Incluyendo la Tecnología Digital

Con este indicador se busca evaluar el grado en que el ente gestor asume la responsabilidad de fomentar la innovación en la gestión turística mediante la adopción de nuevas tecnologías y prácticas innovadoras.

El compromiso del ente gestor implica la voluntad y acción del ente para integrar estas prácticas en su planificación y operaciones.

Con ello se busca la modernización de la gestión turística y mejorar la competitividad del destino y abordar la temática con una mirada en la sostenibilidad mediante el uso de tecnologías que reducen el impacto ambiental, además de promover la adaptación a las nuevas tendencias y necesidades del mercado turístico.

Imagen 59: Ejemplo de indicador plasmado en el Manual de Gestión del SICIT

Fuente: Elaboración propia

En otros casos, probablemente la mayoría de ellos, son de carácter cualitativo, binario o complementarios.

Los indicadores **cualitativos** se centran en la descripción y evaluación de aspectos no numéricos, como la calidad, la percepción, la satisfacción u otras características que no son fácilmente medibles en términos cuantitativos. Estos indicadores son útiles para captar matices y detalles que los indicadores cuantitativos pueden pasar por alto, proporcionando una visión más completa del desempeño en áreas donde las cifras por sí solas no ofrecen una imagen adecuada.

Los indicadores **binarios** son aquellos que solo pueden tomar uno de dos posibles valores, generalmente representados como "sí/no", "verdadero/falso" o "presente/ausente". Estos indicadores son útiles para servir como puntos de control o para verificar el cumplimiento de condiciones específicas, permitiendo una evaluación simple y directa en casos donde solo se necesita verificar la existencia o no de determinada condición.

Los indicadores **complementarios** se utilizan para aportar una visión más amplia y contextualizada del fenómeno evaluado. Funcionan junto con otros indicadores, proporcionando información adicional que enriquece el análisis general. Cuando un indicador cuantitativo, por ejemplo, mide el número de turistas que visitan un destino, un indicador cualitativo podría complementar esa información evaluando la satisfacción de los turistas con su experiencia.



INDICADOR: GOB - C01 – I01: Publicación del Organigrama

Un organigrama es una representación visual que ilustra la estructura organizativa del ente gestor, mostrando las relaciones jerárquicas y funcionales entre las diferentes áreas y departamentos involucrados en la gestión del turismo.

Una adecuada definición de un ente gestor y un organigrama claro contribuye a asegurar que:

- ▲ Las responsabilidades y funciones estén bien delineadas, minimizando confusiones y redundancias.
- ▲ Exista una coordinación efectiva entre diferentes áreas y actores del sector turístico.
- ▲ Se fomente la rendición de cuentas y la transparencia en las operaciones.
- ▲ Se garantice la implementación efectiva de políticas y estrategias.

Imagen 60: Ejemplo de indicador plasmado en el Manual de Gestión del SICIT

Fuente: Elaboración propia

Aunque se emplearon distintos tipos de indicadores en el proceso, el manual no refleja explícitamente esta diferenciación (cualitativo, cuantitativo, etc.). Esto se debe a que se consideró que identificar el estilo del indicador no aportaba un valor significativo al documento, por lo que la diferenciación se hace de manera implícita.

2.2.4. Metodología de Creación y Desarrollo del Programa de Gestión de Calidad DTI Córdoba

El desarrollo del Programa se estructuró a partir de una **metodología combinada** que garantiza tanto el enfoque participativo como la rigurosidad técnica. La misma se sustentó en dos pilares fundamentales:

- **Consulta a expertos especializados**, convocando a profesionales con trayectoria específica en cada uno de los ejes transversales definidos en el modelo DTI Córdoba: Gobernanza, Sostenibilidad, Accesibilidad, Innovación-Tecnología-Marketing e Identidad.
- **Redacción documental participativa**, coordinada por un equipo consultor técnico que combinó la experiencia de campo con la sistematización teórica y normativa. Este equipo tuvo a su cargo la **exploración conceptual** (conformado por los expertos antes mencionados), el **relevamiento territorial** y la **validación empírica** de los contenidos generados (constituido por otro equipo de expertos con experiencia en territorio cordobés y en gestión de la calidad).

2.2.5. Proceso de desarrollo del Programa de Calidad DTI

El programa fue concebido en **tres fases secuenciales**, que permitieron construir un instrumento sólido, validado y funcional:

Fase 1: Exploración y diagnóstico

En esta etapa se realizó un relevamiento exhaustivo de:

- Resultados del diagnóstico provincial DTI (primera etapa del proyecto).
- Revisión cruzada con la Norma IRAM 42101.
- Priorización de desafíos compartidos y capacidades locales.

Fase 2: Desarrollo de contenidos e indicadores

Cada especialista, en coordinación con el equipo, desarrolló:

- Criterios de calidad específicos por eje que reflejan las particularidades y necesidades de la provincia de Córdoba.
- Benchmarking sobre modelos de indicadores desarrollados en otros destinos: Normas UNE 178502 en España, Brasil, norma IRAM 42.101, etc.
- Estudio analítico en profundidad sobre la temática encargada e investigación exploratoria sobre BBPP en destinos consolidados en DTI tanto europeos como en Latinoamérica, Argentina y principalmente de Córdoba.
- Reuniones con el equipo y entre expertos para realizar sinergia entre las acciones.
- Indicadores medibles, verificables y contextualizados para proporcionar datos concretos que guíen el progreso hacia los objetivos definidos. La medibilidad permite evaluar los cambios y avances, la verificabilidad asegura que los resultados sean consistentes y confiables, y el contexto asegura que los indicadores sean relevantes y aplicables a las realidades locales.
- Fuentes aceptables de evidencia. Estas fuentes pueden abarcar desde estadísticas gubernamentales y estudios académicos hasta encuestas realizadas en campo. El uso de estas fuentes valida los procesos de medición y proporciona credibilidad y confianza entre los involucrados en la implementación y seguimiento del modelo.
- Umbrales de cumplimiento, clasificados en niveles Inicial, Intermedio y Avanzado. Estos niveles permiten medir el progreso de manera escalonada, facilitando la identificación de áreas de mejora y promoviendo el alcance gradual de la excelencia en la gestión. Cada nivel ofrece objetivos específicos y realistas, adaptándose al estado actual de los destinos y promoviendo un enfoque sistemático en el desarrollo de sus capacidades.
- Buenas prácticas y casos de referencia. Además, se identificaron buenas prácticas y casos de referencia que sirvieron como modelos para la implementación y mejoramiento continuo dentro de los destinos turísticos. Estos ejemplos proporcionan inspiración y directrices basadas en experiencias exitosas, fomentando la adopción de prácticas que han demostrado eficacia en contextos similares.
- Correlación con criterios e indicadores del modelo que permite una integración coherente de las diversas acciones y evaluaciones, asegurando que el programa funcione como un sistema que impulse el desarrollo constante y positivo de los destinos turísticos inteligentes en Córdoba.

Fase 3: Validación territorial del modelo

Se trabajó en un testeo territorial en dos destinos escogidos por la Agencia Córdoba Turismo a fin de llevar adelante el proceso de validación (ratificación o rectificación del manual de indicadores desarrollado).

2.2.6. Componentes del Programa de Gestión de Calidad DTI

El programa se materializa en un conjunto de documentos organizados y de uso progresivo (Tabla 19).

Tabla 19: Componentes del programa

Componente	Descripción
Adhesión Programa DTI – Enlace Word / enlace PDF	Plantilla de adhesión al programa por parte de los destinos
Manual con detalle de indicadores por eje – Enlace Word / enlace PDF liviano / enlace PDF en HD	Manual principal que explica fundamentos, metodología, ejes, criterios e indicadores (con descripción, alcance y fuente de verificación).
Informe técnico de seguimiento – Enlace Excel	Matriz de seguimiento y verificación por eje y por indicador.
Matriz de evaluación - Enlace Excel	Metodología de recolección de evidencias
Informe técnico de evaluación - Enlace Word / enlace PDF	Con propuesta breve de plan de mejora
Informe técnico de comisión – Enlace Word / enlace PDF	Relevamiento de lo actuado durante las jornadas de trabajo

Fuente: Elaboración propia

2.2.7. Resultados esperados

- Mejora en la gestión técnica de los destinos, con procesos más organizados, medibles y profesionalizados.
- Consolidación de una red provincial alineada bajo un estándar común de calidad bajo el prisma DTI.
- Posicionamiento estratégico de Córdoba como referente nacional en implementación integral del modelo de destino inteligente, con identidad territorial propia y metodologías auditables.

SUBTAREA 2.3: DIAGRAMA DE LA RED DTI CÓRDOBA

2.3.1. Análisis preliminar

Pensar en la construcción de un espacio colectivo, de una red de Destinos Turísticos Inteligentes en la Provincia de Córdoba, requiere analizar diversos aspectos fundantes en relación a la intención de contar con una estructura eficiente, un andamiaje suficientemente sólido que asegure resultados reales y tangibles a lo largo del tiempo, así como capaz de ser sostenible más allá de los lógicos recambios en los gobiernos locales producto de las coyunturas políticas y electorales.

Es a partir de allí que surgen algunas preguntas cuyas respuestas serán claves a la hora de la construcción del modelo de estructuración de la Red.

- La primera refiere a de qué manera encuadrar dicha Red en términos de institucionalización
- La segunda supone pensar y definir los alcances en términos de quienes integrarán dicha red.
- Para luego pensar en de qué manera se organizará su gestión y funcionamiento.

A la hora de pensar en el encuadre de la nueva organización, en el andamiaje que soportará la estructura, se plantean posibles caminos a seguir; todos ellos relacionados con dilucidar en torno a si se tratará de una red autárquica o una red impulsada, creada y encuadrada en el marco del organismo de turismo provincial (Agencia Córdoba Turismo - ACT).

Una red autogestiva, autogobernada e independiente, más allá de su vinculación directa con la ACT, implica considerar varios aspectos claves:

En primer lugar, dicha red dispondría de una capacidad de gestión autónoma, desvinculándose de la gestión coyuntural del gobierno provincial, lo que le permitiría contar con sus propias autoridades y agilizar la toma de decisiones.

Además, los destinos de la provincia tendrían la libertad de decidir si desean incorporarse a la Red, lo que implicaría un compromiso y la aceptación de las condiciones de participación establecidas.

Asimismo, en este modelo, sería necesario abordar cuestiones relacionadas con el financiamiento genuino de la Red. Esto podría lograrse a través de aportes de cada destino o mediante la implementación de una estructura legalmente constituida, como una Asociación Civil o Fundación, que facilite la generación y administración de los fondos necesarios para su funcionamiento eficaz.

Una red creada y desarrollada en el seno de la Agencia Córdoba Turismo. Las posibilidades que se abren a partir de esta definición permite pensar en una Red construida e impulsada desde el ámbito del gobierno provincial. En tal sentido y dado el carácter democrático participativo y la obligación de parte del

Estado provincial de generar igualdad de oportunidades para todos los destinos por igual, se debería pensar en una red abierta a la incorporación de todos los destinos provinciales (consolidados y emergentes).

Dicha red debería, en tal caso, ser presidida por una autoridad de la ACT y contar con un directorio que posiblemente sea integrado por un representante de cada una de las regiones en las que se encuentra dividida la provincia en términos turísticos.

Dichos representantes podrán ser elegidos por las autoridades provinciales o bien elegidos de manera asamblearia por parte de los integrantes de la región (contando con una duración determinada de mandato y la validación periódica por parte de los actores locales).

Una ventaja evidente es que todos los destinos de la provincia formarán parte de la Red de manera natural y el contar con ellos en el seno de la misma, permitiría trabajar de manera colectiva en generar los mayores grados de avance en cada municipio, así como la sinergia que genera la presencia de destinos con mayor desarrollo junto a otros emergentes.

A su vez, dicha modalidad de Red contaría con fondos devenidos del organismo, sin necesidad de ser administrados, es decir si contar con una estructura administrativa propia del colectivo de la Red.

Supondría pensar en que todo destino turístico de la provincia, sea emergente o consolidado, tiene el derecho de ingresar a la Red más allá de su grado de desarrollo e implementación de acciones relacionadas con la metodología DTI.

Una red autárquica con participación de la Agencia Córdoba Turismo y los gobiernos locales, con un formato de “Ente autárquico”. Pensar en un Ente Autárquico supone definir algunas decisiones fundantes:

Si pensar en la generación de una forma de Ente supone pensar en sus alcances y competencias, es claro que en este caso los alcances serán la implementación de la metodología para el desarrollo de la Inteligencia Turística en los destinos de la provincia. Es decir, en terminología técnica, pensar en un Ente especializado.

A su vez, podrá tratarse de un modelo innovador en términos de las experiencias existentes en DTI, dado que un ente supone la implementación de un sistema de gobernanza de articulación público-privado, alineado con el modelo que se estimula por parte de la metodología DTI.

Permitirá incorporar tanto a los gestores locales como a integrantes de la cadena de valor turístico, incluyendo un amplio abanico de emprendedores y empresas relacionadas de manera directa e indirecta a la actividad.

La generación de esta modalidad organizativa permitiría contar con la posibilidad de generar un sistema de “membresía” por parte de los distintos actores adheridos, la posibilidad de generar niveles de implementación de la metodología DTI.

La generación de un espacio abierto a la participación de todos los actores públicos y privados.

Pero a su vez, exigiría contar con una estructura legal de soporte, administración y sistema de generación de recursos económicos. Así como, posiblemente personal propio.

2.3.1.1. Arribando a conclusiones

En base a los antecedentes analizados en la etapa anterior, particularmente en relación al punto 1.5.2. *Análisis del Marco Normativo del Turismo en Córdoba*, en particular el Estatuto de la Agencia Córdoba Turismo, AGENCIA CÓRDOBA TURISMO SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA creada por Ley N° 8779/99 y Decreto Reglamentario N° 1587/99, se podría pensar en que dada la existencia de un marco regulatorio que se hace efectivo en el modelo de gestión que desde hace ya muchos años se implementa en la Provincia de Córdoba, existe ya un ámbito conformado y consolidado para que futura Red funcione bajo dicho marco normativo.

En tal sentido, la Red podría funcionar como una estructura autárquica con un marco normativo integrado al ya existente marco de la Agencia Córdoba Turismo.

De esta manera se estaría aprovechando por un lado la existencia de legislación al respecto, así como la experiencia de gestión acumulada y ejercitada durante muchos años.

De hecho, sería posible encuadrar también aspectos organizativos guiados por la Regionalización turística provincial, fruto de la Ley que declara de “Interés Turístico General” al territorio de la Provincia de Córdoba y mediante la cual se crean áreas turísticas y regiones turísticas (este punto en particular será abordado luego, a la hora de pensar en la estructura de trabajo).

Es a partir de ello que se recomienda crear la Red Cordobesa de Destinos Turísticos Inteligentes en el seno de la Agencia Córdoba Turismo, generando un marco normativo complementario que se anexe a la ya existente declaración de creación de dicha Agencia.

Atendiendo a la segunda problemática surgida del análisis, que supone pensar y definir los alcances en términos de quiénes integrarán la red:

Como se indicó anteriormente, la creación de un Ente especializado para la gestión de la inteligencia turística en los destinos de la provincia implica definir sus alcances y competencias, centrados en la implementación de una metodología específica. Este modelo podría innovar en comparación con experiencias existentes en DTI, promoviendo un sistema de gobernanza que articule el sector público y privado, alineándose con la metodología DTI. Además, permitiría establecer un sistema de “membresía” para los actores adheridos y definir niveles de implementación de la metodología DTI.

Sin embargo, su funcionamiento requeriría una estructura legal de soporte, un sistema de administración y generación de recursos económicos, así como

posiblemente la contratación de personal propio, garantizando un espacio abierto a la participación de todos los actores involucrados.

En caso de elegirse esta modalidad, se recomienda que la denominación sea: **Red Cordobesa de Inteligencia Turística**, puesto que ya no solo serían destinos los adheridos, sino toda la cadena de valor turístico local, dado que se facilita la inclusión de gestores locales y actores de la cadena de valor turístico, abarcando a emprendedores y empresas relacionadas con la actividad.

El gran valor identificado en pensar en este modelo supone implementar el modelo de gobernanza turística en la propia red, modelo tomado como eje central en la metodología DTI, integrando a los gobiernos locales, a sus cadenas de valor turístico y satelital al turismo, de manera integrada en la gestión junto a la Agencia Córdoba Turismo.

Conformar una red colectiva de inteligencia turística que sea sostenible en el tiempo requiere una estrategia bien definida y la consideración de varios factores clave tales como:

2.3.1.2. Definición de la estructura y gobernanza

Para el logro de este punto hay que abordar la cuestión desde diferentes aspectos claves:

- **Establecer una entidad coordinadora:** Es fundamental designar una organización o entidad que lidere y coordine las actividades de la red. Esta entidad debe tener la capacidad de convocar, gestionar recursos, facilitar la comunicación y asegurar el cumplimiento de los objetivos. Podría ser una entidad pública, una asociación del sector o un consorcio público-privado.

- **Definir la membresía:** Determinar quiénes pueden formar parte de la red, estableciendo criterios claros de admisión. Los miembros podrían ser gestores a cargo de destinos turísticos, empresas del sector, empresas ligadas a la actividad (tecnológicas, consultoras, marketing, etc.) centros de investigación, universidades, administraciones públicas y otros actores relevantes.

Cabrá analizar la categorización de los miembros integrantes y la temporalidad para que ello ocurra, atendiendo que prima sumar en primer término a los gestores públicos de turismo, en torno al cual orbita el modelo DTI.

- **Crear un marco de gobernanza:** Establecer reglas claras sobre la toma de decisiones, la participación de los miembros, la gestión de la información y la resolución de conflictos. Es importante definir la estructura de gobierno, los roles y responsabilidades de cada miembro, y los mecanismos de rendición de cuentas.

- **Establecer un modelo de financiación:** Definir cómo se financiarán las actividades de la red a largo plazo. Las fuentes de financiamiento podrían ser cuotas de los miembros, fondos públicos, patrocinios privados, proyectos de fondos externos, entre otros.

- **Definición de los objetivos y alcance:** Definir objetivos claros y medibles: Establecer qué se quiere lograr con la red, definiendo objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con plazos definidos. Los objetivos podrían estar relacionados con la mejora de la competitividad de los destinos, la promoción de la sostenibilidad, la innovación en el sector, la mejora de la experiencia del turista, entre otros.
 - **Desarrollo de la infraestructura tecnológica:** Desarrollar una plataforma que permita la recopilación, el análisis, la gestión y el intercambio de información entre los miembros de la red. Esta plataforma debe ser interoperable con otros sistemas y fuentes de datos, beneficiar a la ACT y a cada destino. Ser capaz de recolectar datos del sector público, pero también del sector privado.
 - **Establecer protocolos de intercambio de información:** Definir estándares y protocolos para el intercambio de datos entre los miembros, garantizando la calidad, la seguridad y la privacidad de la información.
 - **Desarrollar herramientas de análisis y visualización de datos:** Implementar herramientas que permitan analizar los datos recopilados y generar informes, *dashboards* y visualizaciones que faciliten la toma de decisiones.
 - **Fomento de la colaboración y el intercambio de conocimiento:** Crear espacios de encuentro y colaboración, como, por ejemplo: Organizar eventos, talleres, seminarios y otras actividades que fomenten el networking y el intercambio de conocimiento entre los miembros de la red.
 - **Promover la creación de comunidades de práctica:** Fomentar la creación de grupos de trabajo temáticos donde los miembros puedan colaborar en proyectos específicos y compartir buenas prácticas.
 - **Facilitar el acceso a información y recursos:** Crear una biblioteca virtual o un repositorio de recursos donde los miembros puedan acceder a estudios, informes, publicaciones y otras herramientas relevantes.
- Para asegurar la sostenibilidad a largo plazo:**
- **Evaluar y monitorear el desempeño:** Establecer indicadores de seguimiento y evaluar periódicamente el progreso de la red hacia el logro de sus objetivos.
 - **Adaptarse a los cambios del entorno:** Mantener una actitud flexible y adaptable a los cambios en el sector turístico y en el entorno tecnológico.
 - **Comunicar y difundir los resultados:** Dar a conocer los logros y los beneficios de la red a la comunidad turística y a la sociedad en general.

2.3.2. La Red

La **Red Cordobesa de Inteligencia Turística** (o el nombre que adopte en el futuro), se plantea como un espacio colectivo e integrador para impulsar la transformación de los destinos turísticos de la Provincia de Córdoba hacia un

modelo de gestión público más innovador, sostenible, accesible y tecnológicamente avanzado.

Su **propósito principal** es el de trabajar en forma interconectada y mancomunada en pos de mejorar la experiencia del turista y la calidad de vida de los residentes, a partir de la optimización de la gestión de los recursos y promoviendo el desarrollo sostenible del territorio.

Entre las **principales funciones y beneficios** del trabajo en Red, es posible identificar:

- El fomento del intercambio de experiencias y conocimiento: La red actúa como un espacio de encuentro y colaboración entre diferentes destinos y sus actores de la cadena de valor, permitiendo compartir buenas prácticas, experiencias a partir de los aprendizajes obtenidos en la práctica y soluciones innovadoras a los desafíos comunes.
- Impulso de la implantación del modelo DTI: Facilita la adopción de un modelo de gestión turística inteligente, basado en la tecnología, la sostenibilidad, la accesibilidad y la mejora continua. En tal sentido, la experiencia que un turista vivencia en un determinado destino de la provincia, impacta sobre el resto de los destinos, de tal manera que resulta necesario generar una sinergia orientada a un desarrollo y transformación de manera horizontal que impacte sobre la mayor cantidad de destinos provinciales.
- Promoción de la sostenibilidad: Busca un desarrollo turístico que respete el ambiente, la cultura local y la calidad de vida de los residentes, garantizando la viabilidad a largo plazo del destino.
- Mejora la experiencia del turista: A través de la tecnología y la innovación, se busca ofrecer una experiencia más personalizada, interactiva y satisfactoria para el visitante.
- Optimización de la gestión de los recursos: Facilita la toma de decisiones basada en datos, permitiendo una gestión más eficiente de los recursos turísticos y una mejor planificación del desarrollo del territorio.
- Promoción de la accesibilidad: Busca crear destinos turísticos accesibles para todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas o cognitivas.
- Generación de alianzas estratégicas: Fomenta la colaboración entre los destinos y el sector privado para el desarrollo de tecnologías e innovaciones turísticas.
- Facilitación de la interacción e integración del visitante con el entorno: A través de plataformas y herramientas tecnológicas, se busca mejorar la comunicación y la interacción entre los turistas y el destino.
- Incremento la calidad de vida de los residentes: Un desarrollo turístico inteligente también tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los residentes, generando empleo, impulsando la economía local y mejorando los servicios públicos.

En definitiva, se trata de una herramienta clave para la transformación del sector turístico, permitiendo crear destinos más competitivos, sostenibles y centrados en las personas.

2.3.3. Estructura y modelo de gestión

Se propone la siguiente estructura de diseño organizacional para responder a la necesidad de **establecer una entidad coordinadora**.

En base a los análisis realizados en la etapa diagnóstica, el análisis de campo y documental, se presenta un modelo de estructura capaz de ser implementada para obtener un funcionamiento adecuado, sencillo y factible.



Imagen 61: Estructura de la Red
Fuente: Producción propia

2.3.3.1. *Integración de la Mesa Directiva*

- Director Ejecutivo (a cargo de la presidencia)
- Un representante de la Cámara de Turismo de la provincia de Córdoba
- Un representante de la Región de Traslasierra
- Un representante de la Región Sierras Chicas
- Un representante de la Región Sierras del Sur
- Un representante de la Región Paravachasca
- Un representante de la Región Punilla
- Un representante de la Región Norte
- Un representante de la Región Noroeste
- Un representante de la Región Calamuchita
- Un representante de la Región Capital
- Un representante de la Región de Ansenuza

- Un representante del sector académico

2.3.3.2. Perfiles y modalidades para la integración

Se sugiere que el perfil determinado por la Agencia Córdoba Turismo posea al menos algunas de las siguientes características:

- Contar con formación académica en Turismo.
- Poseer experiencia de gestión de gobierno turístico (provincial y/o municipal).
- Haber participado en capacitaciones de distintos niveles, en la temática y metodología DTI.
- Contar con disponibilidad para dedicarse de manera full time y disponibilidad de viajar por el territorio de la provincia.
- Capacidad y disponibilidad para representar a la Red en eventos nacionales e internacionales.

2.3.3.3. Integración de equipo técnico

Se recomienda la integración por medio de una convocatoria a profesionales que deseen integrar el equipo técnico.

El equipo técnico debería integrarse por: Un coordinador general y profesionales, con formación en Turismo, siendo ideal que exista profesionales especializado, o al menos con conocimientos, en cada eje temático de la metodología DTI. Asimismo, se recomienda integrar personas con experiencia territorial y en gestión pública. Se recomienda, de ser posible, que el cargo de Coordinación General sea rentado.

En cuanto a la convocatoria a profesionales, se recomienda la integración *ad honorem* de esta comisión. Para su integración se deberá realizar una convocatoria de antecedentes y entrevistas por parte de la Mesa Directiva para definir los integrantes del equipo técnico por un período de dos años, renovable.

2.3.3.4. Mecanismo de elección de representantes regionales para integrar la Mesa Directiva

Durante el período denominado “etapa inicial de conformación de la Red” (ver descripción posterior), con duración de 1 (un) año, se elegirá por parte de la ACT un representante “provisorio” por cada región.

Luego de este período, se convocará en cada región a las máximas autoridades de cada destino adherido a la Red a participar de una reunión o asamblea donde los distintos gestores podrán candidatearse para ser elegidos representantes de la región.

Luego de ello se someterá a votación y el representante de cada región que más votos obtenga será elegido como integrante de la Mesa Directiva por un período de 1 año a partir de la fecha de elección.

2.3.3.5. Mecanismo de elección de representantes del sector educativo para integrar la Mesa Directiva

Si bien, dicho sector deberá decidir sus representantes de manera autogestiva, se propone que la decisión sea tomada considerando todos los espacios formativos (universitarios y de formación superior) de todo el ámbito provincial, tanto sean de gestión pública como privada.

2.3.3.6. Marco de gobernanza de la Red

Es importante definir la estructura de gobierno, los roles y responsabilidades de cada miembro, y los mecanismos de rendición de cuentas a fin de establecer reglas claras sobre la toma de decisiones, la participación de los miembros, la gestión de la información y la resolución de conflictos.

2.3.3.6.1. De las funciones del Director Ejecutivo

- Representar a la Red en el marco de diversas actividades a realizarse tanto en el ámbito local, provincial como nacional e internacional
- Presidir la Mesa Directiva de la Red.
- Coordinar las acciones del equipo técnico de la Red.
- Establecer vínculos con autoridades del sector público y privado nacional, de otras provincias, relaciones internacionales, etc.
- Representar a la Red en el marco de la Agencia Córdoba Turismo
- Procurar la obtención de fondos necesarios para la realización de actividades
- Firmar convenios y acuerdos con otras instituciones y organizaciones
- Convocar de manera periódica (se sugiere cada dos meses) a reunión plenaria de la Mesa Directiva.
- Presentar propuestas, proyectos, programas y todo tipo de acciones vinculadas al desarrollo de la Red.
- Trabajar en conjunto con la Mesa Directiva para realizar la planificación anual de la Red.
- Velar por la continuidad de la Red y la sostenibilidad de sus acciones.
- Establecer vínculos permanentes con los distintos integrantes de la Red.
- Acompañar a los miembros titulares en su proceso de conversión en Destino Turístico Inteligente.

2.3.3.6.2. De las funciones de la Mesa Directiva

- Participar en las reuniones convocadas por el Director Ejecutivo.
- Aportar ideas, propuestas, programas y acciones a implementar, incentivando la planificación de las mismas y generando marcos de consensos para su realización efectiva.
- Tomar decisiones frente a problemáticas, propuestas y acciones devenidas de la acción cotidiana.
- Representar de manera constante, eficiente y con consulta colectiva permanente a los adheridos, rindiendo cuentas de las actividades realizadas y las decisiones tomadas.
- Estimular la participación de sus representados.
- Ser la voz de cada representado en la mesa directiva.
- Velar por la sostenibilidad en las acciones de la Red y el dinamismo de sus actividades.
- Acompañar a los miembros titulares en su proceso de conversión en Destino Turístico Inteligente.
- Aprobar las adhesiones a la Red de todos los miembros.
- Aprobar el otorgamiento de nivel DTI de los miembros.
- Participar activamente en la creación de la futura “Red de Prestadores de Servicios Turísticos Inteligentes (REPSTI)” para ser propuesta a la Mesa Directiva. Esta red de prestadores no entra en el alcance del presente trabajo y se propone como una idea de posible iniciativa para ser articulada desde el seno de la Red.
- Participar como docente en las capacitaciones de la Red para nuevos ingresantes.
- Participar activamente en la creación de un banco de proyectos financiables de la Red y otras iniciativas a futuro.
- Proponer acciones y controlar las funciones desarrolladas por el Equipo Técnico.

2.3.3.6.3. De las funciones de los miembros del equipo técnico

- Participar activamente en las reuniones convocadas de trabajo.
- Participar, cuando sean convocados, de los procesos de implantación y/o evaluación del manual de Gestión DTI a fin de otorgar niveles de DTI a los miembros adheridos a la Red.
- Generar documentos de análisis, experiencias novedosas e innovadoras de miembros titulares y miembros colaboradores.
- Generar formas de comunicación permanente con todos los miembros de la Red.

- Proponer proyectos, propuestas, acciones y programas a implementar por la Red.
- Gestionar espacios de documentación digital y plataforma de datos turísticos.

2.3.4. Sistema de adhesión a la Red

Dadas las características definidas en la presente propuesta, resulta central acordar en que todo destino turístico (trátase de un municipio o comuna) de la Provincia de Córdoba podrá participar de la Red. Ellos revisten la calidad de **miembros titulares**.

De la misma manera podrán adherir:

- Clústeres empresariales turísticos
- Organizaciones empresariales turísticas (provinciales, regionales y de destino)
- Sector académico (en los distintos niveles, de gestión pública y/o privada)

En este caso revisten la calidad de **miembros adherentes**.

El sector privado y académico podrá adherirse a la Red, así como contar con representación en el seno de la Mesa Directiva a través de la Cámara o asociación que los represente. Ellos revisten la calidad de **miembros colaboradores**.

En caso de que no tengan representación, su participación en la Mesa Directiva está cercenada.

2.3.4.1. Sistema de adhesión

Ver Documento Complementario: [Modelo Solicitud formal de Adhesión](#)

- Firmar un compromiso de trabajo en pos del desarrollo de la Inteligencia Turística.
- Presentar acta de designación de máxima autoridad en turismo (ej.: Acta designación intendente, ordenanza, decreto, acta asamblea de designación autoridades refrendado por autoridad competente).
- Ficha de datos.
- Antecedentes vinculados al modelo de inteligencia turística.
- En el caso de tratarse de gobiernos locales y a los fines de velar por la sostenibilidad de la participación en el tiempo más allá de los cambios generados por las alternancias en los gobiernos locales, se sugiere que la participación de dichos destinos esté acompañada de la promulgación de una ordenanza local de adhesión a la Red.

- Se deberá dejar expresa constancia de que la adhesión inicial a la Red no significa de ninguna manera que el destino turístico pueda ser considerado e incluso difundido como “destino turístico inteligente”.

2.3.4.1.1. Miembros adheridos categoría colaboradores

Como se indicara, se propone la posibilidad de realizar adhesiones con la categoría de “adheridos colaboradores” de:

- Empresas de la cadena de valor turístico
- Empresas tecnológicas, de marketing, consultoras turísticas, etc.
- Tercer sector relacionado con la temática
- Profesionales independientes

Se propone que la Mesa Directiva evalúe la viabilidad de ingreso de cada solicitante en base a la capacidad de sumar aportes a la red, de generar valor a la red, entre otras cuestiones.

A su vez, los interesados en adherirse a esta modalidad podrán documentar su participación en la misma, participar en eventos internos con la presencia de adheridos, etc.

2.3.5. Acerca de la categorización de miembros titulares

A partir de la evaluación realizada en el marco de la implementación del **Manual de Gestión del Sistema Integral Cordobés De Inteligencia Turística** la Mesa Directiva determinará la categorización del nuevo miembro, mediante el análisis de cumplimiento de los indicadores de cada eje de abordaje de la metodología.

2.3.5.1. Escalabilidad de la Categorización

Los miembros titulares podrán postular a cualquiera de las tres categorías establecidas: **Inicial, Intermedio o Avanzado**, sin necesidad de escalar progresivamente entre los niveles. Es decir, un destino podrá postular directamente, por ejemplo, al nivel Intermedio o solicitar una nueva evaluación para avanzar del nivel Inicial al Avanzado, si así lo considera pertinente.

Aquellos miembros titulares que **no presenten una postulación formal** serán considerados únicamente como **miembros titulares adheridos**, sin una categoría asignada.

La categorización será otorgada únicamente a los miembros titulares que hayan presentado su postulación y superado satisfactoriamente la evaluación correspondiente, de acuerdo con los parámetros definidos en el *Manual de Gestión del Sistema Integral Cordobés de Inteligencia Turística*.

Asimismo, los destinos podrán solicitar formalmente a la máxima autoridad de la Red ser evaluados nuevamente cuando consideren que han cumplimentado los requisitos necesarios para acceder a una nueva categoría.

2.3.6. Derechos y Obligaciones de los Miembros Titulares Adheridos a la Red

2.3.6.1. Derechos

Los miembros titulares adheridos a la Red contarán con los siguientes derechos:

- Participar en todos los eventos, reuniones, capacitaciones y demás acciones organizadas por la Red.
- Participar en las elecciones de representantes regionales ante la Mesa Directiva de la Red.
- Publicitar, difundir y promocionar su condición de miembro adherido a la Red.
- Acceder a todo tipo de información, documentación y actividades impulsadas por la Red.
- Presentar su postulación a cargos electivos, siempre que cumplan con los requisitos establecidos.
- Solicitar la implementación del Programa de Gestión DTI y su correspondiente evaluación para acceder a una categorización.

2.3.6.2. Obligaciones

Los miembros titulares que soliciten su incorporación a la Red deberán cumplir con las siguientes obligaciones:

- Realizar al menos una de las capacitaciones establecidas por la Red, las cuales se dictarán en modalidad virtual o presencial de manera periódica. Las opciones disponibles son:
 - **Ciclo de Inducción y Capacitación en Inteligencia Turística Inicial:** Duración: 3 meses – Frecuencia: una reunión virtual cada 15 días.
 - **Ciclo de Capacitación en Formulación de Proyectos de Inteligencia Turística:** Duración: 4 meses – Frecuencia: una reunión virtual cada 15 días. Incluye la elaboración y presentación de un Trabajo Final de aplicación.
- Suscribir el acta de adhesión a la Red, de conformidad con los parámetros establecidos.
- Respetar y acatar las decisiones emanadas de los órganos directivos de la Red.
- Someterse al proceso de evaluación correspondiente al nivel solicitado en el marco del Programa de Gestión DTI.

2.3.7. Acerca de la adhesión de miembros colaboradores

La Red contempla la incorporación de **miembros colaboradores** provenientes de distintos sectores vinculados directa o indirectamente con la actividad turística. Estos miembros podrán integrarse a la Red aun cuando el destino al que pertenecen no se encuentre adherido, mediante **el pago de una membresía anual**. La pertenencia como miembro colaborador les otorga derechos específicos según el tipo de actor que representen.

a) Empresas de la Cadena de Valor Turística

Las empresas del sector turístico podrán integrarse como miembros colaboradores con los siguientes beneficios y atribuciones:

- Adhesión independiente del destino al que pertenezcan.
- Integración a la Red mediante el pago de una membresía anual.
- Difusión y comunicación de su pertenencia institucional a la Red.
- Participación en las capacitaciones organizadas por la Red.
- Acceso preferente a la implementación de futuros programas de inteligencia turística orientados a empresas y organizaciones.
- Posibilidad de publicar en los materiales oficiales de la Red y otras plataformas asociadas.
- Ingreso de iniciativas al Banco de Proyectos Financiados de la Red.
- Participación en la futura Red de Prestadores de Servicios Turísticos Inteligentes (REPSTI), en caso de avanzarse con esa iniciativa.

b) Profesionales

Los profesionales vinculados al turismo y a la inteligencia territorial podrán adherirse a la Red como colaboradores con los siguientes derechos:

- Integración a la Red mediante el pago de una membresía anual.
- Difusión y comunicación de su pertenencia institucional a la Red.
- Participación en capacitaciones y actividades de formación continua.
- Posibilidad de publicación en los materiales oficiales de la Red y medios asociados.
- Incorporación a la REPSTI como consultores especializados o recursos humanos calificados para intervenciones en destinos.
- Participación en el Club de Profesionales, un espacio de intercambio activo, colaboración y actualización entre colegas del sector (iniciativa propuesta para ser elaborada a futuro por la red).

c) Organizaciones: Clústeres, Asociaciones Empresariales, Gremios Profesionales, Organizaciones del Tercer Sector

Las organizaciones institucionales podrán integrarse como miembros colaboradores con las siguientes atribuciones:

- Adhesión posible aun si el destino al que pertenecen no forma parte de la Red.
- Integración mediante el pago de una membresía anual.
- Difusión y comunicación de su pertenencia a la Red.
- Derecho a presentar candidatos para integrar la Comisión Directiva de la Red en representación del sector organizaciones.
- Participación en capacitaciones (hasta un máximo de cuatro representantes por organización).
- Posibilidad de implementar el Programa de Inteligencia Turística (PIT) para organizaciones.
- Publicación en los materiales oficiales de la Red y otros espacios de difusión institucional.
- Presentación de iniciativas al Banco de Proyectos Financiados de la Red.

2.3.8. Necesidades básicas para el funcionamiento de la Red

- Espacio de trabajo para reuniones, en la ACT.
- Página web con posibilidad de tener un sistema de adhesión digital, posibilidad de hacer un autodiagnóstico digital a desarrollarse a futuro, instalar un repositorio de documentación, etc.
- Contar con un Community Management que maneje las redes de la Red.
- Fondeo para honorarios profesionales de Director Ejecutivo y Coordinador.
- Cuenta paga de Zoom o Meet.
- Avanzar en la creación de una plataforma digital de gestión de datos turísticos que reúna datos de todos los adheridos a la Red.

2.3.9. Propuesta de protocolo de adhesión de miembros titulares de la Red (gobiernos locales)

Ver Documento Complementario: [Modelo Solicitud formal de Adhesión](#)

Este protocolo establece el procedimiento para la adhesión de gobiernos locales como miembros titulares a la Red Cordobesa de Inteligencia Turística

(RCIT), una iniciativa destinada a fortalecer el desarrollo turístico sostenible en la provincia de Córdoba mediante la gestión inteligente del turismo.

I. Objetivos de la RCIT:

- Promover la colaboración y el intercambio de información entre los actores del sector turístico en Córdoba.
- Implementar tecnologías y herramientas innovadoras para la gestión y promoción turística.
- Mejorar la experiencia del visitante a través de la personalización y la optimización de los servicios.
- Fomentar la sostenibilidad económica, social y ambiental del turismo en la provincia.
- Generar información estratégica para la toma de decisiones en el sector turístico.
- Facilitar la adopción categorización interna en niveles y fomento de la implementación de la Norma IRAM 42101 de Destinos Turísticos Inteligentes.

II. Miembros Titulares:

Podrán ser miembros titulares de la RCIT los gobiernos locales (municipios y comunas) de la provincia de Córdoba que manifiesten su interés y cumplan con los requisitos establecidos en este protocolo.

III. Requisitos para la Adhesión:

Manifestación de Interés Formal: Presentar una nota formal de intención de adhesión a la RCIT, firmada por la máxima autoridad del gobierno local (Intendente/jefe Comunal), dirigida a la Agencia Córdoba Turismo (ACT), entidad coordinadora de la RCIT.

Compromiso con los Objetivos: Declarar explícitamente el compromiso del gobierno local con los objetivos de la RCIT y su disposición a participar activamente en las actividades y proyectos de la red.

Designación de un Representante del miembro adherido: Designar un profesional o funcionario como enlace o referente entre el gobierno local y la RCIT. Esta persona será responsable de la comunicación, el intercambio de información y la participación en las actividades de la red.

Aceptación del Reglamento Interno: Aceptar y comprometerse a cumplir con el reglamento interno de la RCIT, que regulará el funcionamiento de la red, los derechos y obligaciones de los miembros, y los mecanismos de participación y toma de decisiones.

IV. Proceso de Adhesión:

Recepción de la Solicitud: El director ejecutivo de la RCIT recibirá la nota de intención y verificará el cumplimiento de los requisitos.

Presentación a la RCIT: El Director Ejecutivo presentará la solicitud a la Mesa Directiva de la RCIT, que evaluará la adhesión.

Aprobación de la adhesión: La RCIT comunicará formalmente la aprobación o el rechazo de la adhesión al gobierno local. Esta aprobación formalizará la incorporación del gobierno local a la red.

Ver Documento Complementario: [Modelo aprobación Adhesión](#)

Incorporación a la RCIT: El gobierno local será incorporado formalmente a la RCIT, con todos los derechos y obligaciones que ello implica. Se le proporcionará acceso a las plataformas y herramientas de la red que en el futuro se instrumenten, y se lo invita a participar en las actividades y proyectos.

V. Derechos de los Miembros Titulares:

- Participar en las reuniones y actividades de la RCIT.
- Participar en la elección de representantes de la región en la Mesa Directiva de la RCTI
- Acceder a la información y recursos disponibles en la red.
- Participar en la toma de decisiones y la definición de las estrategias de la RCIT, sea en evento plenario o a través de sus representantes regionales.
- Recibir apoyo técnico y capacitación por parte de la RCIT.
- Promover el desarrollo turístico inteligente en su territorio.
- Utilizar la marca de la RCIT, según las normas establecidas.

VI. Obligaciones de los Miembros Titulares:

- Cumplir con el reglamento interno de la RCIT.
- Participar activamente en las actividades y proyectos de la red.
- Compartir información y buenas prácticas con los demás miembros.
- Designar y mantener actualizado el contacto del representante ante el pleno de la RCIT
- Promover la promulgación de una ordenanza local que declare de interés la adhesión a la Red.
- Contribuir al sostenimiento y desarrollo de la RCIT, según se establezca.
- En caso de cambiar de representante del gobierno local, se compromete a transferir dicha información a nuevos integrantes de dicho gobierno.

VII. Coordinación:

La Agencia Córdoba Turismo actuará como entidad coordinadora de la RCIT, siendo responsable de la gestión, la comunicación y el seguimiento de las actividades de la red.

VIII. Revisión del Protocolo:

Este protocolo podrá ser revisado y actualizado por la RCIT cuando se considere necesario.

2.3.10. Propuesta de reglamento interno de la RCIT

Reglamento Interno de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística (RCIT)

Este reglamento interno regula el funcionamiento, la organización, los derechos y las obligaciones de los miembros de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística (RCIT), en adelante “la Red”.

CAPÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1: Objeto. El presente reglamento tiene por objeto establecer las normas que rigen la organización y el funcionamiento de la RCIT, así como los derechos y obligaciones de sus miembros.

Artículo 2: Naturaleza. La RCIT es una red de colaboración entre actores públicos y privados del sector turístico en la provincia de Córdoba, coordinada por la Agencia Córdoba Turismo (ACT), que busca promover el desarrollo del turismo inteligente en la región.

Artículo 3: Objetivos. Los objetivos generales de la RCIT son:

- Promover la colaboración y el intercambio de información entre los actores del sector turístico.
- Implementar tecnologías y herramientas innovadoras para la gestión y promoción turística.
- Mejorar la experiencia del visitante.
- Fomentar la sostenibilidad del turismo en la provincia.
- Generar información estratégica para la toma de decisiones.
- Facilitar la adopción de la Norma IRAM 42101 de Destinos Turísticos Inteligentes.

CAPÍTULO II: MIEMBROS

Artículo 4: Tipos de Miembros. La RCIT contará con los siguientes tipos de miembros:

Miembros Titulares: Gobiernos locales (municipios y comunas) de la provincia de Córdoba que hayan formalizado su adhesión según el protocolo establecido.

Miembros Adherentes: Entidades públicas y privadas (cámaras empresariales, universidades, centros de investigación, organizaciones no gubernamentales, etc.) con interés en el desarrollo del turismo inteligente, cuya adhesión sea aprobada por la RCIT.

Miembros Colaboradores: Expertos, consultores y otras personas físicas o jurídicas que contribuyan con sus conocimientos y experiencia al desarrollo de la RCIT. Su participación será por invitación de la ACT o de los miembros titulares.

Artículo 5: Derechos de los Miembros Titulares. Los miembros titulares tendrán los siguientes derechos:

- Participar con voz y voto en las asambleas y reuniones de la RCIT.
- Elegir a su representante de la Región a la que pertenece, en la Mesa Directiva de la Red.
- Candidatarse como representante de su región a la Mesa Directiva de la Red.
- Acceder a la información y recursos disponibles en la red.
- Participar en la toma de decisiones y la definición de las estrategias de la RCIT.
- Recibir apoyo técnico y capacitación por parte de la RCIT.
- Promover el desarrollo turístico inteligente en su territorio.
- Utilizar el logo y la marca de la RCIT, según las normas establecidas.
- Presentar propuestas y proyectos a la RCIT.

Artículo 6: Obligaciones de los Miembros Titulares. Los miembros titulares tendrán las siguientes obligaciones:

- Cumplir con el presente reglamento y las decisiones de la RCIT.
- Participar activamente en las actividades y proyectos de la red.
- Compartir información y buenas prácticas con los demás miembros.
- Designar y mantener actualizado el contacto del enlace técnico.
- Contribuir al sostenimiento y desarrollo de la RCIT, según se establezca.

Artículo 7: Derechos y Obligaciones de los Miembros Adherentes y Colaboradores. Los miembros adherentes y colaboradores tendrán derechos de participación con voz, pero sin voto, en las actividades de la RCIT. Sus obligaciones se definirán por parte de la Mesa Directiva de la RCTI.

Artículo 8: Baja de Miembros. La condición de miembro se perderá por:

- Renuncia voluntaria, comunicada por escrito a la Mesa Directiva de la RCTI
- Incumplimiento grave de las obligaciones establecidas en este reglamento. La decisión será tomada por la RCIT, previa audiencia al miembro afectado.
- Disolución de la entidad miembro (en caso de miembros adherentes).

CAPÍTULO III: ORGANIZACIÓN

Artículo 9: Órganos de la RCIT. La RCIT contará con los siguientes órganos:

- Mesa Directiva: ver punto correspondiente.
- Asamblea General: Reunión anual de la RCTI integrada por los miembros titulares.

Artículo 10: Asamblea General.

Se reunirá ordinariamente al menos una vez al año y extraordinariamente cuando sea convocada por la Mesa Directiva de la RCTI o a solicitud de al menos un tercio de los miembros titulares.

Sus funciones son: aprobar el plan de trabajo anual, el presupuesto, las modificaciones al reglamento, la admisión y baja de miembros.

Las decisiones se tomarán por mayoría simple de los miembros titulares presentes, salvo las modificaciones al reglamento, que requerirán una mayoría de dos tercios.

CAPÍTULO IV: FINANCIAMIENTO

Artículo 13: Recursos. La RCIT se financiará con:

- Aportes de los miembros, según se establezca en la Asamblea General.
- Subsidios y convenios con organismos públicos y privados.
- Fondos obtenidos a través de proyectos y actividades.

CAPÍTULO V: DISPOSICIONES FINALES

Artículo 14: Modificaciones al Reglamento. El presente reglamento podrá ser modificado por la Asamblea General, con el voto favorable de dos tercios de los miembros titulares presentes.

Artículo 15: Vigencia. El presente reglamento entrará en vigencia a partir de su aprobación por la Mesa Directiva de la RCTI

2.3.11. Definición del Régimen de Membresía para Miembros Colaboradores

La integración de **miembros adherentes y colaboradores** a la Red, ya sean cámaras, asociaciones, empresas, profesionales u organizaciones del ecosistema turístico, podrá estar sujeta al pago de una **membresía anual**, en calidad de contribución institucional para el sostenimiento, fortalecimiento y desarrollo de las acciones impulsadas por la Red.

2.3.11.1. Criterios de definición

La **pertinencia, condiciones, importes, modalidades de pago, excepciones y periodicidad** de dicha membresía serán evaluadas y definidas por la **Mesa Directiva de la Red**, en el marco de una **reunión ordinaria**, garantizando criterios de equidad, proporcionalidad y representatividad entre los distintos tipos de miembros colaboradores y adherentes.

En este sentido, la Mesa Directiva deberá considerar:

- El tipo de miembro adherente/colaborador (cámara, empresa, profesional, organización, etc.).

- La dimensión o escala de la entidad solicitante (por ejemplo, Pyme, gran empresa, asociación local o regional, profesional independiente).
- La posibilidad de establecer categorías diferenciadas de membresía (plena, institucional, promocional, entre otras).
- La necesidad de establecer bonificaciones o exenciones en casos particulares, como convenios institucionales, cooperación técnica o participación estratégica.
- Los beneficios específicos asociados al pago de la membresía, en términos de acceso a programas, capacitaciones, espacios de visibilidad, publicaciones o redes técnicas.

2.3.11.2. Actualización y revisión

La definición de los criterios de membresía podrá ser **revisada periódicamente** por la Mesa Directiva, con el objetivo de asegurar la sostenibilidad del modelo, su transparencia y su adecuación a la evolución del ecosistema turístico y de la propia Red.

SUBTAREA 2.4: MANUAL DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DTI CORDOBÉS

2.4.1. Introducción

El manual se erige como una guía práctica y detallada para la implementación efectiva del Programa de Gestión de Calidad dentro del Sistema Integral Cordobés de Inteligencia Turística (DTI).

Reconociendo la importancia de la calidad como un factor diferenciador y clave para la competitividad de los destinos turísticos, este documento tiene como objetivo principal proporcionar un marco metodológico claro y estructurado que permita a los municipios de la provincia de Córdoba alcanzar los más altos estándares de excelencia en la gestión turística inteligente.



Agencia Córdoba Turismo. 2025



Imagen 62: Portada manual de Gestión del SICIT
Fuente: Elaboración propia

A través de este manual, se busca facilitar la comprensión y aplicación de los criterios de calidad establecidos en el modelo DTI cordobés, promoviendo la mejora continua y la optimización de los procesos turísticos en cada uno de los ejes

temáticos fundamentales: Gobernanza, Sostenibilidad, Accesibilidad, Innovación, Tecnología y Marketing, e Identidad.

2.4.2. Fundamentación técnica sobre la denominación del documento elaborado

• Profundización conceptual y metodológica del enfoque original

Durante el desarrollo de la Subtarea 2.4 se advirtió que el abordaje originalmente previsto bajo la denominación “*Manual de Implementación del Programa de Gestión de Calidad DTI Córdoba*” resultaba insuficiente para abarcar la totalidad de los componentes técnicos, estratégicos e institucionales que integran la propuesta de calidad en el marco de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística.

A medida que avanzó el proceso de diagnóstico, diseño de herramientas e integración de los ejes fundamentales de la norma IRAM DTI 42.101, junto con el eje identitario provincial, se evidenció la necesidad de un enfoque más sistémico, integral y duradero que trascienda la mera implementación coyuntural de un programa.

• Diferenciación entre lo estructural y lo operativo

El cambio de nombre no implica una alteración en los objetivos sustantivos del documento, sino una evolución conceptual: pasamos de un enfoque instrumental-operativo (propio de un “manual de implementación”) a uno estructural-sistémico, donde el manual se posiciona como el marco de referencia técnico-normativo para toda la Red Cordobesa de Inteligencia Turística.

Esto se fundamenta en la siguiente distinción:

<i>Término anterior</i>	<i>Término actual</i>
Manual de Implementación del Programa de Gestión de Calidad DTI Córdoba	Manual de Gestión del Sistema Integral Córdoba de Inteligencia Turística
Se enfoca en acciones puntuales, operativas y temporales.	Define criterios, indicadores, metodologías y esquemas perdurables.
Centrado en una etapa del proceso: implementación.	Abarca todo el ciclo de gestión: diagnóstico, planificación, implementación, evaluación y mejora continua.

- **Alineación con estándares internacionales y nacionales**

El nuevo nombre se alinea con las tendencias en la documentación técnica de modelos actuales, donde se privilegian **estructuras integrales y articuladoras** por sobre documentos exclusivamente operativos. Ejemplos: Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED); modelo de Gestión de Destinos Turísticos Inteligentes de SEGITTUR, etc.

En ese sentido, el nuevo nombre refuerza el carácter sistémico, estructurado y replicable del modelo propuesto, sin limitarlo a una fase puntual del proceso.

- **Sostenibilidad técnica y adaptabilidad del modelo**

Un “Manual de Implementación” podría quedar obsoleto con facilidad, al estar ligado a una etapa específica del ciclo de gestión. En cambio, un “Manual de Gestión del Sistema Integral” define una arquitectura técnica que permite adaptaciones futuras, sin perder solidez conceptual. Es decir, se construye como una base perdurable, capaz de sostener futuras actualizaciones, mejoras o lineamientos operativos específicos.

2.4.3. Objetivos del manual

Se definieron los propósitos específicos que se persiguen con la gestión de calidad en el contexto del DTI cordobés.

2.4.3.1. Objetivo General del Manual

El objetivo general del Programa de Gestión de Calidad DTI Córdoba es establecer un modelo de gestión turística inteligente para la provincia de Córdoba, estructurado sobre la base del uso intensivo de datos, la aplicación de tecnologías emergentes y la promoción de procesos colaborativos entre actores públicos, privados y comunitarios.

Este enfoque busca transformar la forma en que se planifica, gestiona y promueve el turismo, incorporando herramientas que permitan monitorear en tiempo real el desempeño del sector, detectar oportunidades de mejora y anticipar tendencias.

A través de esta estrategia, se pretende que los destinos turísticos cordobeses puedan optimizar sus procesos de toma de decisiones, incrementar su competitividad de manera sistémica, e incorporar criterios de sostenibilidad en todas sus dimensiones: ambiental, social, económica y cultural.

Asimismo, se promueve una experiencia turística integral, accesible e inclusiva, que contemple tanto las expectativas y necesidades de los visitantes

como el bienestar y la participación activa de los residentes, consolidando así un turismo innovador, resiliente y con identidad propia.

2.4.3.2. Objetivos específicos

1. Establecer un marco metodológico integral y validado, orientado a la implementación de políticas públicas de inteligencia turística en los destinos de la provincia, armonizando los criterios internacionales (Norma IRAM 42.101 y modelo SEGITTUR) con los lineamientos de la Red Argentina de DTI y las particularidades contextuales de Córdoba.
2. Promover la adhesión voluntaria y estratégica de los gobiernos locales a la Red Cordobesa de Inteligencia Turística (RCIT), como plataforma de gobernanza cooperativa que facilite el aprendizaje mutuo, la gestión descentralizada del conocimiento y la toma de decisiones basada en evidencia.
3. Fortalecer la gobernanza turística y el posicionamiento competitivo de los destinos mediante la incorporación de herramientas tecnológicas, procesos de innovación institucional y estrategias digitales que potencien la generación de valor, la atracción de inversiones y el desarrollo de experiencias turísticas inteligentes.
4. Integrar la sostenibilidad como eje transversal del modelo de gestión, priorizando la conservación del patrimonio cultural y natural, la justicia distributiva en los beneficios del turismo, y el bienestar integral de las comunidades receptoras.
5. Incorporar el principio de accesibilidad universal en la planificación, diseño y ejecución de políticas turísticas, asegurando la inclusión plena de personas con discapacidad, adultos mayores y otros colectivos con necesidades específicas.
6. Consolidar la identidad territorial cordobesa como valor estratégico, reconociendo y promoviendo los atributos culturales, históricos, paisajísticos y simbólicos de cada destino como factores diferenciales en el marco del modelo DTI.
7. Capacitar y profesionalizar al capital humano turístico, promoviendo el acceso continuo a formación técnica, la apropiación de herramientas de análisis de datos y la consolidación de capacidades institucionales para la gestión inteligente.

2.4.4. Destinatarios

Este Manual ha sido concebido como **un instrumento técnico y estratégico** para los gobiernos locales que decidan integrarse, de forma voluntaria y comprometida, al modelo provincial de Destinos Turísticos Inteligentes de Córdoba.

Su propósito central es brindar un marco metodológico claro, estructurado y adaptable que oriente el proceso de evaluación, planificación y mejora continua en cada destino.

Lejos de constituirse como un modelo prescriptivo o inflexible, el documento propone un **sistema modular, escalable y territorialmente sensible**, capaz de adaptarse a las distintas realidades político-institucionales, sociales y económicas de la provincia. La estructura de indicadores, dimensiones y fases de implementación ha sido diseñada considerando las capacidades reales de los destinos, permitiéndoles avanzar progresivamente desde niveles iniciales hacia estadios avanzados de madurez DTI.

Asimismo, el Manual opera como **una herramienta de monitoreo y evaluación permanente**, habilitando la autogestión de procesos de mejora, la generación de conocimiento y la rendición de cuentas. En este sentido, se espera que cada destino adherido utilice el documento no solo como guía operativa, sino como mecanismo de transformación institucional orientado al logro de una gestión turística más eficiente, inclusiva e innovadora

2.4.5. Beneficios Estratégicos de la Implementación

- **Optimización en la toma de decisiones públicas:** La metodología DTI se sustenta en la recolección, análisis y visualización de datos estratégicos, permitiendo a los responsables de la gestión turística tomar decisiones más oportunas, basadas en evidencia y con mayor impacto en la planificación territorial.
- **Incremento de la competitividad territorial:** La incorporación de tecnologías digitales, plataformas de gestión y sistemas de monitoreo en tiempo real potencia la capacidad del destino para posicionarse en mercados diversificados, atraer inversiones turísticas y consolidar su imagen institucional.
- **Avance hacia un desarrollo turístico sostenible:** El modelo promueve prácticas de gestión que equilibran el crecimiento económico con la preservación de los recursos patrimoniales, fomentando un turismo responsable, inclusivo y respetuoso con el entorno natural y las comunidades locales.
- **Mejora integral de la experiencia turística:** La personalización de servicios, el acceso a información contextualizada, la conectividad digital y la calidad de la infraestructura turística contribuyen significativamente a elevar los niveles de satisfacción, fidelización y recomendación de los visitantes.
- **Inclusión y accesibilidad universal:** A través del enfoque transversal de accesibilidad, el programa impulsa acciones concretas que eliminan barreras físicas, sensoriales, comunicacionales y actitudinales, garantizando que todas las personas puedan disfrutar plenamente de los destinos turísticos cordobeses.

- **Revalorización de la identidad local:** La dimensión “Identidad” del modelo DTI Cordobés permite fortalecer los vínculos culturales, preservar las tradiciones y dar visibilidad a las singularidades locales como elementos diferenciadores frente a otros destinos, generando sentido de pertenencia y orgullo comunitario.
- **Fomento de la articulación público-privada-social:** La Red Cordobesa de Inteligencia Turística actúa como espacio articulador para la cooperación entre actores diversos del ecosistema turístico, facilitando procesos de innovación abierta, transferencia de buenas prácticas y co-creación de soluciones.
- **Aumento de la resiliencia institucional:** La capacidad de anticipación, adaptabilidad y respuesta ante situaciones críticas o emergencias turísticas se ve fortalecida mediante la generación constante de información y el diseño de escenarios prospectivos, dotando a los destinos de mayor robustez ante crisis.

2.4.6. Proceso Metodológico

Se ha procedido a detallar los pasos a seguir para llevar a cabo la implementación del programa de gestión de calidad, desde la autoevaluación inicial hasta la certificación final.

Sintéticamente, el manual prevé:

- **Taller de presentación e inducción:** Este primer espacio tiene como objetivo introducir a los actores locales en la metodología DTI, sus beneficios y los pasos a seguir para su implementación. Se presentan los ejes rectores, los indicadores y las herramientas clave para la gestión del destino.
- **Diagnóstico del destino:** Se realiza un análisis integral de la situación actual del destino en relación con los ejes de la metodología DTI con el fin de identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- **Capacitaciones de formación en cada eje:** Instancias de formación con especialistas en los cinco ejes (Gobernanza, Sostenibilidad, Accesibilidad, Innovación-Tecnología-Marketing e Identidad).
- **Jornadas de acompañamiento:** Durante la implementación del modelo, se desarrollan dos instancias de acompañamiento técnico, en las que se brinda asesoramiento personalizado, se resuelven dudas y se ajustan estrategias en función del avance del destino en cada eje.
- **Evaluación de nivel de cumplimiento de indicadores propuestos en el modelo en base a la Matriz de indicadores:** Se mide el grado de avance del destino en relación con los indicadores establecidos en la metodología DTI mediante el análisis de evidencias objetivas. Esta evaluación permite identificar logros, áreas de mejora y establecer una línea base para futuras acciones de fortalecimiento.

- **Propuesta de mejora:** Con base en los resultados de la evaluación, se elabora un plan de acción con recomendaciones específicas para mejorar el desempeño del destino en los diferentes ejes de la metodología DTI.

- **Distinción:** Los destinos que completan el proceso metodológico y cumplen con los criterios establecidos reciben una distinción que los reconoce como parte de la Red Cordobesa de Inteligencia Turística destacando el nivel alcanzado.

El presente Manual sugiere a la ACT considerar las etapas previamente planteadas como base metodológica para la implementación del Programa de Gestión de Calidad DTI Córdoba. Sin embargo, se reconoce que la ACT podrá adaptar dichas etapas conforme a las particularidades, necesidades y prioridades que identifique como pertinentes en función de su contexto operativo. Cabe aclarar que la diagramación detallada de estas instancias excede el alcance del presente documento. En tal sentido, la definición específica de la dinámica de implementación, así como los ajustes operativos que se consideren necesarios, quedarán a cargo de la ACT, tomando este esquema como una referencia orientativa.

2.4.7. Componentes Clave del Modelo de Gestión

A continuación, se presentan los componentes fundamentales (gráfico 03) que conforman el modelo metodológico del Programa de Gestión de Calidad DTI Córdoba. Cada uno de ellos contribuye a establecer una base sólida para la implementación, evaluación y mejora continua de los destinos turísticos inteligentes (DTI) en la provincia de Córdoba.

COMPONENTES DEL MANUAL



Imagen 63. Componentes
Fuente: Elaboración propia

1. Ejes Temáticos (imagen 08): Representan las dimensiones estructurales del modelo DTI Córdoba. Cada eje aborda un aspecto central de la gestión turística y agrupa los principales ámbitos de acción necesarios.

► 1. Eje de Gobernanza

El modelo de inteligencia turística se estructura en torno a ejes temáticos gravitantes vinculados a la gestión turística del destino.

Dentro de este conjunto de ejes, a la **gobernanza** podríamos posicionarla como el **cimiento del modelo de inteligencia turística sobre el cual los otros ejes se apoyan**. Es decir, funciona como la estructura sobre la cual descansan, a fin de que quede firme. En otro paralelismo, los ejes del modelo orbitan en torno a la gobernanza.

Y esto no es menor y se fundamenta en que la gestión pública ha emergido como el eje central de los programas de modernización administrativa, estrategia principal de reforma del estado. Este enfoque busca mejorar la operatividad del gobierno a través de una reflexión colectiva que reconozca las limitaciones del modelo tradicional. En este contexto, la gestión pública se define como la acción política y gerencial del gobierno, sustentada en técnicas modernas de administración, que promueve la colaboración entre ciudadanía y gobierno con el fin de diseñar conjuntamente soluciones que mejoren la calidad de vida y respeten el ecosistema local.

Imagen 64: Ejes temáticos del Manual de Gestión del SICIT

Fuente: Elaboración propia

2. Criterios (imagen 09): Son subdivisiones específicas dentro de cada eje temático. Funcionan como orientaciones concretas sobre los aspectos que deben ser observados, diagnosticados y gestionados.

2.1. CRITERIOS ESPECÍFICOS DE SOSTENIBILIDAD:

La sostenibilidad turística es un aspecto clave a abordar en la planificación, gestión y monitoreo del desarrollo turístico de los destinos de la provincia de Córdoba. Para ello, es fundamental incorporar la mirada del triple impacto desde los procesos de planificación, a fin de que pueda promoverse un desarrollo que procure beneficios socioculturales, ambientales y económicos que se espera que el turismo pueda generar en los destinos.

A continuación, se presenta un conjunto de criterios e indicadores que abordan el eje de sostenibilidad en el desarrollo del Sistema Integral de Inteligencia Turística Cordobesa, todo ello de conformidad a lo dispuesto por la Norma IRAM 42101:2022.

CRITERIO ESPECÍFICO: Gestión ambiental (SOS – C01)

La gestión ambiental en un destino turístico es fundamental para garantizar la sostenibilidad a largo plazo, ya que permite equilibrar el crecimiento económico con la conservación del entorno natural y el bienestar de las comunidades locales.

La gestión ambiental se refiere al conjunto de prácticas, estrategias y políticas diseñadas

Imagen 65: Ejemplo de Criterio Específico plasmado en el Manual de Gestión del SICIT

Fuente: Elaboración propia

3. Indicadores: Son herramientas fundamentales para medir el grado de avance y cumplimiento de los criterios establecidos.

TIPO DE INDICADOR: - Cardinal -

Representan aspectos esenciales y prioritarios dentro de la gestión. Su cumplimiento no es obligatorio en su totalidad, pero es clave para demostrar avances estructurales en cada eje. Constituyen la base mínima esperada y permiten evaluar el alineamiento del destino con los estándares del modelo DTI. Si un destino no cumple con el umbral mínimo, deberá evidenciar avances significativos y compromisos concretos hacia su mejora.

TIPO DE INDICADOR: **- Aspiracional -**

Son orientativos y representan un horizonte de excelencia. No son exigidos en el corto plazo, pero se recomiendan como prácticas de mejora continua.

4. Alcance

Define los límites y la aplicabilidad de cada indicador dentro del destino.

5. Medios de Verificación

Corresponden a los registros, evidencias y documentos que permiten constatar objetivamente el cumplimiento de cada criterio e indicador.

6. Periodicidad

Establece la frecuencia o el plazo para la medición de cada indicador.

7. Observaciones

Funcionan como un espacio complementario para registrar anotaciones relevantes.

8. Buenas Prácticas

Se refieren a iniciativas o acciones exitosas que pueden ser replicadas.

9. Vinculación con Otros Criterios o Indicadores (imagen 10)

Permiten identificar conexiones entre distintos criterios e indicadores, promoviendo una visión sistémica del modelo.

TIPO DE INDICADOR: Cardinal

Matriz de análisis según posicionamiento en el Sistema Integral de Inteligencia Turística Cordobesa

Categoría	Nivel Inicial	Nivel Intermedio	Nivel avanzado
Alcance	El destino reconoce la importancia de la accesibilidad turística, pero no tiene una política formal ni acciones concretas.	El destino ha creado un grupo de trabajo que desarrolló una política turística e incorpora la accesibilidad en sus lineamientos, ha sido firmada pero aún no ha sido publicada	El destino tiene una política formal e integral de accesibilidad turística validada, firmada, publicada y la aplica de manera sistemática en todas las áreas.
Evidencias	Existe un borrador que menciona a la accesibilidad como parte de la política turística o una declaración de intenciones, sin formalizar.	Existe una política turística e incluye algún compromiso con la accesibilidad turística, el cual se traduce en un documento formal firmado por las máximas autoridades.	Política de accesibilidad revisada, validada por entidades afines, publicada, y difundida.
Frecuencia de medición	6 meses	12 meses	18 meses

BBPP / EJEMPLOS DE IMPLEMENTACIÓN: La Secretaría de Turismo de Ushuaia ha incorporado la accesibilidad como parte de su política turística. La misma se encuentra publicada en su sitio Web y ofrece descarga del documento oficial.

Además, la Municipalidad de Ushuaia firmó la adhesión a las "Directrices de Gestión para la Accesibilidad de Municipios Turísticos Sostenibles", convirtiéndose en la primera ciudad del país en integrar este programa.

VINCULACIÓN CON OTROS CRITERIOS/INDICADORES: Gobernanza – Planificación Estratégica (GOB – C02)

Imagen 66: Ejemplo de matriz de análisis plasmado en el Manual de Gestión del SICIT

Fuente: Elaboración propia

2.4.8. Tipos de Evidencias de Cumplimiento

Se especificaron los documentos, registros y otros medios verificables que servirán como evidencia del cumplimiento de los criterios de calidad establecidos.

Tipos de evidencias aceptadas:

- Documentación oficial (ordenanzas, reglamentos, planes)
- Registros administrativos (actas, listas de asistencia)
- Evidencia digital (capturas, sitios web)
- Audiovisual (fotos, videos de actividades)
- Encuestas y estudios (resultados y análisis)
- Certificaciones y distintivos (normas ISO, sellos de calidad, etc.)
- Toda evidencia debe estar fechada, identificada por eje y responsable técnico. Debe ser verificable, digitalizable, contextualizada y compatible con el indicador correspondiente.

2.4.9. Criterios de Evaluación

El modelo establece que cada destino debe postularse a uno de los tres niveles (Inicial, Intermedio o Avanzado), de acuerdo con su grado de desarrollo y capacidad de cumplimiento de los requisitos.

Para determinar la categorización, se aplican las siguientes reglas:

- Cumplimiento del 70% de los indicadores cardinales correspondientes al nivel postulado.
- Cada uno de los cinco ejes temáticos debe alcanzar al menos un 40% de cumplimiento.
- No se aplican ponderaciones diferenciadas, todos los indicadores tienen el mismo peso en la evaluación.
- Los indicadores aspiracionales no sustituyen cardinales, pero pueden sumar puntos adicionales y, en casos excepcionales, compensar hasta un 5% del cumplimiento cardinal.

2.4.9.1. Lógica de Evaluación por Niveles

Tabla 20: Criterios de evaluación

Nivel Postulado	Requisito de Cumplimiento en Indicadores Cardinales	Rol de los Aspiracionales
Inicial	Debe cumplir con el 70% de los indicadores cardinales definidos para el Nivel Inicial.	Suman puntaje adicional, pero no pueden reemplazar cardinales faltantes.
Intermedio	Debe cumplir con el 70% de los indicadores cardinales del Nivel Intermedio.	Pueden compensar hasta un 5% de los cardinales faltantes, si el destino supera el 40% de aspiracionales.
Avanzado	Debe cumplir con el 70% de los indicadores cardinales del Nivel Avanzado.	Pueden compensar hasta un 5% de los cardinales faltantes, si el destino cumple con el 50% de aspiracionales.

Fuente: Elaboración propia

Se presenta un ejemplo por cada nivel del modelo:

Ejemplo 1: Destino postulado al Nivel Inicial

Total de indicadores cardinales requeridos: 49

Cumple con 34 indicadores (70%) ✓

Distribución de cumplimiento por eje:

Gobernanza: 45% ✓

Sostenibilidad: 75% ✓

Accesibilidad: 55% ✓

Innovación, Tecnología y Marketing: 40% ✓

Identidad: 40% ✓

Indicadores aspiracionales cumplidos: 8% (no influye en la evaluación final, pero se reconoce como un avance adicional).

Resultado: Este destino cumple con los criterios mínimos establecidos para obtener la distinción de Nivel Inicial con posibilidades de continuar avanzando hacia niveles superiores en futuras evaluaciones. Los indicadores aspiracionales no afectan el resultado, pero reflejan un esfuerzo adicional hacia la mejora continua.

Ejemplo 2: Destino postulado al Nivel Intermedio

Total de indicadores cardinales requeridos: 49

Cumple con 34 indicadores (70%) ✓

Distribución de cumplimiento por eje:

Gobernanza: 50% ✓

Sostenibilidad: 80% ✓

Accesibilidad: 60% ✓

Innovación y Tecnología: 45% ✓

Identidad: 30% ✗

Resultado: No aprueba porque el eje de Identidad no alcanza el 40% mínimo requerido.

Ejemplo 3: Destino postulado al Nivel Avanzado

Cumple con 33 indicadores cardinales (68%), pero ha logrado 90% de los aspiracionales.

Se aplica la compensación del 5%, alcanzando el 70% necesario.

Cumple con al menos el 40% en todos los ejes.

Resultado: Aprueba en Nivel Avanzado.

Imagen 67: Ejemplos de situaciones posibles de evaluación
Fuente: Elaboración propia

2.4.10. Proceso de Distinción de Destinos Turísticos Inteligentes en Córdoba

Los destinos que superen satisfactoriamente el proceso de evaluación recibirán un certificado oficial de reconocimiento, que formaliza su pertenencia activa a la Red y acredita el nivel alcanzado. Este instrumento adquiere valor institucional y comunicacional, reforzando la imagen del destino tanto ante los actores del sector como frente a la comunidad y los visitantes.

Adicionalmente, la ACT podrá otorgar un reconocimiento destacado a aquellos destinos que demuestren un desempeño excepcional dentro del proceso de implementación del modelo DTI cordobés, bajo los criterios establecidos en el manual.

Este reconocimiento adicional tiene por objeto incentivar las buenas prácticas, estimular la superación de los estándares mínimos requeridos y promover un proceso virtuoso de innovación institucional en los territorios turísticos de la provincia.

2.4.10.1. Vigencia y Renovación de la Distinción

La distinción otorgada tendrá una vigencia de **dos (2) años** a partir de su otorgamiento.

Transcurrido dicho período, los destinos interesados en conservar su estatus dentro del modelo deberán iniciar un procedimiento de renovación conforme los alcances establecidos en el manual.

SUBTAREA 2.5: TESTEO TERRITORIAL

2.5.1. Introducción

La Subtarea 2.5 del proyecto de implementación del Sistema Integral Cordobés de Inteligencia Turística consistió en el testeo territorial del modelo desarrollado, con el fin de validar su aplicabilidad, pertinencia y eficiencia en contextos reales.

Esta instancia constituye una fase crucial dentro del proceso metodológico, ya que permite verificar en terreno la funcionalidad del modelo diagnóstico, la pertinencia de sus indicadores, la operatividad del Programa de Gestión de Calidad DTI Cordobés, así como la capacidad de los destinos para adoptar e integrar herramientas de inteligencia turística en su gestión local.

Este testeo territorial no solo busca evaluar la implementación piloto en los destinos seleccionados, sino que también habilita un proceso de retroalimentación necesario para garantizar que el modelo propuesto sea adaptable, pertinente y representativo de la realidad turística diversa y heterogénea de la provincia de Córdoba.

2.5.2. Selección de destinos para la prueba piloto

Los destinos seleccionados para llevar a cabo el testeo territorial fueron **la Municipalidad de Nono** y **la Municipalidad de Villa General Belgrano**, ambos ubicados en el Valle de Traslasierra y Calamuchita respectivamente, dos regiones de fuerte dinamismo turístico.

La elección de estos destinos respondió a una estrategia institucional de la Agencia Córdoba Turismo, que procuró garantizar una representación territorial equilibrada y contemplar distintas realidades turísticas.

De este modo, **Villa General Belgrano**, en su carácter de destino turístico consolidado, con una estructura de gestión profesionalizada y una trayectoria reconocida a nivel provincial y nacional, permitió testear el modelo en un contexto avanzado, donde la aplicación de herramientas de inteligencia turística puede encontrar mayores niveles de madurez técnica e institucional.

En contraposición, **Nono**, en proceso de consolidación como destino turístico, ofreció una valiosa oportunidad para evaluar la aplicabilidad del modelo en territorios con estructuras más acotadas, pero con un fuerte compromiso institucional y un alto potencial de desarrollo. Esta dualidad permitió observar el comportamiento del modelo en dos extremos del espectro de desarrollo turístico, asegurando así la robustez metodológica del testeo.

2.5.3. Metodología de implementación

El proceso de testeo territorial se basó en una **metodología de estudio piloto**. Esta consistió en el desarrollo de una experiencia controlada y aplicada del modelo, en la que se involucraron activamente las autoridades locales, técnicos municipales y actores del sector turístico de ambos destinos. El proceso contempló las siguientes fases:

- **Reunión preliminar de inducción y capacitación** sobre el modelo diagnóstico y el programa por parte del equipo consultor con los referentes institucionales de cada municipio. Aquí se profundizó sobre el modelo DTI Cordobés, y explicación de la metodología, criterios establecidos, etc. Dicha reunión fue de carácter virtual.
- **Relevamiento de evidencias in situ**, a través de visitas técnicas a los destinos, entrevistas con actores locales, recorridos y auditoría documental.
- **Carga, interpretación y validación de indicadores**, realizada en conjunto con los equipos técnicos locales.
- **Evaluación del cumplimiento de criterios cardinales y aspiracionales**, determinando el nivel alcanzado por cada destino.
- **Sistematización de hallazgos y recomendaciones**, incorporadas en informes individualizados.
- **Reunión virtual con autoridades y técnicos de los destinos para la presentación de los hallazgos y recomendaciones**

2.5.4. Síntesis detallada del proceso de implementación y validación territorial del modelo DTI Cordobés

Reunión preliminar de inducción y capacitación (6 de marzo de 2025)

Se realizó de forma virtual con autoridades locales y equipos técnicos de ambos municipios. El objetivo fue introducir los fundamentos del modelo DTI Cordobés, presentar los cinco ejes estructurales, explicar la tipología de indicadores (Cardinales y Aspiracionales), detallar las evidencias requeridas y acordar aspectos operativos del trabajo territorial posterior.

Relevamiento de evidencias in situ

- **Visita técnica a Nono (12 al 14 de marzo de 2025)**

Durante tres jornadas de trabajo presencial se aplicó el modelo diagnóstico en contexto real. Se relevaron evidencias, se realizaron entrevistas, recorridos y auditorías documentales. El destino mostró fortalezas en gobernanza, infraestructura y planificación ambiental, pero se detectaron debilidades en digitalización, sistematización de datos y enfoque de accesibilidad.

Este testeo permitió ajustar la matriz metodológica, redefinir indicadores, reorganizar criterios y reclasificar ítems entre las categorías Cardinales y Aspiracionales, según su pertinencia práctica.

- **Visita técnica a Villa General Belgrano (17 y 18 de marzo de 2025)**

La visita permitió constatar un alto grado de desarrollo institucional, presencia de equipos técnicos calificados y consolidación de una gobernanza participativa. Destacaron los avances en sostenibilidad, innovación y articulación interinstitucional.

Sin embargo, se identificaron desafíos en cuanto a la sistematización de información y documentación técnica.

A partir de esta experiencia, se realizaron ajustes clave al modelo, como:

- Reubicación temática de indicadores.
- Inclusión del eje “Identidad” como componente estructural.
- Recategorización de indicadores.
- Supresión de ítems con baja aplicabilidad.
- Reformulación de criterios para adaptarlos mejor a la realidad local.

Reuniones de presentación de resultados y validación

Se realizaron dos reuniones virtuales para presentar y discutir los hallazgos del diagnóstico territorial:

- **03 de abril (Nono):** Se validaron evidencias, se acordaron líneas de mejora y se definieron estrategias de implementación futura.

[Resultados del relevamiento de indicadores](#)

- **08 de abril (Villa General Belgrano):** Se compartieron resultados, se valoraron las fortalezas institucionales y se identificaron desafíos específicos, acordando criterios para avanzar en el proceso de consolidación como destino DTI.

[Resultados del relevamiento de indicadores](#)

2.5.5. Validación, ajustes metodológicos y retroalimentación

El testeo territorial representó un ejercicio concreto de validación del modelo, con implicancias metodológicas fundamentales. La puesta en práctica permitió identificar **ajustes necesarios y mejoras sustantivas**, tanto en el diseño conceptual como en la operativización del sistema.

En este sentido, el proceso de validación no fue meramente confirmatorio, sino que involucró una **instancia crítica de corrección, ratificación y rectificación** de distintos componentes del modelo. Entre los principales ajustes realizados se destacan:

- **Reorganización y redefinición de indicadores:** se identificaron casos donde algunos indicadores inicialmente considerados como “cardinales” (esenciales) resultaban de difícil implementación en ciertos contextos, por lo que fueron reconvertidos en “aspiracionales”. De igual modo, otros que inicialmente habían sido clasificados como aspiracionales, mostraron una relevancia estratégica tal que su cumplimiento fue considerado esencial para la evolución del modelo, pasando así a la categoría de cardinales.

- **Ajustes en el alcance de indicadores:** se redefinieron los ámbitos de aplicación de determinados indicadores para evitar ambigüedades, establecer una vinculación más clara con competencias locales y facilitar su medición y seguimiento.

- **Supresión de indicadores redundantes o inoperables:** algunos indicadores fueron eliminados por su baja pertinencia, redundancia o escasa aplicabilidad territorial.

- **Revisión y consolidación del eje identitario:** el testeo territorial puso en evidencia la necesidad de otorgar mayor centralidad a las dimensiones culturales y territoriales del modelo. Como resultado, el eje originalmente denominado “Eje Córdoba” (conforme se desprende de las planillas de matriz de relevamiento originales) fue redefinido como **Eje Identidad**, ampliando su alcance y adecuándose a las particularidades del turismo cordobés. Este cambio implicó una reformulación de criterios e indicadores específicos que mejor capturan los valores distintivos, tradiciones y expresiones culturales de cada destino.

- **Redefinición del Documento de Relevancia:** se modificó la estructura del documento guía para el relevamiento de datos, incorporando nuevas secciones y organizando de forma más lógica las dimensiones y ejes del modelo, facilitando su uso operativo por parte de los equipos locales.

Estos ajustes y validaciones fueron sistematizados por el equipo consultor y presentados a la ACT para su consideración e incorporación definitiva al Manual de Implementación del Programa de Gestión de Calidad DTI Córdoba.

2.5.6. Justificación metodológica del testeo territorial. Resultados obtenidos del testeo territorial

El proceso de testeo territorial desarrollado en los destinos de Nono y Villa General Belgrano constituyó una experiencia metodológicamente singular dentro del marco de implementación del Programa de Gestión de Calidad DTI Córdoba. A diferencia de una implementación estándar del modelo —la cual sigue una secuencia sistemática de etapas metodológicas claramente definidas— este testeo tuvo como principal objetivo validar in situ la estructura técnica y operativa del manual de gestión, sus ejes, criterios e indicadores, así como las dinámicas de implementación previstas para la Red Cordobesa de Inteligencia Turística (RCIT).

En efecto, el testeo no se limitó a una aplicación parcial del modelo: fue una puesta a prueba integral, concebida como un ejercicio de verificación, ajuste y contextualización del instrumento de gestión desarrollado. Su carácter piloto lo diferencia de cualquier otra intervención posterior, ya que permitió, en tiempo real y en articulación con los actores locales, detectar fortalezas, insuficiencias o ambigüedades del manual, redefinir su alcance operativo, ajustar la categorización de ciertos indicadores (por ejemplo, reubicando algunos de cardinales a aspiracionales y viceversa), y reformular aspectos centrales del modelo, como el nombre y enfoque del eje "cordobés", que finalmente se consolidó bajo el nombre de Identidad.

Es importante destacar que este proceso no fue una implementación formal sino una validación territorial metodológica, con todos los matices, implicancias y ajustes que esto conlleva. En consecuencia, no se siguieron todas las fases del proceso metodológico estándar previstas para la implementación del programa, las cuales incluyen:

1. Taller de presentación e inducción.
2. Diagnóstico integral del destino.
3. Capacitaciones sistemáticas en cada eje.
4. Jornadas de acompañamiento técnico.
5. Evaluación formal mediante matriz de indicadores.
6. Propuesta de mejora y plan de acción.
7. Distinción mediante evaluación de la Comisión.

En su lugar, se prioriza la **inducción general al modelo**, la **puesta en práctica asistida del diagnóstico**, la **realización de jornadas de trabajo colaborativas**, y la **recopilación sistemática de evidencias en territorio**, todo ello de manera adaptativa. De hecho, muchas de las herramientas operativas que hoy conforman el sistema de gestión —como la ficha de adhesión, el informe de comisión evaluadora, los formularios de evaluación de indicadores, los dictámenes de distinción, entre otros— **fueron diseñados a posteriori**, como resultado directo de los desafíos identificados durante este proceso piloto.

En este contexto, los resultados obtenidos adquieren un valor extraordinario. Lejos de haberse tratado de un proceso facilitado por una implementación escalonada, con tiempos prolongados, formación específica por eje y seguimiento sistemático como en el modelo estándar, los destinos participantes debieron adaptarse a una dinámica de testeo técnico-propositivo, sin contar con todas las herramientas disponibles en versiones finales y sin un camino previamente trazado.

Y, aun así, los resultados fueron altamente positivos:

- **Villa General Belgrano** alcanzó los umbrales exigidos para el **nivel Avanzado**, evidenciando una institucionalidad consolidada, políticas de sostenibilidad activas, avances en accesibilidad e innovación y un equipo técnico comprometido con la mejora continua.

- **Nono**, en tanto, logró cumplir con los requisitos para el **nivel Intermedio**, mostrando fortalezas significativas en gobernanza, participación ciudadana, sostenibilidad ambiental y valorización del patrimonio local. El destino evidenció un potencial de crecimiento sobresaliente y una capacidad organizacional promisorio para escalar hacia niveles superiores.

2.5.7. Conclusiones

El testeo territorial constituyó un componente decisivo del proceso de validación del modelo DTI Córdoba. Su implementación permitió comprobar la viabilidad del modelo en condiciones reales, identificar debilidades, y realizar los ajustes necesarios para garantizar la aplicabilidad y escalabilidad del sistema en el conjunto de la provincia.

SUBTAREA 2.6: DISEÑO DE MARCA, SELLOS GRÁFICOS Y ESTÉTICA GENERAL

El proceso integró diversas acciones para definir una identidad visual coherente con los valores territoriales, culturales y simbólicos de Córdoba, combinando exploración gráfica, diagnóstico territorial y análisis comparativo.

2.6.1. Consulta sectorial

Se realizó una encuesta a más de 100 referentes del sector público y privado en Córdoba, entre funcionarios, operadores, empresarios y académicos, mediante difusión con código QR. El objetivo fue captar percepciones, valores y expectativas que reflejaran la visión genuina del ecosistema turístico provincial. Los datos recopilados sirvieron de base para fortalecer los atributos y símbolos a incorporar en la identidad visual.

[Enlace de la encuesta](#)

2.6.2. Análisis comparado (benchmarking)

Se revisaron más de 60 marcas territoriales, nacionales e internacionales, relacionadas con destinos, redes de destinos inteligentes, y programas turísticos, identificando patrones visuales predominantes en estilos, paletas de colores, tipografías y narrativas. Este análisis proporcionó referencias clave para evitar clichés y definir buenas prácticas en identidad visual territorial.

Se consideraron principalmente los siguientes casos:

Tabla 21: Casos considerados

Categoría		Ejemplos Analizados
Marcas País / Ciudad		Marca Argentina, Perú, Chile, Uruguay, Brasil, entre otros. / Varias referentes de Patagonia
Redes e iniciativas DTI		SEGITTUR (España), INVATTUR (Valencia), Red DTI-Ar (Argentina), Red Iberoamericana, Red Neuquina de Inteligencia Turística
Marcas institucionales		UNWTO, Córdoba, entre otras

Fuente: elaboración propia.

2.6.3. Exploración formal

Se construyeron múltiples variantes conceptuales de la marca, en función de las lecturas semióticas en torno a la “inteligencia turística” y “red”, priorizando formas, símbolos y estilos coherentes con los valores identificados. Se testearon en diferentes formatos y soportes, desde aplicaciones digitales hasta papelería,

asegurando versatilidad, legibilidad y adaptabilidad en reducciones de escala, monocromías y distintos fondos.

A continuación, se presentan algunas de las variantes desarrolladas.



Imagen 68: Variantes de marcas RCIT

Fuente: Elaboración propia

2.6.4. Principales hallazgos y decisiones:

Ver documento complementario: [Presentación de Desarrollo De Identidad Visual](#)

La Rosa de los Vientos fue seleccionada como símbolo central, por representar articulación territorial, orientación, planificación, innovación y proyección

inclusiva, sin remitir a un destino específico, garantizando su uso transprovincial y flexible.

La paleta cromática se centró en tonos vibrantes, especialmente verdes, vinculados a naturaleza y sostenibilidad, combinados con rojos, azules y violetas, que remiten a dinamismo y diversidad.

Se priorizó la tipografía sans serif, moderna y legible, con variantes jerárquicas para institucionalidad y complementos.

Los elementos visuales derivados deben ser abstractos, geométricos y nodales, alineados con las tendencias internacionales en marcas de redes y destinos inteligentes

2.6.5. Definición de la solución gráfica final

Tras iteraciones sucesivas, se definió el sistema visual basado en **la Rosa de los Vientos** como figura central.

Se decidió, asimismo, utilizar esta marca madre con sus variables en textos para los diversos niveles, para mantener conexión de identidad.

Esta elección no fue meramente estética: respondía a una necesidad simbólica, técnica y comunicacional, por tratarse de una estructura:

- **Equilibrada visualmente**, fácilmente reconocible y pregnante.
- **Simbólicamente potente**, aludiendo a guía, planificación, orientación y convergencia.
- **Altamente adaptable**, por su simetría, posibilidad de generar texturas, íconos derivados y sub estructuras modulares.

Este símbolo fue acompañado por una tipografía institucional moderna, una paleta cromática segmentada por eje del modelo DTI, y la construcción de una arquitectura gráfica que permite alojar submarcas y niveles de distinción sin perder coherencia.

2.6.6. Iteración y validación interna

Una vez seleccionada la identidad final, se realizaron pruebas extendidas con todas las **posibles aplicaciones institucionales**, incluyendo las sub marcas por niveles, incluyendo:

- Certificados de distinción por nivel (Inicial, Intermedio, Avanzado)
- Sellos de cumplimiento para prestadores
- Señalética
- Merchandising institucional (bolsas, banners, indumentaria, etc.)

La validación también contempló el desarrollo del Manual de Uso de Marca, que resume todos los lineamientos técnicos para garantizar una implementación homogénea y profesional del sistema visual.

2.6.7. Concepto rector: marca madre



Imagen 69: Aplicación principal de Isologo
Fuente: Elaboración propia

2.6.7.1. *Racional de marca*

Se trabajó sobre la Identidad Visual, desarrollando los lineamientos visuales y conceptuales que definen y representan a la marca, sentando las bases de un sistema.

*Descubrir **Córdoba** es conectar con su esencia.*

Paisajes infinitos, caminos que se cruzan y culturas que dialogan.

Somos diversidad y tradición, innovación y arraigo.

Cada destino marca un norte, una oportunidad para crecer sin perder la identidad.

*Como la rosa de los vientos, la **red** orienta y une.*

Impulsando a cada pueblo y ciudad a ser protagonista de su futuro.

*Porque avanzar con **inteligencia** es honrar la historia.*

Abrazar el cambio y dejar una marca en quienes nos visitan.

Este manifiesto sustenta la narrativa identitaria de la marca: una red que guía, que se construye colectivamente y que pone en valor la diversidad cordobesa como una ventaja competitiva. Se pone en juego un equilibrio entre patrimonio e innovación, entre lo propio y lo proyectivo.

2.6.7.2. *Identidad cordobesa*

La marca remite a elementos centrales del ser cordobés: centralidad geográfica, pluralidad cultural, hospitalidad reconocida, vitalidad juvenil, expresión musical y humorística. Córdoba como punto de encuentro, como corazón del país,

se expresa simbólicamente en la rosa de los vientos que estructura la morfología del isologotipo.

2.6.8. Estructura morfológica y cromática

2.6.8.1. Diseño del Isologotipo

El símbolo se inspira en la rosa de los vientos, metáfora de orientación, planificación y articulación.

Las cuatro flechas que convergen al centro representan los destinos, las direcciones posibles, el movimiento de ideas, personas y recursos. Esta figura, dinámica y equilibrada, sintetiza la idea de red territorial y sistémica.

2.6.8.2. Identidad cromática

El color refleja la diversidad y riqueza visual de la provincia, se entrelazan, creando una paleta vibrante y moderna. Los colores se combinan y multiplican creando nuevas tonalidades que amplían el espectro de posibilidades y combinaciones.

Se definió una paleta vibrante que refleja los ejes del modelo DTI:

Tabla 22: Justificación simbólica de utilización de colores

Eje	Color	Justificación conceptual y simbólica
Gobernanza	Cian claro (azul cielo)	El azul es históricamente el color de la institucionalidad, la confianza, la transparencia y la planificación. En su versión clara o "celeste-cian", adquiere frescura, apertura y claridad, valores clave para una gobernanza colaborativa y moderna. Representa un gobierno abierto, orientado al diálogo y al consenso.
Sostenibilidad	verde amarillento brillante (verde lima)	El verde está universalmente asociado con la naturaleza, la vida y el equilibrio. La variante lima aporta un tono joven, enérgico y vibrante, simbolizando la urgencia y vitalidad que requiere la sostenibilidad en el desarrollo turístico. Alude al crecimiento responsable, a la conciencia ambiental y al vínculo armónico entre el entorno y la actividad turística.
Accesibilidad	Amarillo brillante / oro	El amarillo es el color de la visibilidad, la luz, la inclusión y la equidad. Su tono brillante remite a la eliminación de barreras, a la universalidad y a la apertura. Utilizado en señalética universal como color de advertencia o atención, simboliza aquí la presencia activa de políticas inclusivas en los destinos. Además, evoca energía positiva y cercanía.
Innovación, Tecnología y Marketing	Coral / Naranja rojizo.	El coral combina la fuerza del rojo con la calidez del naranja, generando un tono creativo, disruptivo y moderno. Representa la transformación, la innovación tecnológica, el pensamiento creativo y la adaptabilidad. Su tono rojizo vincula la pasión y la acción con lo digital, y genera alto impacto visual en soportes digitales.
Identidad	Rojo vivo / intenso	El rojo es el color de las emociones profundas, la pasión, la pertenencia y la expresión cultural. Su uso para el eje Identidad busca

resaltar el vínculo emocional con el territorio, la memoria colectiva, el orgullo local y la potencia expresiva de las tradiciones y costumbres. Es un color de alta visibilidad y carga simbólica, ideal para representar la riqueza cultural cordobesa.

Fuente: Elaboración propia



Imagen 70: Aplicaciones alternativas según ejes temáticos

Fuente: Elaboración propia

Esta codificación no solo tiene función estética, sino también pedagógica: ayuda a organizar visualmente los materiales del programa y permite navegar intuitivamente entre sus componentes.

Su primera aplicación práctica puede visualizarse en el diseño del Manual de Gestión donde cada capítulo de los diversos ejes se construyó siguiendo estos patrones cromáticos.

2.6.9. Tipografía y estilo visual

Dos familias tipográficas combinan dos familias que equilibran claridad y legibilidad Para Red Cordobesa, una tipografía en minúsculas con variante bold, que aporta destaque visual, dinamismo y frescura. Para el tagline, una tipografía de origen digital con interletrado amplio, reforzando solidez y estructura.

- **Tipografía principal:** combinación de formas geométricas con interletrado amplio. La palabra “Red Cordobesa” se presenta en minúsculas bold, lo que da dinamismo y cercanía.
- **Complemento técnico:** “de Inteligencia Turística” en una fuente digital de estructura recta, que aporta solidez.
- **Estilo gráfico:** contemporáneo, institucional, sobrio pero fresco. Se evita la iconografía tradicional del turismo (paisajes, mapas, monumentos) y se opta por un lenguaje visual conceptual y proyectivo.

2.6.10. Submarcas por nivel y jerarquía institucional

Se diseñaron submarcas asociadas a la marca madre, diferenciadas por nivel de categorización.

Esta aplicación de la marca madre se refiere al nivel de desarrollo y evolución de cada destino que se incorpora a la RED. Según su capacidad de cumplimiento con los ejes y criterios establecidos en el documento de referencia, es lo que determina su estadio.

Cada destino adherido a la Red puede ser distinguido en tres niveles, representados gráficamente con color y estilo propio:

- **Nivel Inicial**
- **Nivel Intermedio**
- **Nivel Avanzado**



Imagen 71: Aplicación de marca por nivel de desarrollo

Fuente: Elaboración propia

Estas identidades secundarias funcionan como **sellos de validación**, para certificaciones, diplomas, comunicación pública y materiales institucionales. Mantienen el isologotipo madre, con variaciones de color y aplicación.

2.6.11. Manual de Uso de Marca y Editables

El Manual Técnico de Marca acompaña el desarrollo visual como herramienta de gestión.

Contempla:

- Normas de uso del isologotipo y submarcas.
- Proporciones, áreas de reserva y versiones permitidas.
- Texturas.
- Aplicaciones incorrectas.
- Paletas cromáticas en CMYK, RGB y HEXA (Colores principales y secundarios).
- Tipografías principales y secundarias.
- Aplicaciones en soporte digital e impreso.
- Uso en redes sociales, indumentaria, papelería, señalética, merchandising.

Ver documento complementario: [Manual De Marca - Red Cordobesa DTI](#)

SUBTAREA 2.7: PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DTI CORDOBÉS

El proceso comprendió una reunión formal de validación institucional y una instancia de presentación pública, ambas realizadas el viernes 28 de marzo de 2025 en Córdoba, con participación presencial y algunos actores en modalidad híbrida.

Reunión de validación institucional

Fecha: 28 de marzo de 2025 – 09:00 hs

Lugar: Oficina de presidencia, ACT

Modalidad: Presencial

Durante el encuentro, se presentó formalmente el conjunto de herramientas y documentos técnicos desarrollados, incluyendo el manual de gestión, la estructura de la RCIT, el sistema de evaluación por niveles y la identidad visual institucional. Se entregaron los archivos editables a la ACT y se firmó la [nota validación institucional](#), rubricada por su presidente, Darío Capitani, reconociendo el programa como base operativa para su implementación provincial.

Presentación pública del programa y la red

Fecha: 28 de marzo de 2025 – 11:00 hs

Lugar: Sede de la ACT

Modalidad: Presencial e híbrida

Se realizó una exposición técnica detallada ante funcionarios de la ACT, representantes de destinos piloto (Nono y Villa General Belgrano) y referentes sectoriales. Se presentaron los contenidos del manual de gestión, el sistema de categorización de destinos, la identidad visual de la marca madre y los resultados del testeo territorial.

Destacaron las intervenciones de los equipos técnicos de los municipios participantes, que compartieron valoraciones sobre el proceso y validaron la aplicabilidad del modelo.



Imagen 72: Foto grupal final actividades – Presentación pública
Fuente: Elaboración propia

Estas instancias consolidan la validación formal, la difusión pública y el reconocimiento institucional del Programa de Gestión de Calidad para Destinos Turísticos Inteligentes en Córdoba, sentando las bases para su implementación y expansión en el territorio provincial.

TAREA 3: PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMA IRAM DTI

SUBTAREA 3.1: DIAGNÓSTICO INICIAL DE DESTINOS ELEGIDOS

En el marco del proceso de implementación de la Norma IRAM 42.101 para destinos turísticos inteligentes, la Agencia Córdoba Turismo ha llevado adelante el diagnóstico inicial en dos destinos cordobeses: Nono y Villa General Belgrano.

Ambos municipios fueron seleccionados por su participación previa en el testeo territorial del Manual de Gestión del Sistema Integral Cordobés de Inteligencia Turística.

Esta doble selección responde a una estrategia metodológica que permite alinear y validar simultáneamente los indicadores del modelo cordobés y los requisitos de la Norma IRAM, favoreciendo sinergias institucionales y optimización de recursos técnicos.

3.1.1. Justificación de la elección de destinos

La decisión de trabajar con los mismos destinos en ambas tareas (testeo del Manual de Gestión y diagnóstico inicial para implementación de la Norma IRAM 42.101)

responde a una estrategia deliberada por parte de la Agencia Córdoba Turismo, orientada a generar un enfoque integral de verificación territorial.

Nono y Villa General Belgrano representan dos tipologías de destinos complementarias - uno en desarrollo y otro consolidado -, lo cual permite capturar realidades contrastantes dentro del sistema turístico provincial. Asimismo, ambos destinos cuentan con equipos técnicos comprometidos, antecedentes de planificación y estructuras institucionales de base, lo que facilitó la coordinación y ejecución de procesos metodológicamente exigentes como la validación cruzada de modelos e indicadores.

3.1.2. Justificación de la implementación paralela

La ejecución paralela del testeo del Manual DTI y del diagnóstico inicial para la implementación de la Norma IRAM 42.101 fue una decisión estratégica fundamentada en dos factores clave.

Por un lado, permitió realizar un ejercicio de validación cruzada entre el modelo local y el estándar nacional, verificando la coherencia, compatibilidad y aplicabilidad entre ambos marcos.

Por otro lado, optimizó los tiempos y recursos técnicos disponibles, ya que gran parte del trabajo de campo (relevamiento, entrevistas, recopilación de

evidencias, análisis de brechas) fue compartido y permitió obtener insumos complementarios sin duplicar esfuerzos.

3.1.3. Definición del alcance, equipos de trabajo, recursos asignados y cronograma

- **Alcance:** Diagnóstico preliminar de los requisitos del **Capítulo 8 de la Norma IRAM 42.101**, incluyendo los ejes y sus dimensiones, con énfasis en evidencias, observaciones y oportunidades de mejora. El análisis incluyó además los indicadores desarrollados en el modelo cordobés, favoreciendo la lectura integrada entre ambos marcos de gestión.

- **Cronogramas:**
 - Capacitación y reunión preliminar: 6 de marzo de 2025 (modalidad virtual)
 - Visita técnica a Nono: 12 al 14 de marzo de 2025
 - Visita técnica a Villa General Belgrano: 17 y 18 de marzo de 2025
 - Sistematización de resultados y análisis GAP: marzo-abril 2025

- **Recursos técnicos:**
 - Apoyo logístico y técnico de la Agencia Córdoba Turismo
 - Herramientas de relevamiento (matriz), cronogramas de actividades consensuados, informes finales de comisión, registro fotográfico.
 - Equipamiento digital y movilidad

- **Equipos de trabajo locales:**
 - En **Nono**: Dirección de Turismo, Cultura y Protocolo; Coordinación de Turismo; Secretarías de Gobierno, de Obras Públicas y de Educación; prestadores turísticos.
 - En **Villa General Belgrano**: Secretaría de Turismo; Dirección de Turismo; personal técnico; áreas de comunicación, de desarrollo humano, de inspecciones, entre otras; prestadores turísticos.

3.1.4. Capacitación y reuniones iniciales en el marco del diagnóstico técnico DTI

El 6 de marzo de 2025 se llevó a cabo una capacitación virtual destinada a los equipos técnicos y funcionarios de Nono y Villa General Belgrano, con el objetivo de introducir los fundamentos de la Norma IRAM 42.101, explicar el alcance del proceso de diagnóstico, revisar ejemplos de evidencias documentales y brindar herramientas prácticas para la recolección e interpretación de información durante

las visitas técnicas. La instancia contó con la participación de consultores especializados y técnicos de ambos destinos.

Posteriormente, se realizaron reuniones iniciales presenciales en cada municipio como apertura del proceso de relevamiento:

En Nono (12 al 14 de marzo), la reunión tuvo lugar en la Dirección de Turismo, con la participación de Marisol Fernández y Rosa Gomila.

En Villa General Belgrano (17 y 18 de marzo), la reunión se desarrolló en la Secretaría de Turismo, con la presencia de Cintia Valdez, Gabriela Cachayú.

3.1.5. Análisis GAP – Identificación de brechas

A continuación, se resumen los principales hallazgos, brechas y recomendaciones por destino:

3.1.5.1. Nono – Análisis GAP frente a los requisitos de la norma

Fortalezas:

- Alto compromiso institucional.
- Diversidad de actividades culturales y turísticas en temporada.
- Información disponible y predisposición a organizarla.

Principales brechas:

- Falta de procedimientos documentados y sistema formal de gestión.
- Debilidad en sistemas de medición (indicadores, encuestas, control).
- Carencia de planificación estratégica en turismo y sostenibilidad.
- Accesibilidad incipiente y sin registro ni medición.
- Necesidad de formalizar políticas, mapas de actores, protocolos y planes de capacitación.

Sugerencias clave:

- Definir procesos clave y confeccionar indicadores de desempeño.
- Crear política de turismo inteligente alineada a la misión local.
- Avanzar con el diseño de un plan de accesibilidad integral.
- Establecer sistemas de toma de decisiones basados en datos.

3.1.5.2. Villa General Belgrano – Análisis GAP frente a los requisitos de la norma

Fortalezas:

- Capacidad técnica y experiencia institucional en turismo.
- Integración de áreas de discapacidad y enfoque inclusivo.

- Existencia de normativa sobre usos del suelo, ordenamiento y reservas naturales.
- Trabajo intersectorial consolidado.

Principales brechas:

- Falta de planificación turística integral actualizada.
- Procesos no documentados ni estandarizados.
- Ausencia de indicadores de sostenibilidad y medición continua.
- Limitada presencia de tecnologías aplicadas (apps, IA, georreferenciación).
- Bajo desarrollo de canales de datos abiertos y plataformas.

Sugerencias clave:

- Implementar sistema de gestión participativo con metas e indicadores.
- Formalizar políticas y planes por eje
- Desarrollar App del destino con funcionalidades múltiples.
- Promover concursos y proyectos que estimulen la innovación turística.

3.1.6. Cuadro preliminar de Cumplimiento – Norma IRAM 42.101

3.1.6.1. *Municipio de Nono*

Tabla 23: Nivel cumplimiento requisitos Norma 42.101 - Nono

Eje / Requisito	Cumplimiento	Observaciones / Brechas Detectadas
8.1 Planificación y Control Operacional	Parcial	No hay procedimientos formales ni sistema documentado. Existe información útil aún no sistematizada.
8.2.1 Gobernabilidad	Parcial	Organigrama general. Falta uno específico de turismo. Procesos no formalizados.
8.2.2 Participación y Gestión Abierta	Parcial	Buena participación ciudadana, sin mecanismos sistemáticos.
8.2.3 Gestión Digital	Parcial	Información digital disponible, no ordenada ni actualizada con frecuencia.
8.2.4 Planeamiento Urbano y Suelo	Parcial	Ordenamiento territorial disponible, requiere digitalización.
8.2.5 Movilidad y Transporte	No cumple	No existe sistema de transporte urbano ni evaluación de accesibilidad.
8.3.1 Economía	No cumple	No hay indicadores ni medición del impacto económico del turismo.
8.3.2 Ambiente	Parcial	Controles esporádicos. Campañas ambientales activas.
8.3.3 Social	No cumple	No hay medición del impacto social del turismo ni programas sociales específicos.
8.3.4 Seguridad Sanitaria	No cumple	Campañas sanitarias informativas, pero sin protocolo formalizado.

8.3.5 Seguridad Ciudadana	No cumple	No se dispone de estadísticas ni medidas específicas para turismo.
8.3.6 Explotación Infantil	No cumple	Sin protocolo preventivo. Solo folleto aislado.
8.4 Innovación	Parcial	Iniciativas informales. No hay plan ni procesos documentados.
8.5 Accesibilidad e Inclusión	Parcial	Existen rampas y baño accesible, pero sin plan integral ni medición.
8.6.1 Infraestructura TIC	Cumple	Acceso a conectividad por fibra y satélite.
8.6.2 Aplicaciones / Plataformas	Parcial	Página web activa. Sin apps ni integración digital.
8.6.3 Promoción y Marketing	Parcial	Redes sociales activas. No hay estrategia estructurada.
8.6.4 Seguridad Informática	Parcial	Información en la nube. No hay protocolo de ciberseguridad.

Fuente: Elaboración propia

3.1.6.2. Villa General Belgrano

Tabla 24: Nivel cumplimiento requisitos Norma 42.101 - Villa Gral. Belgrano

Eje / Requisito	Cumplimiento	Observaciones / Brechas Detectadas
8.1 Planificación y Control Operacional	Parcial	Existe capacidad técnica pero no planificación ni documentación actualizada.
8.2.1 Gobernabilidad	Parcial	Organigrama y roles definidos. Necesita actualización y publicación.
8.2.2 Participación y Gestión Abierta	Parcial	Buen trabajo intersectorial, pero sin sistema de registro formal.
8.2.3 Gestión Digital	Parcial	Recursos disponibles. No hay sistema centralizado ni plataforma integrada.
8.2.4 Planeamiento Urbano y Suelo	Cumple	Normativa vigente, con reservas naturales y planificación territorial.
8.2.5 Movilidad y Transporte	Parcial	Transporte regulado, pero sin plan de movilidad turística o accesibilidad universal.
8.3.1 Economía	Parcial	Falta de indicadores, pero buena estructura de datos administrativos.
8.3.2 Ambiente	Parcial	Buen nivel de conciencia. No hay plan ni seguimiento sistemático.
8.3.3 Social	Parcial	Actividades de participación, sin mecanismos de evaluación del impacto social.
8.3.4 Seguridad Sanitaria	Parcial	Buenas prácticas informales. Falta documentación sistemática.
8.3.5 Seguridad Ciudadana	Parcial	Coordinación local activa, sin protocolos turísticos específicos.
8.3.6 Explotación Infantil	No cumple	No hay acciones preventivas ni coordinación con organismos especializados.
8.4 Innovación	Parcial	Potencial con Parque Tecnológico. No hay acciones concretas en turismo aún.
8.5 Accesibilidad e Inclusión	Parcial	Área dedicada y recursos humanos formados. Falta integración de servicios e indicadores.

8.6.1 Infraestructura TIC	Cumple	Amplia cobertura de conectividad en todo el municipio.
8.6.2 Aplicaciones / Plataformas	Parcial	Se usó app durante la pandemia. Actualmente solo WhatsApp y redes.
8.6.3 Promoción y Marketing	Parcial	Diversidad de canales. Falta estrategia integral con seguimiento.
8.6.4 Seguridad Informática	Parcial	Uso de correo oficial y servidores. Sin procedimientos formales de seguridad.

Fuente: Elaboración propia

3.1.7. Evaluación del cumplimiento

El análisis realizado indica que ambos destinos poseen una base institucional sólida, compromiso político y condiciones iniciales favorables para la adopción progresiva de la Norma IRAM 42.101.

No obstante, deben avanzar en:

- La documentación de procesos y la implementación de un sistema de gestión integrado.
- El desarrollo de indicadores periódicos, sistemas de monitoreo y control.
- La implementación de herramientas tecnológicas y estrategias de comunicación digital alineadas a los principios DTI.

Ambos municipios se encuentran en una etapa de madurez intermedia, con potencial de alcanzar una mejora en su cumplimiento.

SUBTAREA 3.2: IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMA

En esta instancia, los avances presentados corresponden a la fase de diseño documental y organización interna.

3.2.1. Inicio formal de asistencia técnica para la implementación de la Norma IRAM 42.101 en el municipio de Nono

Documento complementario: [Informe 01 - Implantación norma IRAM 42101 - Nono](#)

3.2.1.1. Actores participantes

Durante el desarrollo de esta primera instancia de implementación, se trabajó de manera directa con:

- **Marisol Fernández** – Directora de Turismo, Cultura y Protocolo.
- **Rosa Analía Gomila** – Responsable del área de Calidad.

El consultor asignado fue **Germán Treuer**: Consultor técnico y auditor líder en normas IRAM.

Las actividades se realizaron mediante reuniones presenciales e individuales con los distintos responsables de área, promoviendo un abordaje participativo y específico para cada eje del modelo de gestión DTI.

3.2.1.2. Metodología aplicada

El abordaje metodológico adoptado se fundamenta en el ciclo **Planificar – Hacer – Verificar – Actuar** (PHVA o PDCA), promoviendo:

- El relevamiento de información previa y documental.
- La asistencia técnica directa por parte del consultor.
- El diseño de documentos base.
- La planificación operativa para cada requisito del capítulo 8 de la norma.

3.2.1.3. Cronograma de actividades y plan de acción

Tabla 25: Cronograma y plan de acción desarrollado en Nono

Fecha	Requisito abordado	Acción desarrollada	Modalidad
9/4/2025	8.2.1 Gobernabilidad	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección

9/4/2025	8.2.2 Participación y gestión abierta	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.2.2 Participación y gestión abierta	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.2.3 Gestión digital	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.2.4 Planeamiento urbano y usos del suelo	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.2.5 Movilidad y transporte	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.3.1 Economía	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.3.2 Ambiente	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.3.3 Social	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.3.4 Seguridad sanitaria	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.3.5 Seguridad ciudadana	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de

			los procesos y la dirección
9/4/2025	8.3.6 Prevención de la explotación de niños y adolescentes	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.4 EJE INNOVACIÓN	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.5 Eje ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.6 Eje TECNOLOGÍA	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.6.1 Infraestructura de telecomunicaciones	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.6.2 Aplicaciones y/o plataformas informáticas	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.6.3 Promoción y marketing	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
9/4/2025	8.6.4 Seguridad informática	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
10/4/2025	4.1 Comprensión de la organización y de su contexto	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección

10/4/2025	4.2 Compresión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
10/4/2025	4.3 Determinación del alcance del sistema de gestión DTI	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
10/4/2025	4.4 Sistema de gestión DTI y sus procesos	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
10/4/2025	4.5 Desarrollo y mejora de los ejes del Destino Turístico Inteligente	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
10/4/2025	5.1 Liderazgo y compromiso	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
10/4/2025	5.2 Política	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
10/4/2025	6.1 Acciones para abordar la gestión del DTI	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección
10/4/2025	6.2 Objetivos del DTI y planificación para lograrlos	Documentar las acciones realizadas y planificar la implementación de las acciones relacionadas con el requisito	Reunión individuales con los responsables de los procesos y la dirección

Fuente: Elaboración propia

Link al repositorio con documentos de avance: [Google Drive – Documentación DTI Nono](#)



Imagen 73: Reunión en destino para la implementación de la norma 42.101
Fuente: Elaboración propia

3.2.1.4. Análisis de cumplimiento de requisitos y hallazgos

A partir de las tareas realizadas, se detectó que el municipio de Nono presenta condiciones institucionales y operativas favorables para implementar la Norma IRAM 42.101, con un grado de avance intermedio. Si bien se cuenta con experiencias previas, recursos humanos comprometidos y acciones relevantes en curso, la documentación es escasa o desorganizada, lo que constituye la principal brecha identificada.

Se requiere avanzar en:

- Formalización de procesos.
- Sistematización de indicadores.
- Diseño de instrumentos de gestión.
- Capacitación del personal clave.

3.2.2. Inicio formal de asistencia técnica para la implementación de la Norma IRAM 42.101 en el municipio de Villa General Belgrano

Documento complementario: [Informe 01 - Implantación norma IRAM 42101 - Villa General Belgrano](#)

3.2.2.1. Actores participantes

Durante la primera fase de implementación, se trabajó de manera colaborativa con los siguientes responsables:

- **Gabriela Cachayú** – Secretaría de Turismo de Villa General Belgrano
- **Cintia Valdez** – Directora de Turismo de Villa General Belgrano
- Equipo técnico

El consultor asignado fue Germán Treuer, quien actúa como consultor técnico y auditor líder en normas IRAM.

3.2.2.2. Metodología aplicada

Las actividades desarrolladas contemplaron instancias presenciales de trabajo en conjunto con los responsables técnicos de cada una de las áreas implicadas en el modelo, promoviendo un enfoque colaborativo, participativo y adaptado a las particularidades de cada uno de los ejes estructurantes del sistema de gestión DTI.

Desde el punto de vista metodológico, se adoptó como marco de referencia el ciclo de mejora continua (PHVA) ya utilizado en el destino de Nono, reconocido internacionalmente por su eficacia en la implementación de sistemas de gestión de calidad. El relevamiento de información previa y documental.

En este marco, se priorizaron las siguientes acciones:

- **Relevamiento preliminar y análisis documental:** Se identificaron, compilaron y evaluaron los antecedentes disponibles en el destino con el propósito de establecer un diagnóstico inicial y orientar las decisiones técnicas posteriores. Para ello se valió de los relevamientos e informes elaborados en la subtarea 3.1
- **Asistencia técnica in situ:** Se brindó acompañamiento técnico personalizado a los equipos de trabajo, orientado a fortalecer capacidades institucionales y garantizar una comprensión adecuada de los requisitos del modelo.
- **Diseño y elaboración de documentos base:** Se desarrollaron instrumentos claves del sistema de gestión de calidad con el fin de facilitar la estandarización y la trazabilidad de los procesos.
- **Planificación operativa por eje y requisito:** Se definieron acciones concretas para cada uno de los requisitos establecidos en el capítulo 8 de la Norma IRAM 42.101, articulando recursos necesarios e indicadores de seguimiento.

3.2.2.3. Cronograma de actividades

Tabla 26: Cronograma desarrollado en Villa General Belgrano

Fecha	Horario	Actividad
06/05	De 9 a 17hs	Documentación, implementación y planificación de acciones faltantes de los requisitos del capítulo 8
07/05	De 9 a 17hs	Documentación, implementación y planificación de acciones faltantes de los requisitos del capítulo 4

08/05	De 9 a 17hs	Documentación, implementación y planificación de acciones faltantes de los requisitos del capítulo 5
09/05	De 9 a 17hs	Documentación, implementación y planificación de acciones faltantes de los requisitos del capítulo 6 y 7

Fuente: Elaboración propia

3.2.2.4. Plan de acciones desarrolladas

La siguiente tabla sistematiza los requisitos abordados en el marco del proceso de diagnóstico y planificación del modelo de gestión DTI, organizados según los capítulos de la Norma IRAM 42.101. Para cada eje y requisito se identifica el grado de tratamiento alcanzado, así como una serie de acciones sugeridas que orientan los próximos pasos a desarrollar por el equipo local.

Tabla 27: Plan de acción desarrollado en Villa General Belgrano

Eje	Requisitos tratados		Acciones sugeridas
REQUISITOS CAPÍTULO 8	8.1 - Planificación y control operacional	x	
8.2. - Gobernanza	8.2.1 - Gobernabilidad	x	
	8.2.2 - Participación y gestión abierta	x	
	8.2.3 - Gestión digital	x	
	8.2.4 - Planeamiento urbano y usos del suelo	x	
	8.2.5 - Movilidad y transporte	x	Conocer la practicas de accesibilidad y gestión ambiental de los micros que llegan a Villa General Belgrano
8.3. - Sostenibilidad	8.3.1 - Economía	x	Buscar una metodología para determinar los impactos económicos del turismo
	8.3.2 - Ambiente	x	
	8.3.3 - Social	x	
	8.3.4 - Seguridad sanitaria	x	
	8.3.5 - Seguridad ciudadana	x	
	8.3.6 - Prevención de la explotación de niños, niñas y adolescentes	x	

8.4. - Innovación	-	x	Identificar practicas innovadoras de otras secretaria de turismo y de prestadores privados de otras localidades
8.5 - Eje accesibilidad e inclusión	-	x	Identificar las acciones que realiza la municipalidad en temas de género. Planificar capacitaciones sobre accesibilidad a prestadores
8.6. – Eje Tecnología	8.6.1 - Infraestructura de telecomunicaciones	x	
	8.6.2 - Aplicaciones y/o plataformas informáticas	x	Incluir alguna evidencia de cómo se monitorea la capacidad de carga en la fiesta de las cerveza
	8.6.3 - Promoción y marketing	x	Subir a la web o promoción los alojamientos, atractivos y restaurantes accesibles Subir a la web o promoción los alojamientos, atractivos y restaurantes que realicen prácticas ambientales
	8.6.4 - Seguridad informática	x	Consultar al área de sistemas como se aseguren que el sistema funcione, o sea que no se caiga el sistema, y como se protegen los datos personales que se generan
4 - CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	4.1 - Comprensión de la organización y de su contexto	x	
	4.2 - Compresión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	x	
	4.3 - Determinación del alcance del sistema de gestión DTI	x	

	4.4 - Sistema de gestión DTI y sus procesos	x	
	4.5 - Desarrollo y mejora de los ejes del Destino Turístico Inteligente	x	
5 - LIDERAZGO	5.1 - Liderazgo y compromiso	x	
	5.2 - Política	x	Firmar y difundir la política
	5.3 - Roles, responsabilidades y autoridades en la organización	x	
6 - PLANIFICACIÓN	6.1 - Acciones para abordar la gestión del DTI		
	6.1.1 - Generalidades		
	6.1.2 - Proceso de planificación		
	6.1.3 - Plan de gestión del DTI		
	6.2 - Objetivos del DTI y planificación para lograrlos	x	
	6.2.1 - Objetivos del DTI	x	
	6.2.2 - Planificación para lograrlos	x	
7 - APOYO	7.1 - Recursos	x	
	7.2 - Competencia	x	
	7.3 - Toma de conciencia	x	
	7.4 - Comunicación		
	7.5 - Información documentada	x	
	7.5.1 - Generalidades	x	
	7.5.2 - Creación y actualización	x	
	7.5.3 - Control de la información documentada		

9 - EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	9.1 - Seguimiento, medición, análisis y evaluación	
	9.2 - Auditoría interna	
	9.3 - Revisión por la dirección	
10 - MEJORA	10.1 - Generalidades	
	10.2 - No conformidades y acciones correctivas	
	10.3 - Mejora continua	

Fuente: Elaboración propia

Link al repositorio con documentos de avance: [Google Drive – Documentación DTI Villa General Belgrano](#)



Imagen 74: Reunión en destino para la implementación de la norma 42.101

Fuente: Elaboración propia

3.2.2.5. Análisis de cumplimiento de requisitos y hallazgos

A partir del relevamiento técnico y las instancias de trabajo participativo desarrolladas en el destino, se observa un **alto nivel de cumplimiento de los requisitos establecidos en la Norma IRAM 42.101 para Destinos Turísticos Inteligentes**. Este cumplimiento no solo se manifiesta en la existencia de prácticas en curso alineadas con los principios del modelo, sino también en la disposición institucional para asumir compromisos concretos que permitan avanzar en su implementación efectiva.

Durante el proceso se evidenció una estructura organizacional activa, con funciones parcialmente definidas, recursos disponibles para su fortalecimiento, y

una clara motivación por incorporar criterios de sostenibilidad, accesibilidad, innovación, gobernanza y tecnología en la gestión turística local.

Hallazgos relevantes y compromisos asumidos

A continuación, se sistematizan los principales hallazgos técnicos y los compromisos específicos asumidos por el destino para completar o reforzar el cumplimiento de ciertos requisitos normativos:

- **Accesibilidad y sostenibilidad en el transporte turístico:** Relevamiento de prácticas de accesibilidad y control ambiental en los servicios de transporte de pasajeros (micros turísticos) que arriban a Villa General Belgrano, especialmente en lo relativo al ascenso de personas con discapacidad y la prevención de impactos ambientales (derrames, mantenimiento de vehículos, etc.).
- **Política institucional:** Compromiso de formalizar, firmar y difundir públicamente la Política del destino con alineamiento a los principios de la norma.
- **Sostenibilidad económica:** Búsqueda de una metodología para la identificación y cuantificación de los impactos económicos del turismo en el destino, como insumo para la planificación estratégica.
- **Perspectiva de género e inclusión:** Investigación interna para identificar acciones vinculadas a la equidad de género dentro de la gestión municipal, y recopilación de evidencias que respalden dichas prácticas.
- **Innovación en la gestión turística:** Relevamiento e identificación de prácticas innovadoras implementadas por otras secretarías de turismo y prestadores privados, con el objetivo de adaptarlas e incorporarlas a la gestión local.
- **Información estratégica y sensibilización en oficinas de turismo:** Evaluación de la posibilidad de incorporar contenidos informativos sobre seguridad vial, salud y medio ambiente en las oficinas de informes turísticos, fortaleciendo su rol educativo y preventivo.
- **Promoción de prácticas accesibles y sustentables:** Incorporación en los canales oficiales de promoción (sitio web, redes sociales, folletería) de alojamientos, atractivos y servicios turísticos que demuestren buenas prácticas en accesibilidad y sostenibilidad ambiental.
- **Capacitación para prestadores turísticos:** Planificación de instancias de formación específica en accesibilidad universal, dirigida a prestadores de servicios turísticos del destino.
- **Gestión de capacidad de carga en eventos:** Inclusión de evidencias sobre el monitoreo de la capacidad de carga durante eventos de alta concurrencia, como la Fiesta de la Cerveza, considerando indicadores ambientales y de seguridad.
- **Seguridad informática y protección de datos:** Relevamiento de las medidas adoptadas por el área de sistemas para garantizar la continuidad operativa

de los sistemas digitales y la protección de datos personales, en cumplimiento con los principios de la seguridad informática.

Conclusión

El análisis evidencia una base sólida para la implementación de la norma 42.101, con avances significativos en múltiples dimensiones y una clara orientación hacia la mejora continua. La voluntad institucional de avanzar con acciones concretas, la identificación precisa de áreas de mejora y la formalización de compromisos por parte del equipo técnico contribuyen a proyectar una evolución favorable en el cumplimiento integral de los requisitos de la Norma.

3.2.3. Segunda asistencia técnica - implementación de la Norma IRAM 42.101 en el municipio de Nono

En el marco del proceso de acompañamiento técnico para la implementación progresiva del modelo de gestión de Destinos Turísticos Inteligentes, se llevó a cabo la segunda asistencia técnica en el municipio de Nono. Esta instancia tuvo como propósito principal profundizar en el abordaje de los requisitos establecidos en la Norma IRAM 42.101, con especial foco en los aspectos vinculados a la planificación operativa, el fortalecimiento institucional y la definición de acciones concretas en cada uno de los ejes del modelo.

Documento complementario: [Informe 02 - Implantación norma IRAM 42101 - Nono](#)

3.2.3.1. Actores participantes

En el marco de la segunda asistencia técnica realizada en el municipio de Nono, se mantuvieron reuniones de trabajo con actores institucionales clave, con el objetivo de planificar mejoras estratégicas y definir acciones específicas en torno al funcionamiento del Ente Gestor del DTI.

Participaron de los encuentros:

- **Juan Manuel Negretti**, Secretario de Educación, Innovación y Tecnología
- **Juan Pablo Molina**, Secretario de Gobierno y Planificación
- **Marisol Fernández**, Secretaria de Turismo

3.2.3.2. Cronograma de trabajo

Tabla 28: Cronograma desarrollado en Nono

Fecha	Horario	Actividad
20/05	De 9 a 17hs	Revisión, corrección y aprobación de las actividades pendientes de la comisión anterior
21/05	De 9 a 17hs	Elaboración del plan de gestión del DTI, de los objetivos del DTI y de la planificación para lograrlos. Elaboración de la matriz de riesgos del DTI y la planificación de acciones para prevenir o minimizar el impacto de los mismos
22/05	De 9 a 17hs	Revisión y aprobación de la política del DTI, revisión de la manera de cumplir con los requisitos de las partes interesadas. Reunión con el Secretario de Gobierno para promover mejoras vinculadas al transporte de media distancia en el destino, a la seguridad vial, a la infraestructura de las telecomunicaciones y a la protección de datos personales que el municipio genera
23/05	De 9 a 17hs	Relevamiento de la legislación y demás documentación externa aplicable al DTI. Elaboración del organigrama del Ente Gestor, Determinación de las responsabilidades y de las competencias del puesto de informante turístico

Fuente: Elaboración propia

3.2.3.3. Plan de acciones desarrolladas

Durante la segunda asistencia técnica, se avanzó en la revisión sistemática de los capítulos y requisitos establecidos por la Norma IRAM 42.101, identificando tanto las fortalezas del destino como las áreas con oportunidades de mejora.

El trabajo permitió profundizar en el diagnóstico de cumplimiento normativo y establecer una serie de acciones sugeridas orientadas a fortalecer la implementación del modelo de gestión DTI.

Tabla 29: Plan de acción desarrollado en Nono

Eje	Requisitos tratados		Acciones sugeridas
REQUISITOS CAPITULO 8	8.1 - Planificación y control operacional	x	
8.2. - Gobernanza	8.2.1 - Gobernabilidad	x	
	8.2.2 - Participación y gestión abierta	x	

	8.2.3 - Gestión digital	x	
	8.2.4 - Planeamiento urbano y usos del suelo	x	
	8.2.5 - Movilidad y transporte	x	Promover mejoras en la sustentabilidad y accesibilidad en el transporte de media distancia. Conseguir material vinculado a la seguridad vial para la oficina de información turística para promover la seguridad vial en el destino
8.3. - Sostenibilidad	8.3.1 - Economía	x	Comenzar a medir los impactos económicos del turismo
	8.3.2 - Ambiente	x	Evaluar la eficacia de las acciones tomadas
	8.3.3 - Social	x	
	8.3.4 - Seguridad sanitaria	x	
	8.3.5 - Seguridad ciudadana	x	
	8.3.6 - Prevención de la explotación de niños, niñas y adolescentes	x	
8.4. - Innovación	-	x	Identificar practicas innovadoras de otras secretaria de turismo y de prestadores privados de otras localidades
8.5 - Eje e accesibilidad inclusión	-	x	Planificar capacitaciones sobre accesibilidad a prestadores
8.6. - Eje Tecnología	8.6.1 - Infraestructura de telecomunicaciones	x	Promover la mejora de la conectividad de la empresa movistar
	8.6.2 - Aplicaciones y/o plataformas informáticas	x	Determinar alguna aplicación para medir la capacidad de carga de los autos en los estacionamientos municipales cercanos a los balnearios
	8.6.3 - Promoción y marketing	x	Subir a la web o promoción los alojamientos, atractivos y restaurantes accesibles Subir a la web o promoción los alojamientos, atractivos y restaurantes que realicen prácticas ambientales

	8.6.4 - Seguridad informática	x	Consultar al área de sistemas como se aseguren que el sistema funcione, o sea que no se caiga el sistema, y como se protegen los datos personales que se generan
4 - CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	4.1 - Comprensión de la organización y de su contexto	x	
	4.2 - Compresión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	x	
	4.3 - Determinación del alcance del sistema de gestión DTI	x	
	4.4 - Sistema de gestión DTI y sus procesos	x	
	4.5 - Desarrollo y mejora de los ejes del Destino Turístico Inteligente	x	
5 - LIDERAZGO	5.1 - Liderazgo y compromiso	x	
	5.2 - Política	x	Difundir la política
	5.3 - Roles, responsabilidades y autoridades en la organización	x	
6 - PLANIFICACIÓN	6.1 - Acciones para abordar la gestión del DTI		Evaluar al eficacia de las acciones tomadas
	6.1.1 - Generalidades		
	6.1.2 - Proceso de planificación		
	6.1.3 - Plan de gestión del DTI		
	6.2 - Objetivos del DTI y planificación para lograrlos	x	Realizar una primera medición I de los resultados de los objetivos
	6.2.1 - Objetivos del DTI	x	
	6.2.2 - Planificación para lograrlos	x	
7 - APOYO	7.1 - Recursos	x	

	7.2 - Competencia	x	Determinar las competencias y perfiles de puesto para los perfiles restantes
	7.3 - Toma de conciencia	x	
	7.4 - Comunicación		
	7.5 - Información documentada	x	
	7.5.1 - Generalidades	x	
	7.5.2 - Creación y actualización	x	
	7.5.3 - Control de la información documentada		
9 - EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	9.1 - Seguimiento, medición, análisis y evaluación		
	9.2 - Auditoría interna		
	9.3 - Revisión por la dirección		
10 - MEJORA	10.1 - Generalidades		
	10.2 - No conformidades y acciones correctivas		
	10.3 - Mejora continua		

Fuente: Elaboración propia

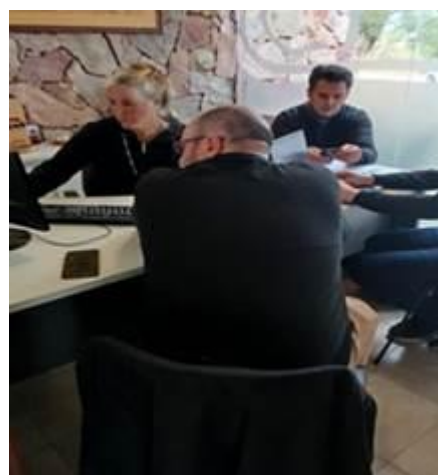
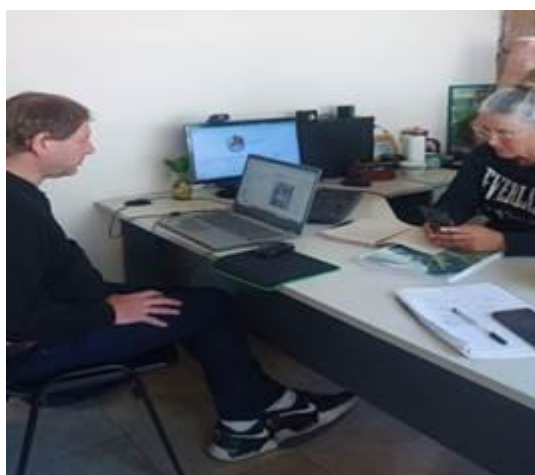


Imagen 75: Reunión en destino para la implementación de la norma 42.101

Fuente: Elaboración propia

3.2.3.4. Análisis de cumplimiento de requisitos y hallazgos

A partir del relevamiento técnico realizado se identificó un cumplimiento parcial y progresivo de los requisitos establecidos por la Norma IRAM 42.101. La revisión evidencia un moderado nivel de motivación institucional, acompañado de una apertura favorable hacia la mejora continua y el fortalecimiento de los procesos de gestión turística inteligente.

Los principales **hallazgos y observaciones técnicas** pueden resumirse en los siguientes puntos:

- **Compromiso institucional y estructura organizativa:** El municipio ha manifestado voluntad de consolidar su sistema de gestión DTI. Sin embargo, aún no se cuenta con un organigrama formalizado y completo, ni con perfiles de puesto sistematizados para todos los roles del equipo técnico. Se ha asumido el compromiso de regularizar esta situación, incorporando descripciones de funciones, evaluación de competencias y diseño de puestos clave.
- **Infraestructura y servicios críticos:** Se identificaron desafíos en aspectos vinculados a la infraestructura tecnológica y de conectividad. La limitada cobertura de la empresa Movistar fue señalada como una barrera para el desarrollo digital del destino. Asimismo, se propuso fortalecer la ciberseguridad y la protección de datos personales, mediante la implementación de medidas técnicas y protocolos de disponibilidad de los sistemas informáticos municipales.
- **Gestión ambiental y accesibilidad:** Se advierte la ausencia de un relevamiento sistemático de prácticas ambientales y condiciones de accesibilidad en los alojamientos y servicios turísticos. En consecuencia, el municipio asumió el compromiso de iniciar un registro detallado y progresivo de estas variables, así como de visibilizar dicha información en los canales oficiales de promoción turística.
- **Movilidad y capacidad de carga:** Si bien se reconocen avances en la ordenación del tránsito turístico, aún no se cuenta con mecanismos formales de control de capacidad de carga vehicular, especialmente en áreas sensibles como los balnearios. Se propuso el desarrollo de herramientas de medición y seguimiento, junto con la incorporación de estrategias para el ordenamiento del transporte de media y larga distancia en clave de sostenibilidad y accesibilidad.
- **Planificación y evaluación:** El municipio presenta objetivos DTI definidos, pero aún no ha desarrollado mecanismos sistemáticos para medir sus resultados. Se propuso completar las fichas de objetivos, incorporar indicadores de seguimiento y revisar la eficacia de las acciones implementadas para mitigar riesgos ambientales y sociales.
- **Información al visitante y defensa del consumidor:** Se identificó como oportunidad de mejora el fortalecimiento de la información brindada en las oficinas turísticas, incluyendo contenidos sobre seguridad vial, recomendaciones ambientales, salud y mecanismos de defensa del consumidor. Estas acciones

contribuirán a elevar la calidad del servicio y a fortalecer la relación con las personas turistas.

Conclusión general

El diagnóstico realizado evidencia que el municipio de Nono se encuentra en una etapa de avance intermedio en la implementación de la Norma IRAM 42.101. El compromiso institucional es creciente, aunque aún es necesario robustecer la planificación estratégica, la documentación operativa y la implementación efectiva de los requisitos normativos. Se valoran positivamente los compromisos asumidos, que constituyen una base sólida para las próximas etapas del proceso de mejora continua.

3.2.4. Segunda asistencia técnica - implementación de la Norma IRAM 42.101 en el municipio de Villa General Belgrano

Durante las jornadas se trabajó de manera presencial con los equipos técnicos municipales, promoviendo un enfoque participativo, transversal e interáreas. Se avanzó en la identificación de prácticas existentes, en el análisis del grado de cumplimiento normativo y en la elaboración de un plan de acción adaptado a las particularidades del destino. Asimismo, se asumieron compromisos clave orientados a consolidar los avances alcanzados y a fortalecer las capacidades locales para la gestión inteligente

Los aportes derivados de esta instancia resultan fundamentales para la construcción de una hoja de ruta viable y contextualizada que permita al municipio avanzar en la auditoría interna previa a la certificación del sistema de gestión DTI.

Documento complementario: [Informe 02 - Implantación norma IRAM 42101 - Villa General Belgrano](#)

3.2.4.1. Actores participantes

Durante las jornadas de asistencia técnica en el municipio de Villa General Belgrano, se llevaron a cabo reuniones específicas con los equipos responsables de áreas clave para el cumplimiento de los requisitos de la Norma IRAM 42.101.

- Reunión de revisión de requisitos de gestión ambiental y accesibilidad: Desarrollada en la oficina de información turística del municipio, contó con la participación de las **informantes Lara Acevedo, Rocío Rivero y Ana Pérez**.
- Reunión técnica para la elaboración de documentación del sistema de gestión DTI: Coordinada junto a la **Directora de turismo, Cintia Valdez**, se abordaron aspectos relacionados con la formalización documental de políticas, objetivos, procedimientos internos y organigrama institucional.

3.2.4.2. Cronograma de trabajo

Tabla 30: Cronograma desarrollado en Villa General Belgrano

Fecha	Horario	Actividad
03/06	De 9 a 17hs	Revisión, corrección y aprobación de las actividades pendientes de la comisión anterior
04/06	De 9 a 17hs	Elaboración del plan de gestión del DTI, de los objetivos del DTI y de la planificación para lograrlos. Elaboración de la matriz de riesgos del DTI y la planificación de acciones para prevenir o minimizar el impacto de los mismos
05/06	De 9 a 17hs	Elaboración de la documentación vinculada a la transversalidad de los procesos. Relevamiento de los requisitos de accesibilidad y gestión ambiental en la oficina de información turística. Revisión del análisis de contexto elaborado
06/06	De 9 a 17hs	Relevamiento de la legislación y demás documentación externa aplicable al DTI. Revisión del Manual del DTI y de las acciones planificadas para la gestión ambiental

Fuente: Elaboración propia

3.2.4.3. Plan de acciones desarrolladas

En esta sección se sistematizan los requisitos abordados durante la segunda asistencia técnica en Villa General Belgrano y las acciones sugeridas para su implementación o mejora.

Tabla 31: Plan de acción desarrollado en Villa General Belgrano

Eje	Requisitos tratados		Acciones sugeridas
REQUISITOS CAPÍTULO 8	8.1 - Planificación y control operacional	x	
8.2. - Gobernanza	8.2.1 - Gobernabilidad	x	
	8.2.2 - Participación y gestión abierta	x	
	8.2.3 - Gestión digital	x	
	8.2.4 - Planeamiento urbano y usos del suelo	x	
	8.2.5 - Movilidad y transporte	x	
8.3. - Sostenibilidad	8.3.1 - Economía	x	

	8.3.2 - Ambiente	x	
	8.3.3 - Social	x	
	8.3.4 - Seguridad sanitaria	x	
	8.3.5 - Seguridad ciudadana	x	
	8.3.6 - Prevención de la explotación de niños, niñas y adolescentes	x	
8.4. - Innovación	-	x	Identificar practicas innovadoras de otras secretaria de turismo y de prestadores privados de otras localidades
8.5 - Eje accesibilidad e inclusión	-	x	Planificar capacitaciones sobre accesibilidad a prestadores
8.6. – Eje Tecnología	8.6.1 - Infraestructura de telecomunicaciones	x	
	8.6.2 - Aplicaciones y/o plataformas informáticas	x	Incluir alguna evidencia de como se monitorea la capacidad de carga en la fiesta de las cerveza
	8.6.3 - Promoción y marketing	x	Subir a la web o promoción los alojamientos, atractivos y restaurantes accesibles Subir a la web o promoción los alojamientos, atractivos y restaurantes que realicen prácticas ambientales
	8.6.4 - Seguridad informática	x	Consultar al área de sistemas como se protegen los datos personales que se generan
4 - CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	4.1 - Comprensión de la organización y de su contexto	x	
	4.2 - Compresión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	x	
	4.3 - Determinación del alcance del sistema de gestión DTI	x	
	4.4 - Sistema de gestión DTI y sus procesos	x	

	4.5 - Desarrollo y mejora de los ejes del Destino Turístico Inteligente	x	
5 - LIDERAZGO	5.1 - Liderazgo y compromiso	x	
	5.2 - Política	x	
	5.3 - Roles, responsabilidades y autoridades en la organización	x	
6 - PLANIFICACIÓN	6.1 - Acciones para abordar la gestión del DTI		Evaluar al eficacia de las acciones tomadas
	6.1.1 - Generalidades		
	6.1.2 - Proceso de planificación		
	6.1.3 - Plan de gestión del DTI		
	6.2 - Objetivos del DTI y planificación para lograrlos	x	Realizar una primera medición de los resultados de los objetivos
	6.2.1 - Objetivos del DTI	x	
	6.2.2 - Planificación para lograrlos	x	
7 - APOYO	7.1 - Recursos	x	
	7.2 - Competencia	x	
	7.3 - Toma de conciencia	x	
	7.4 - Comunicación		
	7.5 - Información documentada	x	
	7.5.1 - Generalidades	x	
	7.5.2 - Creación y actualización	x	
	7.5.3 - Control de la información documentada		
9 - EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	9.1 - Seguimiento, medición, análisis y evaluación		
	9.2 - Auditoría interna		
	9.3 - Revisión por la dirección		
10 - MEJORA	10.1 - Generalidades		

	10.2 - No conformidades y acciones correctivas		
	10.3 - Mejora continua		

Fuente: Elaboración propia



Imagen 76: Reunión en destino para la implementación de la norma 42.101

Fuente: Elaboración propia

3.2.4.4. Análisis de cumplimiento de requisitos y hallazgos

Durante la segunda asistencia técnica, se evidenció un alto nivel de cumplimiento de los requisitos establecidos por la Norma IRAM 42.101. El destino ha avanzado significativamente en la consolidación de su sistema de gestión como Destino Turístico Inteligente, con acciones concretas en materia de planificación, gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, innovación y tecnología.

Compromisos asumidos por el destino

Durante esta etapa del proceso de implementación de la Norma IRAM 42.101, el destino asumió una serie de compromisos operativos y estratégicos, orientados a mejorar tanto la evidencia de cumplimiento como la eficacia del sistema de gestión DTI. Estos compromisos abarcan diversos ejes y requisitos normativos, y evidencian una voluntad clara de avanzar en la mejora continua. Se destacan:

- **Innovación aplicada a la gestión turística:** Se propuso como objetivo identificar buenas prácticas innovadoras desarrolladas por otras secretarías de turismo y prestadores privados, tanto a nivel regional como nacional, con el fin de analizarlas y evaluar su posible transferencia al contexto local. Esta acción se vincula directamente con el eje 8.4 de la norma.
- **Promoción de la accesibilidad y sostenibilidad:** En el marco del eje 8.6.3 de promoción y marketing, se asumió el compromiso de visibilizar, mediante

los canales de comunicación institucional (web oficial y otros medios), los alojamientos, atractivos y establecimientos gastronómicos que cuenten con condiciones de accesibilidad física, comunicacional o actitudinal. Asimismo, se replicará esta acción para aquellos establecimientos que implementen prácticas de gestión ambiental responsables. Esto se alinea además con los ejes de accesibilidad (8.5) y ambiente (8.3.2), fortaleciendo la coherencia del mensaje institucional con los valores del destino.

- **Capacitación en accesibilidad:** Se acordó avanzar en la planificación de espacios de formación específicos dirigidos a los prestadores de servicios turísticos, con el objetivo de fortalecer sus capacidades para ofrecer experiencias turísticas inclusivas.

- **Gestión de grandes eventos y capacidad de carga:** Se propuso documentar y generar evidencia específica respecto al monitoreo de la capacidad de carga durante eventos de alta concentración de visitantes, como la Fiesta de la Cerveza.

- **Protección de datos personales y seguridad informática:** En línea con el requisito 8.6.4, se planteó como prioridad indagar y documentar las medidas vigentes para asegurar la integridad, confidencialidad y disponibilidad de los datos personales gestionados por el municipio, así como garantizar la operatividad de los sistemas digitales utilizados. Esta acción fortalece el enfoque transversal de seguridad digital y gestión de riesgos.

Conclusiones

En términos generales, se observa una elevada motivación institucional para avanzar en la implementación de la Norma y consolidar la gestión del destino bajo los principios de la inteligencia turística. El compromiso de los equipos técnicos y de gestión se refleja en la apropiación del modelo, en el cumplimiento sostenido de los requisitos normativos y en la proactividad para abordar los desafíos pendientes.

SUBTAREA 3.3: AUDITORÍA INTERNA PARA LA REVISIÓN DE CONFORMIDAD CON LOS REQUISITOS DEL SGC DE LA NORMA IRAM 42101, Y DEL CUMPLIMIENTO DE LA PLANIFICACIÓN ESTIPULADA

3.3.1. Auditoría Interna del Sistema de Gestión conforme a la Norma IRAM 42.101 del Municipio de Nono

3.3.1.1. Auditoría Interna

Documento complementario: [Informe auditoria interna](#)

La auditoría interna se llevó a cabo el día 22 de mayo de 2025 en la sede de la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Nono, con el objetivo de verificar la conformidad del Sistema de Gestión del Destino Turístico Inteligente con los requisitos de la Norma IRAM 42.101, así como el cumplimiento de la planificación estipulada en el marco del proceso de implementación.

Alcance de la auditoría:

Incluyó todos los servicios brindados por la Secretaría de Turismo: promoción turística, información turística, capacitación, circuitos guiados y desarrollo de productos turísticos. Se auditaron todos los procesos, documentos internos y externos, indicadores, procedimientos operativos y la estructura del sistema de gestión.

Metodología aplicada:

- Revisión documental del sistema.
- Entrevistas al personal técnico y responsables del sistema de gestión.
- Verificación en sitio de prácticas y registros.
- Evaluación del cumplimiento de los requisitos normativos según los capítulos 4 a 10 de la Norma IRAM 42.101.
- Reunión final de cierre con análisis de hallazgos y acuerdo sobre compromisos asumidos.

3.3.1.2. Hallazgos de la Auditoría Interna

Los hallazgos fueron clasificados en tres categorías: fortalezas, observaciones y oportunidades de mejora. No se detectaron no conformidades.

A. Fortalezas:

- Existencia de procesos operativos activos y con seguimiento.
- Avance en la documentación de políticas, objetivos y procedimientos.
- Incorporación progresiva de indicadores y herramientas de gestión digital.

B. Observaciones

- **5.3 – Roles, responsabilidades y autoridades:** El organigrama institucional no contempla todos los puestos definidos en los documentos internos (documento D6). Se requiere su actualización formal y validación.
- **8.2.5 – Movilidad y transporte:** Falta identificación formal de políticas de seguridad vial y ausencia de acciones sistemáticas para la mejora del transporte turístico de media y larga distancia que opera en el destino.

C. Oportunidades de mejora

- **7.3 – Toma de conciencia:** Se detectó la necesidad de fortalecer la comunicación interna de las políticas y objetivos institucionales hacia todo el personal, para mejorar su nivel de apropiación y alineamiento con el modelo de gestión.

D. Revisión de indicadores y riesgos

- Se identificaron 13 riesgos en el sistema. De ellos, 6 se encuentran en proceso de implementación. En 4 casos, la implementación de acciones redujo la probabilidad o el impacto del riesgo, y en 3 casos, aunque se actuó correctamente, la calificación del riesgo se mantuvo.
- Se identificaron 8 oportunidades, todas incorporadas a los objetivos estratégicos del sistema y con planes de acción y resultados actualizados.

3.3.1.3. Revisión por la Dirección

Documento complementario: [Informe de Revisión por la Dirección](#)

Como parte del ciclo de mejora continua, se realizó una sesión formal de Revisión por la Alta Dirección, donde se analizaron los resultados de la auditoría, el desempeño del sistema, y se establecieron nuevas líneas de acción.

Elementos considerados:

- Desempeño general del sistema y cumplimiento de objetivos.
- Resultados de la encuesta de satisfacción turística de verano 2025:

- 82% calificó su experiencia como “muy buena”, 17% “buena”.
- 51% otorgó 10 puntos a la probabilidad de recomendar Nono.
- Nivel de ocupación hotelera: promedio del 80%, con picos del 95% en fines de semana de alta temporada.
- Procedencia mayoritaria de turistas: CABA (18%), Córdoba (13%), Provincia de Buenos Aires (11%), entre otras.

Acciones y decisiones acordadas:

- Medir el gasto promedio por turista, como nuevo indicador económico.
- Desarrollar nuevos productos turísticos, como bici-turismo y avistaje de aves.
- Fortalecer acciones de promoción conjunta con otros municipios de la región.
- No se identificaron necesidades inmediatas de modificación del sistema DTI.
- La dirección aseguró recursos suficientes para sostener los procesos vigentes.

3.3.1.4. Conclusiones preliminares

La auditoría interna ha evidenciado un avance sólido y consistente en la implementación del Sistema de Gestión DTI conforme a la Norma IRAM 42.101. Se verificó el cumplimiento de la mayoría de los requisitos normativos, la existencia de documentación clave, y el compromiso institucional por sostener y mejorar el sistema.

No se detectaron no conformidades. Sin embargo, se identificaron dos observaciones puntuales y una oportunidad de mejora cuya atención permitirá consolidar el sistema de gestión y elevar su nivel de madurez.

3.3.2. Auditoría Interna del Sistema de Gestión conforme a la Norma IRAM 42.101 del Municipio de Villa General Belgrano

3.3.2.1. Auditoría interna

Documento complementario: [Informe de Auditoría Interna](#)

La auditoría interna se realizó el día 9 de junio de 2025, de forma presencial, en la sede de la Secretaría de Turismo de Villa General Belgrano, con el objetivo de evaluar el grado de cumplimiento del Sistema de Gestión DTI conforme a los requisitos de la Norma IRAM 42.101 y verificar la implementación de la planificación prevista en la etapa 2 del proyecto.

Alcance de la auditoría: Incluyó los servicios gestionados por la Secretaría de Turismo: promoción turística, información al visitante, capacitación, circuitos guiados y elaboración de estadísticas turísticas. Se auditaron procesos estratégicos, operativos y de soporte, así como la documentación interna y los indicadores definidos por el sistema de gestión.

Metodología aplicada:

- Revisión de documentación del sistema (manual, procedimientos, registros).
- Entrevistas con responsables técnicos y directivos.
- Verificación del alcance, consistencia de indicadores y control de la información documentada.
- Identificación de fortalezas, observaciones y oportunidades de mejora.
- Reunión final de devolución con puesta en común de hallazgos.

3.3.2.2. Hallazgos

Los hallazgos se clasificaron según su naturaleza, conforme a la práctica estándar de auditoría interna. No se registraron no conformidades.

A. Fortalezas

- Existencia de un sistema de gestión en funcionamiento, con un alto grado de avance en la formalización documental.
- Integración activa de la Secretaría de Turismo en la generación de indicadores de desempeño.
- Alto compromiso del equipo técnico con la mejora continua del destino como DTI.

B. Oportunidades de mejora

- **8.1 – Planificación y control operacional:** Se sugiere referenciar explícitamente en el punto 8.1 del Manual de la Calidad los procedimientos operativos que actualmente están en uso, para mejorar la trazabilidad y la evidencia del proceso de planificación institucional.

C. Observaciones

- **5.2 – Política:** La política del DTI no ha sido comunicada formalmente a las partes interesadas, lo cual limita su impacto y apropiación por parte de actores internos y externos.

- **8.6.3 – Promoción y marketing:** Se carece de evidencias claras que demuestren la promoción activa de los criterios de accesibilidad del DTI en los canales institucionales de difusión (web, redes, materiales gráficos).

D. No conformidades

- No se consignaron no conformidades.

3.3.2.3. Revisión por la Dirección

Documento complementario: [Informe de Revisión por la Dirección](#)

En cumplimiento del ciclo de mejora continua, se realizó una instancia formal de **revisión por la alta dirección**, con participación de la Secretaría de Turismo y el equipo técnico.

Aspectos considerados:

- **Estado de acciones previas:** No aplicable (primera auditoría formal).
- **Cambios contextuales:** Se revisó el análisis FODA sin identificarse cambios significativos en factores internos o externos.
- **Desempeño del sistema:**
 - No se registraron no conformidades.
 - Se desarrollaron mediciones de desempeño con resultados documentados.
- **Gestión de riesgos y oportunidades:** Se identificaron 16 riesgos, con acciones en curso sobre seis de ellos y mejoras en la calificación de impacto/probabilidad en otros siete. Las 6 oportunidades detectadas fueron incorporadas a los objetivos, con acciones planificadas y resultados actualizados.
- **Mejora continua:**
 - Potenciar la proyección internacional del destino.
 - Desarrollar soluciones tecnológicas y productos turísticos innovadores.
 - Profundizar la obtención y uso de datos turísticos.
 - Mejorar la promoción digital y la visibilidad de prestadores sostenibles y accesibles.
- **Cumplimiento de los ejes del capítulo 8:** Alto nivel de cumplimiento, con indicadores en proceso de validación.

- **Satisfacción de turistas:** Encuesta verano 2025: 88% calificó su experiencia como “muy buena”, 11% como “buena”. Variables del mercado: Ocupación hotelera promedio del 85%, con picos del 95% en fines de semana. Estimación del gasto promedio del turista incluyendo alimentación, recreación y compras.

Acciones acordadas:

- Publicar en los canales institucionales la oferta turística accesible y ambientalmente responsable.
- Programar capacitaciones específicas sobre accesibilidad para prestadores locales.
- Mantener los recursos actuales asignados al sistema de gestión DTI.

3.3.2.4. Conclusiones preliminares

El proceso de auditoría interna y revisión por la dirección permitió constatar que Villa General Belgrano ha alcanzado un alto grado de cumplimiento de los requisitos de la Norma IRAM 42.101, demostrando avances significativos en la consolidación de su sistema de gestión DTI.

Si bien se registraron dos observaciones puntuales y una oportunidad de mejora técnica, no se detectaron no conformidades que afecten la validez del sistema.

Las observaciones deberán ser subsanadas mediante acciones correctivas internas, cuya eficacia podrá verificarse en la siguiente auditoría.

3.3.3. Conclusión general – Auditoría interna y Revisión por la Dirección

La Subtarea 3.3 constituyó una fase clave dentro del proceso de implementación de la Norma IRAM 42.101, ya que permitió consolidar el sistema de gestión en cada uno de los destinos a través de la realización de auditorías internas, la identificación de hallazgos técnicos relevantes y la concreción de espacios de revisión por parte de la alta dirección, orientados al aseguramiento de la mejora continua.

3.3.3.1. Síntesis del nivel de madurez del destino: Nono

El municipio de Nono presenta un **avance intermedio** en la implementación de la Norma IRAM 42.101. Si bien existe un compromiso creciente de las autoridades locales, aún es necesario fortalecer componentes críticos del sistema, como la planificación estratégica, la formalización de la documentación operativa y el despliegue efectivo de ciertas acciones requeridas por la norma.

La auditoría interna permitió identificar avances sustanciales, especialmente en la comprensión del modelo, en la generación de compromisos y en la adopción de prácticas iniciales. No se registraron no conformidades, pero sí observaciones y oportunidades de mejora que deben ser abordadas con urgencia para garantizar la solidez del sistema.

Estado frente a la certificación: El destino **requiere completar la implementación de acciones correctivas, fortalecer su estructura documental y consolidar prácticas sistemáticas**, antes de poder someterse a un proceso de certificación externa con garantías.

3.3.3.2. Síntesis del nivel de madurez del destino: Villa General Belgrano

El destino presenta un **nivel avanzado de implementación**, con un sistema de gestión activo, documentado y funcional. La evidencia auditada confirma un cumplimiento sólido de los requisitos normativos, sin registro de no conformidades, y con observaciones puntuales que no comprometen la integridad del sistema.

Se observa una fuerte apropiación institucional del modelo DTI. La Secretaría de Turismo ha demostrado liderazgo y coordinación interáreas, así como una clara disposición para integrar nuevas prácticas vinculadas a accesibilidad, sostenibilidad e innovación. El equipo técnico ha incorporado indicadores, formalizado procesos y establecido compromisos concretos que elevan significativamente la madurez del destino frente a la Norma.

Estado frente a la certificación: El sistema se encuentra **en condiciones de ser sometido a una auditoría de tercera parte**, con altas probabilidades de éxito en la obtención de la certificación, una vez subsanadas las observaciones técnicas menores.

3.3.3.3. Recomendación final

Avanzar con un seguimiento sistemático de los planes de mejora, brindar apoyo técnico puntual a Nono en el cierre de brechas y acompañar a Villa General Belgrano en la articulación con un organismo certificador de tercera parte, como próximos pasos estratégicos hacia la consolidación del modelo DTI en la región.

El proceso de acompañamiento en la implementación de la Norma IRAM 42.101 ha sido clave para fortalecer la madurez institucional y técnica de ambos municipios, instalando capacidades duraderas, promoviendo la autogestión del sistema y validando la metodología aplicada en el marco del programa provincial de Destinos Turísticos Inteligentes.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Córdoba Turismo. (2024). *Estrategias de impulso turístico. Programa de gestión 2024 – 2027*. Agencia Córdoba Turismo

Asociación Española de Normalización. (junio de 2018). UNE 178501:2018. Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Requisitos. Madrid, España.

Asociación Española de Normalización. (2018). UNE 178502:2018. Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes. Madrid, España.

Bertoncello, R. (2006). *Turismo, territorio y sociedad. El “mapa turístico de la Argentina”*. América Latina: ciudad, campo y turismo. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Disponible en: <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/coediciones/20100729092348/18berton.pdf>

Consejo Federal de Inversiones y Fundación Mediterránea. (2018). *Análisis de políticas públicas para fortalecer el sector turismo y propuestas de implementación en la provincia de Córdoba*. Consejo Federal de Inversiones. Disponible en: http://biblioteca.cfi.org.ar/wp-content/uploads/sites/2/2019/06/informe-final_ieral_cfi-turismo.pdf

Consejo Mundial de Turismo Sostenible. (10 de octubre de 2024). *Sostenibilidad como una visión de valor para nuestros servicios: Presentación AOCA & GSTC*.

Córdoba Turismo. (2024). *Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2030*. Disponible en: <https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2024/01/PETS2020.pdf>

BID (2016). Anexo de indicadores de la guía metodológica del Programa de Ciudades Emergentes y Sostenibles.

Doran, G. T. (1981). There's a S.M.A.R.T. Way to Write Management's Goals and Objectives. Management Review.

García Moreno, B., & Fernández Alcantud, Á. (2023). *El modelo destinos turísticos inteligentes (DTI): La apuesta por la sostenibilidad turística*. Disponible en: <https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/426/GARCI%CC%81A%20MORENO%20Y%20FERNA%CC%81NDEZ%20ALCANTUD.pdf>

Gobierno de la Provincia de Córdoba, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia, Subsecretaría de Niñez, Adolescencia y Familia. (Año). *Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes en Viajes y Turismo: Cartillas de Orientación en Prevención de Violencias hacia Niñas, Niños y Adolescentes*. Córdoba, Argentina. Disponible en: <https://www.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2017/04/Cartilla-Explotacion-sexual-en-viajes-y-turismo.pdf>

Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM). (2022). *IRAM 42101: Sistemas de gestión de destinos turísticos inteligentes. Requisitos* (Primera edición). 14 de octubre de 2022.

Ley N° 25.997 de 2005. Ley Nacional de Turismo. 5 de enero de 2005 Disponible en: <https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/100000-104999/102724/norma.htm>

Ley N° 9.124 de 2003. *Ley de Turismo Provincial*. 06 de agosto de 2003. B.O.: 22 de Septiembre de 2003 Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/provincial/ley-9124-123456789-0abc-defg-421-9000ovorpyel/actualizacion>

Ley N° 10.312 de 2015. *Regionalización turística provincial*. 28 octubre de 2015. B.O.: 26 de noviembre de 2015. Disponible en: <http://web2.cba.gov.ar/web/leyes.nsf/85a69a561f9ea43d03257234006a8594/9afecd4c81d741be03257f090072777e?OpenDocument>

Ley N° 8.792 de 1999. *Estatuto de la Agencia Córdoba Turismo*. B.O.: 27 de septiembre de 1.999. Disponible en: <https://leyes.justiciacordoba.gob.ar/cgi-bin/koha/opac-retrieve-file.pl?id=04349aa7837daa6ea2e9b727abbd54d7>

Ley 8.801 de 1999. Ley de Turismo Alternativo. 15 de octubre de 1.999. Disponible en: <https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2018/08/6LeyDecretoTA.pdf>

Demás normas legales citadas en cuadro normativo

Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda. Presidencia de la Nación. (2.018) *Plan Estratégico Territorial Villa Tulumba*. Provincia de Córdoba. Disponible en

https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/plan_estrategico_territorial_villa_tulumba.pdf

Municipalidad de Miramar de Ansenuza. (2024). *Ordenanza N° 1484/2024: Estructura Orgánica*.

Municipalidad de Nono. (2018). *Código Municipal de Urbanismo y Edificación de Nono*. Municipio de Nono. Disponible en: https://nono.gob.ar/wp-content/uploads/2020/08/CODIGO-URBANO-Y-DE-EDIFICACION-DE-NONO-MODIF-2019_liv.pdf

Municipalidad de Nono. (2023). *Ordenanza N° 1186/2023: Organigrama municipal*. Disponible en: <https://www.nono.gob.ar/wp-content/uploads/2023/12/Ordenanza-No-1186-Organigrama-Municipal-05.12.2023.pdf>

Municipalidad de Nono. (Año). *Proceso de Ordenamiento Territorial para el Desarrollo Sustentable y Sostenible de la Localidad de Nono, Valle de Traslasierra, Córdoba*. Informe inédito

Municipalidad de Villa Tulumba. (2023). *Ordenanza N° 489/2023: Ordenanza Orgánica Municipal*. Disponible en: http://boletinoficial.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2024/08/69128_489-2023-Organica-Municipal-Tulumba.pdf

Organización Mundial del Turismo (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica*. Madrid, España.

Programa Nacional de Emprendedores para el Desarrollo Sustentable (PROESUS). (sf). *Manual de métricas e indicadores para emprendimientos sustentables* (Versión 1.0). Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, Presidencia de la Nación. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/manual_metricas_e_indicadores_para_emprendimientos_sustentables_proesus_v1.0.pdf

Pulido Fernández, M. de la C. (2014). Metodología para la implantación de la gobernanza como herramienta de gestión de destinos turísticos (Tesis doctoral, Universidad de Jaén). [ISBN: 978-84-8439-882-0]

Secretaría de Ambiente. (2023, diciembre). *Unificación de la simbología para la separación de residuos sólidos urbanos*. Ministerio de Coordinación, Gobierno de la Provincia de Córdoba. Disponible en: <https://secretariadeambiente.cba.gov.ar/wp-content/uploads/2021/03/Manual-Simbologia-Residuos-AmbienteCORREGIDO-1-1.pdf>

SEGITTUR. (s.f.). Destinos Turísticos Inteligentes. Recuperado de <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/>

SEGITTUR. (2020). *Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Gijón/Xixón para su potencial transformación en Destino Turístico Inteligente*. SEGITTUR. Disponible en: <https://gijonturismoprofesional.es/files/shares/Corporativo/DTI/IDPADI%20GIJON%20DEF.pdf>

SEGITTUR. (2015). *Libro blanco Destinos Turísticos Inteligentes: construyendo el futuro*. SEGITTUR. Disponible en: <https://www.segittur.es/wp-content/uploads/2019/11/Libro-Blanco-Destinos-Turisticos-Inteligentes.pdf>

Subsecretaría de Discapacidad, Rehabilitación e Inclusión del gobierno de Córdoba. (sf) *10 Pautas para el Turismo Accesible*. Disponible en: <https://ministeriodesalud.cba.gov.ar/wp-content/uploads/2019/11/MANUAL-PAUTAS-TURISMO-ACCESIBLE.pdf>

Subsecretaría de Reforma Institucional y Fortalecimiento de la Democracia. (junio de 2017). *Normativa Provincial Vigente en Acceso a la Información Pública: Provincia de Córdoba*. Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, Presidencia de la Nación. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/acceso_a_la_informacion_publica_-_provincia_de_cordoba.pdf

Subsecretaría de Turismo. (s.f). *SINTA - Sistema de Información Turística de La Argentina* Disponible en: <https://www.yvera.tur.ar/sinta/>

Tapella, E. (2007). El mapeo de actores claves (Versión preliminar). Documento de trabajo del Proyecto: "Efectos de la biodiversidad funcional sobre procesos ecosistémicos, servicios ecosistémicos y sustentabilidad en las Américas: un abordaje interdisciplinario", financiado por el Inter-American Institute for Global Change Research (IAI). Disponible en: <https://planificacionsocialunsj.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/09/quc3a9-es-el-mapeo-de-actores-tapella1.pdf>

Torres Delgado, A. (2010). Los sistemas de indicadores: Instrumentos para la medición y gestión de la sostenibilidad turística en España. Grup de Recerca Consolidat Anàlisi Territorial i Desenvolupament Regional.

UNE-ISO (2021). Norma UNE-ISO 21902. Turismo y servicios relacionados – Turismo accesible para todos – Requisitos y recomendaciones.

UNWTO. (2014). Manual sobre Turismo Accesible para Todos. Organización Mundial del Turismo.