

PROVINCIA DE CÓRDOBA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**OBSERVATORIO ECONÓMICO DE
TURISMO SOSTENIBLE DE CÓRDOBA**

INFORME FINAL

JULIO 2026

METRIX



INFORME FINAL

OBSERVATORIO ECONÓMICO DE TURISMO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA CÓRDOBA Y PLATAFORMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA BIN

Julio 2026

Índice

INTRODUCCIÓN	8
TAREA I. DIAGNÓSTICO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA LOCAL	9
1.1 Reunión de inicio y presentación del equipo	9
1.1.1 Identificación de Municipios	11
1.1.2 Definición del esquema de capacitaciones y estrategias de incorporación	11
1.1.3 Identificación preliminar de stakeholders	12
1.2. Reunión con los municipios participantes y Relevamiento de capacidades locales	12
1.2.1 Entrevistas y relevamiento de antecedentes en producción de datos turísticos	14
1.2.2 Análisis de necesidades de información de los municipios	14
1.2.3 Evaluación de herramientas y capacidades tecnológicas existentes	15
1.3 Talleres participativos sobre Necesidades de Información	16
1.4 Elaboración del análisis FODA	16
1.4.1 Fortalezas	17
1.4.2 Oportunidades	17
1.4.3 Debilidades	18
1.4.4 Amenazas	18
TAREA II. IMPLEMENTACIÓN DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD Y ESTUDIOS DE EMPLEO	19
2.1. Definición de indicadores de sostenibilidad e implementación	19
2.1.1 Desarrollo de indicadores adaptados a la realidad provincial	20
Indicadores económicos:	20
Indicadores ambientales:	22
Indicadores Sociales:	22
2.1.2 Implementación en las mediciones de los indicadores de sostenibilidad en turismo	23
2.1.3 Elaboración de una guía metodológica	25
2.2 Implementación del relevamiento de empleo en turismo	28
2.2.1 Definición de variables clave sobre empleo en Turismo	28
2.2.2 Desarrollo y elaboración de los cuestionarios, formularios u otras herramientas de recolección de datos.	29
2.2.3 Implementación del relevamiento de empleo en turismo	29
TAREA III: ACTIVACIÓN, CAPACITACIÓN A NUEVOS USUARIOS, EXPANSIÓN EN EL USO DE LA PLATAFORMA BIN Y CUSTOMIZACIÓN POR REGIONES TURÍSTICAS DE LA PLATAFORMA BIN	30
3.1 Configuración de nuevos datos para la plataforma	30
3.2 Configuración y activación de la plataforma	31
3.2.1 Activación de servicios y usuarios	31
3.2.2 Seteo de formularios de carga de datos	32

3.2.2.1 Encuesta a Visitantes F2F	33
3.2.2.2 Encuesta de Alojamiento	38
3.2.2.3 Encuesta de Sostenibilidad	39
3.2.3 Seteo de tablero de datos	40
3.3 Configuración de la plataforma según regiones turísticas	43
3.4 Capacitación y expansión del uso de la Plataforma BIN	44
TAREA IV. ESCUCHA DIGITAL	47
4.1. Brief y Set Up de la herramienta	47
4.1.1 Objetivos consensuados con la Agencia Córdoba Turismo	47
4.1.2 Estructura de keywords por eje de análisis	48
4.1.3 Configuración de la herramienta Synthesio	49
4.2 Escucha Activa	50
4.2.1 Proceso de limpieza y depuración de información	50
4.2.2 Herramientas complementarias de análisis	51
4.3 Análisis de la información recolectada	52
4.3.1 Metodología de análisis	53
4.3.2 Resultados por eje de análisis	54
Motivaciones	54
Barreras	58
Precio	60
Grupo de Viaje	60
4.3.3 Elaboración de insights y recomendaciones	61
4.3.4 Identificación de marcas, referentes e influencers	62
4.3.5 Conclusiones	62
TAREA V: PRESENTACIÓN PÚBLICA DE RESULTADOS DEL OET.CÓRDOBA Y DE LA PLATAFORMA BIN	63
5.1. Organización y coordinación de un relevamiento piloto de datos	63
5.1.1. Implementación de la prueba piloto	69
5.1.2. Procesamiento y presentación de Datos Prueba Piloto	71
5.2. Actualización de Tableros de datos de la plataforma BIN	72
5.3 Incorporación de nuevas localidades y gestión de accesos a la plataforma BIN	92
5.4. Presentación de resultados	96

Índice de Figuras

Figura 1: Reunión de trabajo 14/01/2026	10
Figura 2: Reunión de trabajo 06/02/2026	10
Figura 3: Reunión con municipios 11/02/2026	13
Figura 4: Reunión con municipios 11/02/2026	13
Figura 5: Reunión de trabajo 26/02/2026	20
Figura 6: Reunión de trabajo	31
Figura 7: Formulario encuesta a visitantes F2F	33
Figura 8: Formulario encuesta a visitantes F2F	34
Figura 9: Formulario encuesta a visitantes F2F	35
Figura 10: Formulario encuesta a visitantes F2F	36
Figura 11: Formulario encuesta a visitantes F2F	37
Figura 12: Formulario Encuesta de Alojamiento	38
Figura 13: Formulario Encuesta de Alojamiento	38
Figura 14: Formulario Encuesta de Sostenibilidad	39
Figura 15: Formulario Encuesta de Sostenibilidad	40
Figura 16: Panel de datos - Plataforma BIN	41
Figura 17: Dashboard - Análisis IA - Plataforma BIN	42
Figura 18: Dashboard - Análisis IA - Plataforma BIN	42
Figura 19: Dashboard - Análisis IA - Plataforma BIN	43
Figura 20: Reunión de trabajo 19/03/2026	46
Figura 21: Presentación y capacitación de la plataforma BIN	46
Figura 22: Volumen de conversación.	52
Figura 23: Perfil de audiencia.	53
Figura 24: Evolución temporal de la conversación.	53
Figura 25: Motivadores principales.	55
Figura 26: Distribución de destinos.	56
Figura 27: Naturaleza.	57
Figura 28: Gastronomía.	58
Figura 29: Categorías analizadas.	59
Figura 30: Rutas.	60
Figura 31: Escapadas.	61
Figura 32: Reunión de capacitación para la prueba piloto	65
Figura 33: Reuniones bilaterales con municipios	65
Figura 34: Reuniones bilaterales con municipios	66
Figura 35: Taller de Sensibilización con municipios.	66
Figura 36: Taller de Sensibilización con municipios.	67
Figura 37: Reunión de Sensibilización con municipios.	68
Figura 38: Reuniones con Áreas de la ACT.	69
Figura 39: Encuestas - Plataforma BIN.	70

Figura 40: Afiche de promoción de la encuesta a visitantes vía QR.	70
Figura 41: Formulario de Reservas - Plataforma BIN.	71
Figura 42: Panel de datos - Plataforma BIN	73
Figura 43: Filtros del Dashboard - Alcance Geográfico - Plataforma BIN	73
Figura 44: Filtros del Dashboard - Alcance Temporal - Plataforma BIN	74
Figura 45: Filtros del Dashboard - Alcance Temporal - Plataforma BIN	74
Figura 46: Dashboard Actividad Turística - General - Plataforma BIN	75
Figura 47: Dashboard Actividad Turística - Volumen y Perfil - Plataforma BIN	75
Figura 48: Dashboard Actividad Turística - Volumen y Perfil - Plataforma BIN	76
Figura 49: Dashboard Actividad Turística - Comportamiento - Plataforma BIN	77
Figura 50: Dashboard Actividad Turística - Comportamiento - Plataforma BIN	77
Figura 51: Dashboard Actividad Turística - Comportamiento - Plataforma BIN	78
Figura 52: Ejemplo de Análisis IA - Plataforma BIN	79
Figura 53: Dashboard Oferta Turística - Plataforma BIN	79
Figura 54: Dashboard Planta Turística - Plataforma BIN	80
Figura 55: Dashboard Planta Turística - Plataforma BIN	81
Figura 56: Dashboard Competitividad - Plataforma BIN	82
Figura 57: Tablero Big Data “Análisis General” - Plataforma BIN	83
Figura 58: Tablero Big Data “Análisis General” - Plataforma BIN	84
Figura 59: Tablero Big Data “Análisis General” - Plataforma BIN	84
Figura 60: Tablero Big Data “Influencia” - Plataforma BIN	85
Figura 61: Tablero Big Data “Influencia” - Plataforma BIN	86
Figura 62: Tablero Big Data “Perfil de la Audiencia” - Plataforma BIN	87
Figura 63: Tablero Big Data “Perfil de la Audiencia” - Plataforma BIN	87
Figura 64: Tablero Sostenibilidad - Plataforma BIN	88
Figura 65: Tablero Sostenibilidad - Plataforma BIN	88
Figura 66: Tablero Sostenibilidad - Plataforma BIN	89
Figura 67: Tablero Economía - Plataforma BIN	89
Figura 68: Tablero Economía “Indicadores Argentina” - Plataforma BIN	90
Figura 69: Tablero Economía “Indicadores Argentina” - Plataforma BIN	90
Figura 70: Tablero Economía “Indicadores Brasil” - Plataforma BIN	91
Figura 71: Tablero Reservas - Plataforma BIN	92
Figura 72: Tablero Formularios - Plataforma BIN	92
Figura 73: Reuniones bilaterales - Taller de Inducción.	95
Figura 74: Reuniones bilaterales - Taller de Inducción.	95
Figura 75: Reuniones bilaterales - Taller de Inducción.	96

Índice de Tablas

Tabla 1: Participantes de la reunión de trabajo	9
Tabla 2: Localidades convocadas para el OET	11
Tabla 1: Roles y permisos en la plataforma. OET.Córdoba.	32
Tabla 2: Localidades según región.	44
Tabla 3: Participantes de la capacitación.	44
Tabla 4: Keywords por eje de análisis.	48
Tabla 5: Herramientas complementarias de análisis.	51
Tabla 6: Localidades participantes del Taller de Inducción	92
Tabla 7: Nuevas localidades incorporadas al observatorio	94
Tabla 8: Nuevas localidades incorporadas al observatorio	96

INTRODUCCIÓN

El presente informe expone los avances de la asistencia técnica orientada a la consolidación y expansión del Observatorio Económico de Turismo Sostenible de la Provincia de Córdoba y al fortalecimiento de la Plataforma de Inteligencia Turística BIN como herramienta estratégica para la gestión del sector. En esta instancia, se desarrollan los resultados correspondientes a las primeras etapas del proyecto, vinculadas al fortalecimiento de la base de información y a la incorporación de nuevas dimensiones analíticas.

En esta nueva fase, el Observatorio profundiza su desarrollo mediante la incorporación de tecnologías avanzadas para optimizar la recolección, procesamiento y análisis de datos, incluyendo mejoras en la visualización, funcionalidades interactivas, reportes personalizados y herramientas basadas en inteligencia artificial que permiten interpretar tendencias, generar proyecciones y automatizar procesos, elevando la calidad y eficiencia de la información.

Asimismo, se avanza en la ampliación de la cobertura territorial, la integración de nuevas fuentes de información, la implementación de indicadores de sostenibilidad, el desarrollo de estudios de empleo y el fortalecimiento del análisis del posicionamiento digital del destino. Este proceso contempla también la incorporación de actores del sector privado como usuarios del sistema, ampliando el alcance y uso de la información generada.

De este modo, el Observatorio se consolida como un sistema integral de información turística, orientado a producir evidencia de calidad que contribuya a la planificación estratégica, al desarrollo sostenible del turismo y a la mejora en la toma de decisiones de los distintos actores del sector.

TAREA I. DIAGNÓSTICO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA LOCAL

En la siguiente sección se aborda la primera etapa del proyecto, orientada a la ampliación de la red de municipios participantes del Observatorio y al diagnóstico de la información estadística turística a nivel local. En este apartado se describen las características del relevamiento realizado, incluyendo el análisis de las capacidades existentes en los destinos, el estado de desarrollo de los sistemas de producción y gestión de datos, así como las principales necesidades de información de los actores locales.

Asimismo, se contempla la evaluación del funcionamiento de las herramientas implementadas en etapas previas y la identificación de aspectos a fortalecer para mejorar la generación, sistematización y uso de la información estadística en el ámbito turístico provincial.

1.1 Reunión de inicio y presentación del equipo

El día 14/01/2026 se llevó a cabo una reunión de inicio de la asistencia técnica la cuál contó con la participación de las personas que se listan a continuación, pertenecientes tanto al equipo de la ACT como al equipo técnico de Metrix. La reunión se realizó con el fin de repasar los objetivos de la consolidación y expansión del Observatorio Económico de Turismo Sostenible de la Provincia de Córdoba y al fortalecimiento de la Plataforma de Inteligencia Turística BIN como herramienta estratégica para la gestión del sector.

Tabla 1: Participantes de la reunión de trabajo

Nombre	Sector
Javier Juárez	Agencia Córdoba Turismo
Jaquelina Grounds	Agencia Córdoba Turismo
Camilo Makón	Equipo Técnico Metrix
Luca Singerman	Equipo Técnico Metrix
Lautaro De Laurentiis	Equipo Técnico Metrix
Victoria Dowbley	Equipo Técnico Metrix

Fuente: elaboración propia

SPRINT 1:
Ampliación de la red de municipios y
Diagnóstico de información estadística local

- Reunión de inicio y coordinación con municipios.
- Reunión con los municipios participantes y Relevamiento de capacidades locales.
- Talleres participativos con municipios.
- Elaboración del análisis FODA

Logos: OET Córdoba, Agencia Córdoba Turismo, METRIX, CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES.

Participants: Lautaro De Laurentis, Victoria Dowbley, Luca Singerman, Estudios Sectoriales Cr Javier Juárez, J.

Figura 1: Reunión de trabajo 14/01/2026

Fuente: elaboración propia

Link a presentación del 14/01: [Presentación OET.Córdoba \(1\).pdf](#)

El día 06/02, se llevó a cabo una reunión con el mismo equipo de trabajo tanto de Metrix como de la Agencia Córdoba Turismo, en la cual se realizó una puesta en común y la definición de criterios para la incorporación de localidades al Observatorio. Además, se repasaron los lineamientos metodológicos del Observatorio y la incorporación de nuevos indicadores de sostenibilidad turística y de empleo.

Link a minuta del 06/02: [2026-02-06 Minuta Reunión de Trabajo - OET.Córdoba.pdf](#)

OBJETIVOS

1. Ampliar la cobertura del OET.CÓRDOBA.
2. Implementar indicadores de sostenibilidad en turismo.
3. Actualizar y mejorar la Plataforma de Inteligencia Turística BIN.
4. Obtener big data estratégica y un análisis e interpretación de intención, motivaciones, barreras de viaje, opiniones y detección de principales audiencias.
5. Capacitar a los nuevos actores del sector público y privado.
6. Realizar estudios de empleo en el sector turístico.
7. Desarrollar un análisis de posicionamiento digital del destino.
8. Ampliar la red de prestadores turísticos que aportan datos al OET.CÓRDOBA.
9. Facilitar el acceso del sector privado a la Plataforma BIN.
10. Incorporar nuevas tecnologías en la recolección, análisis y visualización de datos.
11. Garantizar la difusión de los resultados.

Logos: Córdoba, Agencia Córdoba Turismo, METRIX, CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES.

Participants: Lautaro De Laurentis, Pablo Singerman, Victoria Dowbley, Luca Singerman, Estudios Sectoriales Cr Javier Juárez, J.

Figura 2: Reunión de trabajo 06/02/2026

Fuente: elaboración propia

1.1.1 Identificación de Municipios

En la reunión se definieron las localidades a ser convocadas, durante esta primera etapa, basándose en su buen desempeño en experiencias previas, su manifestación de interés y disponibilidad de recursos técnicos y personal para formar parte del observatorio. Esta selección logra contar con representatividad de 8 de las 10 regiones turísticas de la provincia. A continuación se deja el listado de las localidades convocadas:

Tabla 2: Localidades convocadas para el OET

Región	Localidad
Traslasierra	Nono
Norte y Noroeste	Cerro Colorado y Villa Tulumba
Punilla	La Falda
Calamuchita	Sta. Rosa de Calamuchita
Sierras Chicas	Jesús María Colonia Caroya
Ansenuza	Miramar
Córdoba Capital	Córdoba Capital

Fuente: elaboración propia

A su vez, se definieron las localidades que deberán ser incorporadas posteriormente las cuales, al contar con sistemas de relevamiento propio, precisan de autorización para el envío de información. Estas son: Mina Clavero, Villa General Belgrano, Río Cuarto y Villa Carlos Paz.

1.1.2 Definición del esquema de capacitaciones y estrategias de incorporación

Se definieron los lineamientos metodológicos, acordando trabajar bajo el principio de centralización metodológica y descentralización operativa. Además, se resolvió que, en el marco de esta nueva asistencia, se incorporarán nuevos indicadores de sostenibilidad turística y de empleo, adoptando la metodología de trabajo de la Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de ONU Turismo, con la finalidad de monitorear y darle seguimiento a la implementación de prácticas que contribuyan a la sostenibilidad del sector.

Se acordó convocar a los municipios seleccionados a una reunión virtual el miércoles 11/02/26 con el objetivo de presentarle la propuesta de trabajo y promover la articulación institucional y operativa para llevar adelante las tareas previstas.

1.1.3 Identificación preliminar de stakeholders

En el marco del Observatorio Económico de Turismo Sostenible de la Provincia de Córdoba, se reconoce la importancia estratégica de la articulación con una amplia gama de actores clave, en tanto fuentes y usuarios de la información. Estos stakeholders comprenden al sector público, el sector privado y el ámbito académico, los cuales resultan fundamentales para la generación, validación y utilización de datos relevantes para el sistema.

Durante la primera etapa del Observatorio se llevaron adelante instancias de identificación, relevamiento y vinculación con estos actores, estableciendo una dinámica de trabajo colaborativo orientada a la producción y uso de información estadística turística. En este sentido, el sector público aporta información proveniente de distintas áreas de gobierno, el sector privado contribuye con datos sobre la actividad y las tendencias del mercado, y el ámbito académico brinda soporte analítico y metodológico.

En la presente etapa, si bien no se han desarrollado nuevas instancias específicas de relevamiento, se prevé dar continuidad a la dinámica de trabajo ya iniciada, profundizando la articulación con los distintos actores a través de reuniones, espacios de intercambio y validación. Este enfoque permitirá fortalecer la calidad, pertinencia y utilización de la información generada por el Observatorio, consolidando su rol como herramienta estratégica para el desarrollo turístico provincial.

1.2. Reunión con los municipios participantes y Relevamiento de capacidades locales

El día 11/02/2025 se llevó a cabo una reunión de trabajo en modalidad virtual (Zoom) entre la Agencia Córdoba Turismo, el equipo técnico de Metrix y representantes de los municipios de Santa Rosa de Calamuchita, Nono, La Falda, Miramar de Ansenuza, Jesús María, del Aeropuerto de Córdoba Capital y equipo propio de la Agencia Córdoba Turismo. El encuentro tuvo como objetivo la puesta en común sobre la implementación operativa del Observatorio Económico de Turismo Sostenible de la Provincia de Córdoba (OET Córdoba), el funcionamiento de la plataforma digital, relevar las capacidades locales, la optimización de instrumentos de relevamiento y la articulación institucional con los gobiernos locales.

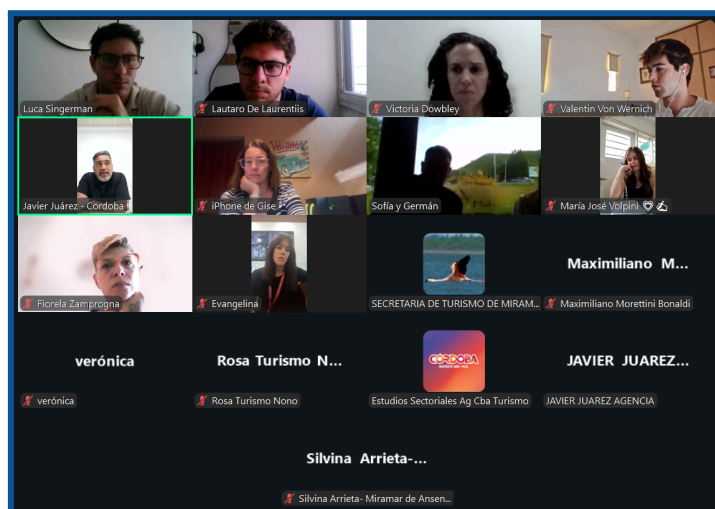


Figura 3: Reunión con municipios 11/02/2026

Fuente: elaboración propia

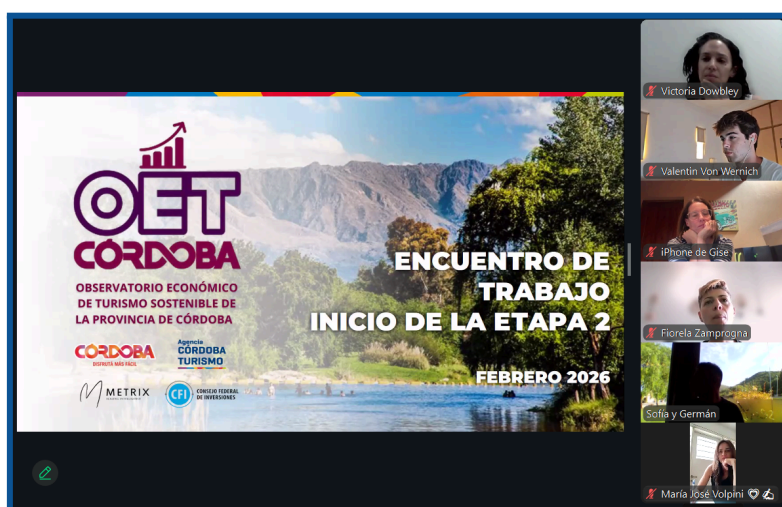


Figura 4: Reunión con municipios 11/02/2026

Fuente: elaboración propia

Se formalizó la incorporación del equipo de la Agencia Córdoba Turismo para acompañar los relevamientos, fortaleciendo el esquema de coordinación interinstitucional y se consultó a cada municipio por sus necesidades específicas en materia de datos y requerimientos técnicos, poniendo en relieve la importancia de unificar criterios entre la información municipal y la del Observatorio Provincial.

1.2.1 Entrevistas y relevamiento de antecedentes en producción de datos turísticos

Durante la reunión se relevaron las prácticas vigentes de generación y gestión de información turística a nivel local, identificándose diferencias en niveles de sistematización, cobertura y formalización de datos. Se constató que algunos municipios cuentan con mecanismos propios de recolección de información, incluyendo encuestas a alojamientos, medición de eventos específicos y en el seguimiento de algunos indicadores ambientales. Se evidenció la heterogeneidad territorial en las dinámicas turísticas de los municipios reflejada en lo aportado por sus representantes durante la reunión.

Específicos de cada municipio, en el caso de Miramar de Ansenuza, se informó la presencia de un esquema de contacto directo con establecimientos mediante grupo de mensajería que alcanza a tener tasas de respuesta voluntaria cercana al 80% las cuales complementadas con seguimiento telefónico permiten alcanzar al resto. A su vez evidenció que actualmente cuentan con la disponibilidad de datos ambientales propios. El municipio manifestó su disposición a compartir su modelo de encuesta con el objetivo de contribuir a la homogeneización metodológica.

En Jesús María se señaló que, durante festivales, se habilitan alojamientos alternativos (casas particulares), lo que modifica transitoriamente la estructura de la oferta y genera picos abruptos de demanda. En La Falda se destacó la relevancia de los establecimientos familiares y del empleo generado en unidades productivas de carácter familiar, así como la variabilidad significativa de la ocupación en períodos de 24 horas, especialmente en contextos de eventos.

1.2.2 Análisis de necesidades de información de los municipios

En lo que respecta a la encuesta dirigida a la demanda, los municipios manifestaron la necesidad de contar con instrumentos de relevamiento más ágiles, simples y adaptados a contextos operativos de alta demanda, especialmente durante eventos masivos. En relación con la encuesta a la demanda, se identificó que la duración actual (que en algunos casos alcanzó los 15 minutos) dificulta su aplicación, por lo que se acordó su optimización para que no supere los 5 minutos totales, incluyendo la presentación inicial.

Entre los ajustes requeridos al instrumento se mencionaron:

- Mejora en la medición del gasto por persona dentro del grupo de viaje
- Quita de una pregunta sobre el vínculo entre los integrantes

- Identificación de primer visita al municipio
- Inclusión de aspectos positivos del destino
- Revisión de la segmentación etaria
- Extender la cobertura de las preguntas tanto para alojamientos formales como no registrados
- La necesidad de unificar criterios metodológicos en la medición del gasto manteniendo la utilización de rangos (diarios o totales)
- Evitar la utilización de papel a la hora de realizar encuestas

En cuanto a la encuesta dirigida a la oferta (alojamientos), se identificaron dificultades vinculadas a la resistencia del sector privado a proporcionar información, particularmente en temas relacionados con empleo. Se señaló la presencia significativa de alojamientos informales y la incorporación transitoria de unidades habilitadas temporalmente durante eventos, lo que complejiza la medición. Se reconoció la necesidad de generar incentivos y mecanismos de devolución de información que fortalezcan la participación del sector privado.

De manera transversal, los participantes destacaron la importancia de homogeneizar criterios metodológicos respetando las particularidades locales, así como avanzar progresivamente en la incorporación de indicadores ambientales y de sostenibilidad.

1.2.3 Evaluación de herramientas y capacidades tecnológicas existentes

En relación con la plataforma digital del Observatorio, se identificaron antecedentes de limitaciones operativas asociadas la necesidad de mayor automatización, simplificación de la interfaz y reducción de dependencia de planillas externas. Se señaló que la alta rotación de personal en oficinas de turismo y la falta de experiencia específica en relevamientos inciden en los tiempos operativos y en la calidad de la información. Es por esto que se han realizado actualizaciones técnicas en la plataforma BIN.

Los municipios anteriormente han registraron problemas de conectividad, particularmente saturación de internet durante grandes eventos, lo cual pone de relieve la necesidad de garantizar funcionalidades en modalidad offline. Se plantearon dudas respecto al destino y tratamiento de los datos generados mediante códigos QR, así como la necesidad de mayor claridad en los procesos de trazabilidad. Se informó que el QR es actualmente generado de manera automática por la plataforma (BIN) y que es una forma de carga de encuestas de forma offline.

Como líneas de mejora, se propuso simplificar la interfaz de carga, automatizar procesos, ordenar la trazabilidad de los códigos QR e incorporar mayor flexibilidad ante variaciones abruptas de demanda. Asimismo, se planteó la creación de usuarios específicos para establecimientos de alojamiento que permitan acceder a tableros de visualización (dashboards), fortaleciendo la devolución de resultados.

Finalmente, se subrayó que la tarea de relevamiento requiere formación práctica específica y capacitación permanente, a fin de profesionalizar la función de encuestador y reducir ineficiencias derivadas de la rotación de personal.

Actualmente, se está trabajando sobre la plataforma BIN para mejorar y hacer más eficiente la carga de datos tanto online como offline, el acceso a la interfaz y la visualización de los datos.

1.3 Talleres participativos sobre Necesidades de Información

En relación con la presente subtarea, se prevé la realización de talleres participativos con actores locales, orientados a fortalecer la articulación institucional, sensibilizar sobre la importancia de la producción de información estadística y relevar necesidades específicas a nivel territorial.

En el marco de los distintos intercambios y talleres mantenidos con los municipios que participarán activamente del Observatorio, se han ido identificando y relevando las principales necesidades de información de cada región, lo que ha permitido avanzar en la comprensión de las particularidades territoriales.

A continuación se comparte el link a la minuta de la reunión de trabajo con municipios realizada el día 11/02:

[2026-02-11 Minuta Reunión de Trabajo - OET.Córdoba.pdf](#)

1.4 Elaboración del análisis FODA

Con la información relevada y producida en las actividades precedentes, se elaborará un informe de diagnóstico FODA de los destinos participantes que permitirá identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en relación a la producción, análisis y difusión de información estadística del turismo en la provincia de Córdoba.

1.4.1 Fortalezas

- Experiencia ganada en la implementación de relevamientos estadísticos en el marco del OET. Córdoba.
- Sector público comprometido y a disposición para el fortalecimiento en la producción de información estadística del turismo provincial mediante la implementación del marco estadístico para la Medición del Turismo Sostenible de ONU Turismo.
- Experiencia con otros relevamientos previos al diseño del OET.Córdoba y paralelos a él, los cuales sientan un precedente en términos metodológicos y operativos.
- Se reconoce en algunas localidades una red de contactos fluida con dueños o gerentes de establecimientos que brindan servicios de alojamiento, lo que constituye una gran ventaja para implementar operativos estadísticos dirigidos al sector.
- La cantidad de servicios turísticos de la provincia tiene un volumen significativo, hecho que puede facilitar el desarrollo de los distintos operativos a partir de una articulación fluida entre la ACT y los distintos actores.
- La ACT cuenta con un equipo de comunicación y prensa destinado al armado de gacetillas de prensa y difusión de estadísticas existentes.

1.4.2 Oportunidades

- Interés desde el sector privado de contar con datos fiables, de calidad, y constantes a lo largo del tiempo, en particular en la dimensión ambiental y con la metodología propuesta por el marco estadístico MST de ONU Turismo.
- Posibilidad de articulación con entidades del sector privado como: Cámara de Comercio de Córdoba; Asociación Empresaria, Hotelera y Gastronómica de Río Cuarto; Cámara de Turismo de la Provincia de Córdoba; Cámara Turismo Villa Carlos Paz; Asociación Empresaria, Hotelera y Gastronómica de Calamuchita; Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Córdoba y Córdoba Convention Visitas Bureau, entre otras.
- Sistematizar y digitalizar el proceso de encuestas, eliminando completamente el uso de papel con el fin de conseguir mayor capacidad de respuesta por parte de los establecimientos y visitantes, en concordancia con un mayor cuidado del medio ambiente.

- Compromiso por parte de los municipios convocados para colaborar en la prueba piloto que permitirá una mayor robustez de la muestra tanto en estudios de oferta como de demanda.

1.4.3 Debilidades

- El área de Estadística de la ACT está integrado por dos personas, lo que limita las capacidades operativas para llevar adelante las tareas pertinentes, así como las de coordinación de los equipos locales.
- Se evidencia la necesidad de generar instancias de articulación con organizaciones del sector privado turístico y otros organismos públicos para facilitar la recolección de datos de interés para el Observatorio.
- Falta de colaboración de parte de algunos municipios y el sector privado. Muchos municipios ya tienen su forma de trabajo muy arraigada y se encuentran reacios a los cambios metodológicos.
- La Jefatura de División de Estudios Sectoriales (equipo de estadísticas de la ACT) tiene múltiples funciones, las cuales impiden que el equipo se encuentre abocado en su totalidad al OET.Córdoba.

1.4.4 Amenazas

- Falta de confianza por parte de los municipios, prestadores turísticos y sector privado para colaborar en brindar información sobre el nivel de actividad.
- Falta de capacitación, formación y herramientas en el área estadística y en los encuestadores de algunas localidades.
- Utilización de distintas metodologías de medición por parte de los municipios que releva la ACT. Posible resistencia al cambio.
- Dificultad de brindar respuestas a todos los municipios que plantean necesidades en materia estadística debido a cuestiones de escala.
- Alta rotación de personal e informalidad.
- Resistencia de brindar información sensible por parte del sector privado (por ejemplo ; empleo).
- Dificultad para obtener datos de alojamientos no habilitados.

TAREA II. IMPLEMENTACIÓN DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD Y ESTUDIOS DE EMPLEO

En la presente sección se desarrolla la segunda etapa del proyecto, orientada al diseño e implementación de nuevos indicadores en el Observatorio Económico de Turismo Sostenible de Córdoba. En particular, se aborda la incorporación de indicadores de sostenibilidad y el desarrollo de estudios específicos sobre el empleo en el sector turístico.

Asimismo, se contempla la adecuación de estas mediciones a los lineamientos de las Mediciones de Sostenibilidad en Turismo (MST) de ONU Turismo, con el objetivo de fortalecer la comparabilidad y la calidad de la información generada.

2.1. Definición de indicadores de sostenibilidad e implementación

El día 26/02/2026 se llevó a cabo una reunión con el objetivo de formalizar la metodología a utilizar y las encuestas a utilizar para la obtención de la información. En la reunión se recalcaron los objetivos y finalidad del observatorio, así como el fortalecimiento de la Plataforma BIN y la optimización de funcionalidades, incorporación de nuevas tecnologías y la ampliación del alcance territorial. El contenido puede ver en la presentación dispuesta durante la misma

Link a presentación de metodología: [OETCordoba Metodologia.pdf](#)

Link a minuta del 26/02: [2026-02-26 Minuta Reunión de Trabajo - OET.Córdoba.pdf](#)

En la reunión estuvieron presente el equipo técnico de METRIX y personal de la Agencia de Córdoba Turismo.

A su vez se definieron los pasos a seguir, siendo estos el envío por parte de los municipios a metrix de un registro de prestadores actualizados, la definición de una capacitación sobre los operativos a las localidades, una capacitación sobre la plataforma BIN, la solicitud de usuarios para tener acceso al BIN, y la salida a campo a través de la prueba piloto. La fecha de la misma, se definió para el fin de semana del **2 al 5 de abril (Semana Santa)**.

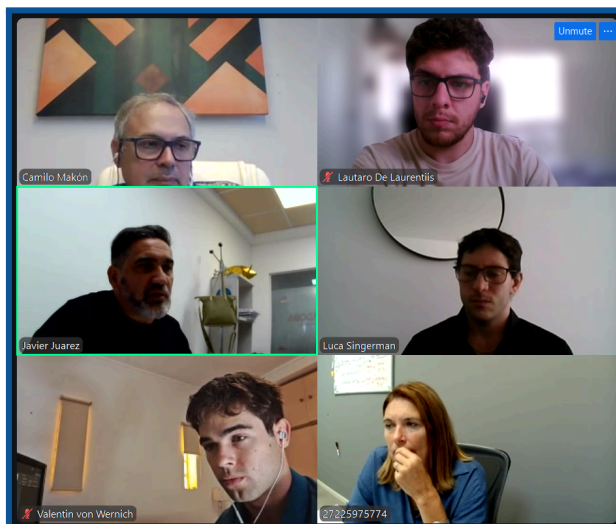


Figura 5: Reunión de trabajo 26/02/2026

Fuente: elaboración propia

2.1.1 Desarrollo de indicadores adaptados a la realidad provincial

A través de la utilización de información primaria proveniente del Estudio de Demanda, el Estudio de Oferta y la base de prestadores facilitada por los municipios, y en línea con la propuesta del MST para el desarrollo de indicadores, desde el Observatorio se elaboró un conjunto de indicadores de sostenibilidad que serán presentados en la plataforma BIN.

Estos indicadores fueron diseñados considerando la factibilidad de recopilar información relevante, así como los objetivos centrales del presente trabajo. En este marco, se presentan indicadores que contemplan las dimensiones económicas, ambientales y sociales inherentes a la sostenibilidad del turismo.

Indicadores económicos:

Llegada de visitantes nacionales: Visitantes nacionales (turistas y excursionistas residentes).

Gasto promedio diario del visitante: Suma del gasto total de visitantes en viajes dentro de la provincia dividido el total de pernотaciones. Se estima vía encuestas de demanda y el valor de canastas de consumo turístico.

Gasto total del turismo en la provincia de Córdoba: Suma del gasto total de los visitantes a la provincia.

Pernотaciones / Plazas ocupadas: Total de noches que los viajeros se

hospedaron en una habitación o unidad durante el periodo de referencia en la provincia

Total de establecimientos que brindan servicio de alojamiento: Cantidad de establecimientos que brindan servicios de alojamiento: hoteleros, para-hoteleros, departamentos, casas, camping, etc.

Establecimientos Hoteleros: Cantidad de establecimientos hoteleros: aquellos categorizados como hoteles de 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, apartments y boutiques.

Establecimientos para-hoteleros: Cantidad de establecimientos para-hoteleros: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, hospedajes, bed & breakfasts, hosterías, residenciales, hostels, etcétera.

Total de habitaciones disponibles: Todo cuarto o espacio amoblado ofrecido por un hotel, hostería, hospedaje o residencial, por un cierto precio por noche. Se considera unidad disponible (para el caso de apart hotel, cabaña, bungalow) a cada departamento, cabaña o bungalow equipado que un establecimiento ofrece, y que otorga, además, algunos de los servicios de hotelería. El indicador se presenta según tipo de alojamiento

Total de plazas disponibles: Número total de camas fijas y supletorias. Las camas matrimoniales se contabilizan como dos plazas. El indicador se presenta según tipo de alojamiento.

Tasa de Ocupación Hotelera de Habitaciones / Unidades: Relación en porcentaje entre el total de habitaciones o unidades ocupadas y el total de habitaciones o unidades disponibles en el mes de referencia. Se calcula según tipo de alojamiento (hotelero o para-hotelero)

Tasa de Ocupación de Plazas: Relación en porcentaje entre el total de plazas ocupadas y el total de plazas disponibles en el mes de referencia. Se calcula según tipo de alojamiento (hotelero o para-hotelero)"

Viajeros alojados en establecimientos hoteleros y parahoteleros: Toda persona que realiza una o más pernoctaciones seguidas en el mismo establecimiento hotelero o parahotelero y que abona por tal servicio. Un bebé que se aloja sin cargo no se considera viajero porque no ocupa una plaza. Se presenta según tipo de alojamiento

Duración de estadía promedio de los turistas: Es el cociente entre las pernoctaciones (o plazas ocupadas) y la cantidad de turistas (o viajeros hospedados)

Empleo generado por alojamientos: Mide el empleo en alojamientos según tipo de vínculo (permanente, temporal o familiar). Caracteriza a los trabajadores

según su formación, distinguiendo si son profesionales del turismo o no.

Indicadores ambientales:

Establecimientos hoteleros y parahoteleros con buenas prácticas ambientales implementadas (en porcentaje): Porcentaje de establecimientos que cuentan con certificación de “Hoteles más verdes”

Establecimientos que realizan prácticas para la optimización del uso del agua (en porcentaje): Porcentaje de establecimientos que realizan prácticas para la optimización del uso del agua, por tipo de práctica en relación al total de establecimientos (hoteleros y parahoteleros).

Establecimientos que utilizan energías renovables (en porcentaje): Porcentaje de establecimientos que utilizan energías renovables en relación al total de establecimientos (hoteleros y parahoteleros).

Prácticas de separación de residuos en establecimientos: Porcentaje de establecimientos que realizan prácticas para la separación de residuos, por tipo de práctica en relación al total de establecimientos (hoteleros y parahoteleros).

Prácticas ambientales realizadas / previstas por visitantes: Mide la adopción de prácticas ambientales por parte de los visitantes durante su estadía, como separación de residuos, reducción de plásticos, reutilización de recursos y uso de transporte no motorizado.

Detección / Percepción por los visitantes de problemas ambientales: Mide la percepción de los visitantes sobre problemas ambientales en el destino, como residuos, contaminación o sobrecarga turística. Permite identificar los principales impactos observados desde la demanda y orientar acciones de gestión.

Prácticas de ahorro de energía por los establecimientos: Mide la implementación de prácticas de ahorro de energía en los establecimientos, como uso de iluminación eficiente, energías renovables y dispositivos de control. Permite evaluar el nivel de eficiencia energética en el sector turístico.

Indicadores Sociales:

Índice de satisfacción de visitantes (0 - 100): Promedio ponderado de la percepción de satisfacción reportada por turistas internacionales y nacionales respecto a la experiencia de viaje en Córdoba (servicios, seguridad, infraestructura, autenticidad cultural). Valoración de 0 a 100

Índice de percepción de seguridad turística (0 - 100): Puntaje de seguridad percibida por turistas durante su estancia en relación a robos y hurtos.

Establecimientos turísticos con condiciones de accesibilidad universal (en porcentaje): Porcentaje de hoteles, restaurantes y atractivos turísticos registrados que cumplen criterios de accesibilidad (rampas, señalización, baños adaptados, información inclusiva).

Perfil del Turista: Perfil del turista según su motivo de viaje, tamaño de grupo, origen, tipo de alojamiento y medio de arribo a la localidad

Por último, el Observatorio planea la futura implementación de otros indicadores para complementar el trabajo. Estos indicadores precisan de información que aún no se obtiene a través de nuestros métodos directos pero que se planean incorporar. Estos son: Llegada de turistas internacionales e Índice de formalización turística.

2.1.2 Implementación en las mediciones de los indicadores de sostenibilidad en turismo

En el marco del Observatorio Económico de Turismo Sostenible de la Provincia de Córdoba (OET.Córdoba), se avanzó en la implementación de nuevos módulos de relevamiento destinados a captar información vinculada con las dimensiones económica, social y ambiental del turismo, en línea con los lineamientos metodológicos de las Mediciones de Sostenibilidad en Turismo (MST) de ONU Turismo.

La información para la medición de los indicadores se obtendrá a través de encuestas a visitantes y alojamientos. Dentro de estas están incorporadas preguntas específicas para satisfacer las necesidades de información que demanda la medición de los indicadores.

En el caso de las **encuestas a visitantes** se implementarán tanto en modalidad presencial (face to face) como a través de una versión digital mediante código QR. Se releva información sobre las características del viaje, tamaño del grupo de viaje, localidades visitadas, noches de estadía y tipo de alojamiento utilizado. Asimismo, se incorporan preguntas orientadas a identificar el motivo principal del viaje y los medios de transporte utilizados para arribar al destino, y origen de los turistas. Esta información permite avanzar en la construcción de indicadores relacionados con los flujos turísticos y la dinámica de movilidad de los visitantes.

Link a encuesta F2F: [Encuesta a visitantes F2F - OET.Córdoba](#)

Link a encuesta QR: [Encuesta a visitantes QR - OET.Córdoba](#)

El cuestionario incluye un bloque destinado a relevar el gasto turístico, a través de rangos de gasto promedio diario y del objeto de los gastos (preguntando los diferentes rubros en los que los visitantes debieron gastar dinero) entre los que están: transporte, alojamiento, alimentación, excursiones y compras. A través de un análisis riguroso y la utilización de datos ya existentes, esto nos permitirá desagregar la cuantía del gasto afrontado. Estos datos constituyen un insumo fundamental para la estimación del impacto económico del turismo en los destinos relevados.

Por otra parte, se incorporan preguntas vinculadas con la experiencia del visitante y la calidad del destino, a partir de una escala de satisfacción que evalúa distintos aspectos de la oferta turística, como la variedad de actividades de ocio, la seguridad, la calidad de la gastronomía y de los servicios de alojamiento, la limpieza urbana, la infraestructura, la calidad del transporte y la disponibilidad de información turística. Asimismo, se releva la percepción de los visitantes respecto de posibles problemáticas ambientales observadas durante su estadía. Esta información nos ayudará a proveer datos que los municipios estiman relevantes.

Por último, las encuestas a visitantes incluyen preguntas orientadas a identificar prácticas sostenibles realizadas durante el viaje, tales como la separación de residuos, la reducción del uso de plásticos de un solo uso, la reutilización de sábanas y toallas en los alojamientos y el uso de medios de transporte no motorizados.

Por el lado de la oferta, se utilizará una **encuesta dirigida a alojamientos**, que nos permitirá relevar información estructural del establecimiento, niveles de ocupación y empleo. Esta encuesta incorpora un módulo específico sobre sostenibilidad, mediante el cual se releva la adopción de distintas prácticas de gestión ambiental, como el ahorro de energía eléctrica, el uso de energías renovables, la implementación de medidas de ahorro de agua, la separación de residuos y la reducción del consumo de plásticos de un solo uso. El cuestionario permitirá a los alojamientos identificar la existencia de certificaciones ambientales o de sostenibilidad, como la certificación Hoteles Verdes, así como relevar aspectos estructurales vinculados con la accesibilidad en los establecimientos, incluyendo la presencia de rampas de acceso, baños adaptados, habitaciones accesibles y señalización adecuada en ascensores. La información sobre estos últimos aspectos nos permitirá desarrollar un registro que pueda ser utilizado fácilmente. Este tipo de información es estructural y cambia lentamente en el tiempo, por lo cual no necesita de una actualización mensual y puede pensarse en un esquema de actualización cada 4 meses.

Link de encuesta a alojamientos: [Encuesta Alojamientos - OET.Córdoba](#)

Otra sección del cuestionario a los alojamientos se centrará en aspectos de empleo. Sobre esto, se detalla en mayor profundidad en la *subtarea 2.2*.

Contamos también con la base de prestadores provista por los diferentes municipios. Utilizando esta podemos acceder a información sobre el número de alojamientos, plazas, habitaciones, si están o no registrados, entre otros. Esta información se utilizará para la medición de varios de los indicadores.

Observamos que la incorporación de estos módulos en los instrumentos de medición del OET.Córdoba permitirá avanzar en la generación sistemática de información sobre las distintas dimensiones de la sostenibilidad turística, integrando aspectos económicos, sociales y ambientales en las estadísticas producidas por el Observatorio. Por sobre todo, nos permitirá contar con información comparable entre municipios que permitirá con el tiempo aumentar la escala del Observatorio.

Los indicadores obtenidos a partir de esta información serán presentados a los usuarios a través de la plataforma BIN.

2.1.3 Elaboración de una guía metodológica

Se ha elaborado una presentación donde se plasma la metodología que seguirá el observatorio para la obtención de información y la implementación de los Indicadores.

Se acordó seguir con el principio de centralización metodológica y descentralización operativa. Por lo tanto, desde Metrix, se ha desarrollado el método de recolección de información que será implementado por el personal de la agencia y los municipios pertinentes.

Se realizará un estudio de demanda, un estudio de oferta, un estudio de empleo y un estudio de sostenibilidad, de acuerdo a los lineamientos de MST de ONU Turismo. La herramienta elegida han sido encuestas que serán realizadas, en el caso de de la Demanda tanto en persona a visitantes transeúntes (Face to Face/F2F) como a través de encuestas utilizando QR en lugares estratégicos. En el caso de la Oferta, la encuesta se realizará directamente a los alojamientos seleccionados en la muestra.

Estudio de Demanda

El objetivo general es: Estimar el gasto turístico y describir las principales características de los visitantes.

Los objetivos específicos son: Describir las características sociodemográficas básicas de los visitantes, describir las características generales de sus viajes,

indagar sobre las actividades sustentables realizadas y la percepción del destino en términos de sustentabilidad y estimar el gasto turístico que realizan los visitantes.

Como definiciones conceptuales de importancia para el análisis de demanda: las diferencia entre los “visitantes” y otro tipo de “viajeros” , y la definición de “Entorno Habitual”. De esta forma se busca seguir las definiciones empleadas por ONU Turismo con los criterios de distancia y frecuencia definidos por INDEC para el caso Argentino. A su vez, se esclarece lo que es la prueba piloto y sus objetivos, el cuál permitirá conocer las fortalezas y debilidades de los métodos y herramientas seleccionados para realizar ajustes de cara al operativo.

La encuesta F2F (Face to Face) tiene el objetivo de estimar el gasto turístico y conocer el perfil del visitante. La unidad de análisis es el visitante y su grupo de viaje, donde el visitante responderá por todo su grupo. Se basa en un formulario estructurado.

La metodología de esta encuesta será la realización de una entrevista personal en lugares turísticos designados por el municipio. La misma se realizará utilizando el celular.

El diseño muestral es del tipo probabilístico impuro. Se buscará introducir aleatoriedad distribuyendo los puntos de roma muestral en diversos lugares turísticos y en diferentes franjas horarias.

La encuesta por QR comparte los objetivos y la unidad de análisis de la encuesta F2F. La diferencia radica en que la encuesta a través de este método no será realizada por encuestadores, sino que, se colocarán Flyers con el QR plasmado en lugares estratégicos donde pueda haber alto flujo de visita. Así, los visitantes podrán escanear este mismo código y completar el formulario en la plataforma BIN. Para asegurar una mayor tasa de respuesta, especialmente en preguntas más relevantes, la encuesta por QR es más corta que la F2F.

El diseño muestral, al igual que en la encuesta F2F, es del tipo probabilístico impuro. Se buscará introducir aleatoriedad distribuyendo los puntos de toma muestral en diversos lugares turísticos y en diferentes franjas horarias.

Link a encuesta F2F: [Encuesta a visitantes F2F - OET.Córdoba](#)

Link a encuesta QR: [Encuesta a visitantes QR - OET.Córdoba](#)

Estudio de Oferta

El objetivo del estudio de oferta es estimar la cantidad de pasajeros hospedados en los alojamientos turísticos de Córdoba, la estadía promedio, la tasa de ocupación, recopilar información sobre características y prácticas sustentables, y recopilar información sobre el empleo dentro de los establecimientos.

Se presenta al turismo considerado desde la perspectiva de la oferta, el cuál es definido como “el conjunto de actividades productivas concebidas para entender fundamentalmente a los visitantes, o cuyos resultados principales se destinan en gran parte a su consumo por los visitantes”. A su vez, se trae la definición de oferta turística proporcionada por la OMT

Se define el periodo de referencia, que será la semana de lunes a domingo. Se establece al establecimiento turístico como unidad de análisis y a los establecimientos turísticos que ofrecen servicios de alojamiento como unidad de muestreo.

El diseño muestral será del tipo probabilístico con probabilidad de inclusión proporcional al tamaño y el método de selección será el método sistemático de Madow. Esta metodología es acorde a las recomendaciones del trabajo de Armonización de las estadísticas en Turismo de la Secretaría de Turismo de la nación.

Se define la cobertura geográfica del estudio en las localidades de: La Falda, Santa Rosa de Calamuchita, Jesus Maria, Miramar de Ansenuza, Cerro Colorado, Colonia Caroya y Villa Tulumba.

El Instrumento de medición será un formulario digital o impreso. Los informantes tendrán la posibilidad de elegir sobre cuál variable contestar (Plazas o Habitaciones) dependiendo de la modalidad de medición utilizada en cada alojamiento. En todos los casos se pedirá proporcionen la cantidad de pasajeros alojados.

Se definió la metodología a seguir para la prueba piloto. Para recopilar la información, un referente local se pondrá en contacto personalmente con el establecimiento seleccionado para presentar el operativo y revelarlo. Tendrán la opción de cargarlo directamente en la plataforma BIN

El formulario que se dispondrá a los establecimientos cuenta con 3 secciones más un formulario sobre características estructurales y prácticas sustentables. La Sección 1 tiene como objetivo el registro por plazas ocupadas, mientras que la Sección 2 la del registro por habitaciones/unidades ocupadas; de estas 2 el alojamiento debe elegir una en base a su forma de recolectar la información propia. La Sección 3 tiene como objetivo relevar sobre el empleo dentro del establecimiento, particularmente de la formación de los empleados y características

temporales del puesto (trabajadores permanentes, eventuales o familiares). Por último un formulario sobre Sostenibilidad donde se releva información respecto a las características estructurales y prácticas sustentables del establecimiento, de acuerdo con las mediciones de turismo sostenible de ONU Turismo.

En esta presentación se evidencia la base para la elaboración de una **guía metodológica de medición de indicadores de sostenibilidad turística**, la cual permitirá sistematizar los procedimientos de relevamiento, asegurar la comparabilidad de los resultados entre destinos y facilitar la continuidad de las mediciones en el tiempo en el marco del Observatorio.

Link a encuesta de Sostenibilidad: [Encuesta Sostenibilidad - OET.Córdoba](#)

Link de encuesta a Alojamientos: [Encuesta Alojamientos - OET.Córdoba](#)

2.2 Implementación del relevamiento de empleo en turismo

El empleo es una variable sensible de relevar. En un contexto de alta informalidad el relevo de esta información genera temores dentro del sector privado por posibles fines fiscalizadores. Aun con la seguridad que proporcionamos a través de la ley de secreto estadístico, la recopilación de información veraz puede dificultar. Es a raíz de esto que seleccionamos las siguientes variables de relevancia sobre el empleo, que nos servirán como impulso para continuar expandiendo esta sección en el futuro.

2.2.1 Definición de variables clave sobre empleo en Turismo

Se definieron un conjunto de variables clave destinadas a caracterizar la estructura del empleo en los establecimientos turísticos. En particular, se establecieron criterios para relevar el personal ocupado según tipo de vínculo laboral, diferenciando entre trabajadores permanentes, eventuales y familiares (con y sin remuneración). Asimismo, se incorporó la distinción entre personal con formación específica en turismo (profesionales como Licenciados en turismo, Técnicos en hotelería, Licenciados en Administración Hotelera, etc) y otros trabajadores, permitiendo aproximar el nivel de calificación específica del empleo en el sector. Complementariamente, se incluyó la identificación de la naturaleza jurídica del establecimiento (persona física o jurídica), a fin de enriquecer el análisis de la organización productiva del sector.

2.2.2 Desarrollo y elaboración de los cuestionarios, formularios u otras herramientas de recolección de datos.

A partir de las variables definidas, se diseñó un módulo específico de empleo integrado en la encuesta dirigida a alojamientos. Este instrumento permite relevar la cantidad de personas ocupadas en el establecimiento, organizadas en una matriz que cruza tipo de trabajador y condición laboral. La estructura del cuestionario facilita la sistematización de la información y su posterior utilización en la construcción de indicadores de empleo turístico, asegurando consistencia y comparabilidad entre los distintos establecimientos relevados.

Link de encuesta a alojamientos ver sección 3:

[Encuesta Alojamientos - OET.Córdoba](#)

2.2.3 Implementación del relevamiento de empleo en turismo

El relevamiento de la información se implementará en el marco del estudio de oferta turística, durante la prueba piloto, mediante encuestas a establecimientos de alojamiento ubicados en los municipios participantes del Observatorio. Por motivos propios de la dinámica provincial, aún no se ha comenzado con el inicio de las pruebas piloto para el relevamiento de los indicadores de empleo.

TAREA III: ACTIVACIÓN, CAPACITACIÓN A NUEVOS USUARIOS, EXPANSIÓN EN EL USO DE LA PLATAFORMA BIN Y CUSTOMIZACIÓN POR REGIONES TURÍSTICAS DE LA PLATAFORMA BIN

En esta etapa se llevó a cabo la activación de la plataforma tecnológica de recolección, gestión, procesamiento y analítica de datos BIN. Esto incluyó la customización y despliegue productivo de la plataforma. Esta tarea resultó crucial para habilitar la funcionalidad completa de la plataforma y garantizar su correcto funcionamiento para permitirle al OET.Córdoba llevar a cabo las tareas de captura, almacenamiento y procesamiento de los resultados.

3.1 Configuración de nuevos datos para la plataforma

Para la integración a la plataforma, las fuentes de datos debieron ser sometidas a un proceso de normalización, consistente en la estandarización de la información estadística provista por diversas fuentes —tanto propias como secundarias—, a fin de compatibilizar los formatos admitidos por la plataforma BIN.

En este marco, se trabajó, por un lado, con las fuentes de datos ya integradas previamente en la plataforma, las cuales se detallan en el siguiente enlace:

 [OET.Córdoba - Fuentes integradas a la plataforma](#)

Por otro lado, y en función de los requerimientos definidos conjuntamente con la Agencia Córdoba Turismo, se avanzó en la incorporación de nuevas fuentes e indicadores considerados relevantes para los fines estadísticos del OET.Córdoba. En particular, estos nuevos indicadores corresponden a métricas de sostenibilidad en el sector turístico. Cabe destacar que estas mediciones se encuentran alineadas y serán progresivamente adaptadas a las recomendaciones del marco de Medición de la Sostenibilidad del Turismo (MST) promovido por ONU Turismo.

El proceso de integración de estos nuevos datos incluyó la normalización y customización de nombres de campos, la conversión de la información a un formato común y la corrección de errores, con el objetivo de garantizar la coherencia y fiabilidad de los datos dentro de la plataforma.

A continuación, se presenta el detalle de los nuevos indicadores incorporados:

 [Listado de nuevos indicadores OET.Cordoba.xlsx](#)

3.2 Configuración y activación de la plataforma

Se llevó a cabo la activación de la plataforma tecnológica de recolección, gestión, procesamiento y análisis de datos BIN, que incluyó la customización y despliegue productivo de la plataforma. Esta tarea resultó crucial para habilitar la funcionalidad completa de la plataforma y garantizar su correcto funcionamiento.

Para esto, en una primera instancia, se realizó una entrevista vía Zoom con los cuadros técnicos de la Agencia Córdoba Turismo para definir sus nuevas necesidades. A partir de ello, se realizó la customización de la plataforma para adaptarla y personalizarla a los requerimientos específicos del organismo.

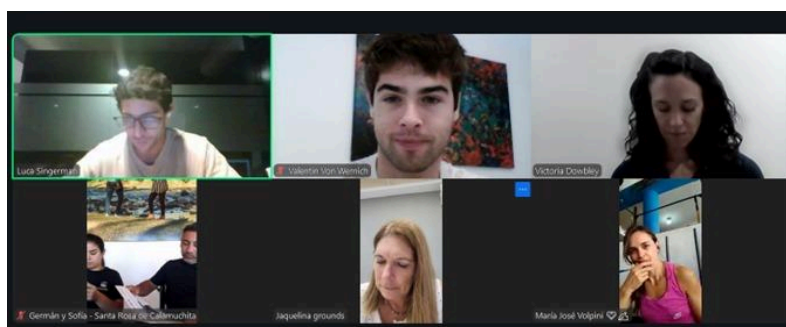


Figura 6: Reunión de trabajo

Fuente: elaboración propia

Se incorporaron dentro de la plataforma nuevas funcionalidades, incluyendo la posibilidad de desagregar los datos según las regiones turísticas de la provincia. Asimismo, se realizó el seteo de los nuevos formularios de carga de datos provenientes de los relevamientos propios y de los servicios para la recolección automatizada de información de fuentes secundarias.

3.2.1 Activación de servicios y usuarios

Se procedió a activar todos los servicios necesarios para el funcionamiento de la plataforma, asegurando que estén configurados correctamente para cumplir con los requisitos del sistema. Además, se llevaron a cabo los procesos de creación de usuarios, asignando roles y permisos según las necesidades específicas de cada usuario dentro de la plataforma y de la Agencia Córdoba Turismo.

 OET.Córdoba Usuarios BIN

Los roles y permisos dentro de la plataforma se distribuyen de la siguiente forma:

Tabla 1: Roles y permisos en la plataforma. OET.Córdoba.

ROL	Administración Usuarios	Monitoreo Dashboard	Enc. Alojamientos	Enc. Visitantes F2F	Enc. Visitantes QR	Módulo Regiones
Administrador	ABM	ABM	ABM	ABM	ABM	ABM
Referente Provincial	X	X	X	X	Ver	X
Referente Técnico Provincial	ABM	ABM	ABM	ABM	Ver	ABM
Referente Técnico Municipal	ABM	ABM	ABM	ABM	Ver	X
Encuestador	X	X	ABM (sus enc.)	ABM (sus enc.)	X	X
Sector Privado	X	Ver	X	X	Alta	Ver

Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Seteo de formularios de carga de datos

Se realizó la configuración de los formularios de carga de datos, que permiten la recopilación de la información proveniente de fuentes propias del OET.Córdoba. Esto incluyó la personalización de los formularios según el relevamiento a realizar y el tipo de dato a recolectar, así como la validación de los datos ingresados para garantizar su integridad y precisión.

Se dispone de la opción de exportar la base de datos en formato CSV de cada formulario. A su vez, se configuraron, en cada sección de carga de datos, los filtros de búsqueda y las tablas para realizar las Altas, Bajas y Modificaciones de las encuestas cargadas.

3.2.2.1 Encuesta a Visitantes F2F

El seteo para la Encuesta a Visitantes se configuró en 2 formularios, una encuesta para el formato F2F y otra para la encuesta QR.

Cabe destacar que la configuración está especialmente diseñada para que se habiliten determinados campos de respuesta, según la opción marcada en respuestas anteriores.

Para filtrar según determinadas encuestas, se customizan los siguientes filtros:

- Fecha desde - Fecha hasta (indica la fecha en que se realizó la encuesta)
- Lugar de toma
- Usuario

Figura 7: Formulario encuesta a visitantes F2F

Fuente: elaboración propia



Nueva Encuesta a Visitantes

Fecha

 Seleccionar fecha

Localidad de Toma

Seleccionar localidad 

Lugar de Toma

- ☐ Oficina informes
- ☐ Vía pública
- ☐ Alojamiento
- ☐ Aeropuerto
- ☐ Terminal de ómnibus
- ☐ Otro

Pregunta 1: ¿Reside usted en esta ciudad o en una localidad a menos de 20 km?

- ☐ Sí
- ☐ No

Figura 8: Formulario encuesta a visitantes F2F

Fuente: elaboración propia

Pregunta 2: ¿Cuál es su lugar de residencia habitual?

- ☐ Argentina
☐ Extranjero

Pregunta 5: ¿Cuántas personas integran su grupo de viaje (incluido usted)?

Número de personas

Pregunta 6: ¿Qué localidades visitó o planea visitar durante su viaje por la provincia? ¿Cuántas noches se hospedó o planea hospedarse en cada una y qué tipo de alojamiento utilizó o utilizará?

Lugar	Cantidad de Noches	Tipo de Alojamiento
Seleccionar localidad ▼	Noches	Buscar Alojamiento ⇅
Seleccionar localidad ▼	Noches	Buscar Alojamiento ⇅
Seleccionar localidad ▼	Noches	Buscar Alojamiento ⇅

Pregunta 7: ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

- ☐ Ocio
☐ Negocios
☐ Convenciones/Eventos
☐ Naturaleza
☐ Deportes
☐ Tranquilidad/Seguridad
☐ Visita a amigos/familiares
☐ Otros

Pregunta 8: ¿Qué medio de transporte utilizó para arribar al destino?

- ☐ Avión
☐ Tren
☐ Auto propio
☐ Auto alquilado
☐ Omnibus
☐ Charter/transfer
☐ Barco
☐ Otro

Figura 9: Formulario encuesta a visitantes F2F

Fuente: elaboración propia

Pregunta 9: Durante su visita, ¿realizó o piensa realizar algunas de las siguientes prácticas?

- ☐ Separar residuos ☐ Evitar plásticos de un solo uso
- ☐ Reutilizar sábanas y toallas en el alojamiento ☐ Utilizar medio de transporte no motorizados (caminar/bicicleta)
- ☐ Otra

Pregunta 10: Indique en una escala del 0 al 100 donde 0 (es Pésimo) y 100 (es Excelente) su nivel de satisfacción en general con los siguientes rubros:

Aspecto	Puntuación (0 al 100)
Variedad y amplitud en la oferta de ocio y entretenimiento	0-100
Seguridad en la ciudad (en relación a delitos como hurtos y robos)	0-100
Calidad de la gastronomía	0-100
Calidad de los servicios de alojamiento	0-100
Limpieza general de las localidades visitadas	0-100
Calidad del transporte interurbano	0-100
Infraestructura: rutas, hospitales, aeropuertos, estación de servicio, etc.	0-100
Disponibilidad de información al visitante (web, redes, aplicaciones o presencial en centro de informes, paradores, informadores)	0-100

Pregunta 11: Durante su visita a esta localidad, ¿observó alguno de los siguientes problemas ambientales?

- ☐ Residuos desparramados en la vía pública o en entornos naturales
- ☐ Contaminación del aire (olores nauseabundos, humo, etc)
- ☐ Contaminación del agua (imposibilidad de bañarse en playas públicas, etc)
- ☐ Sobrecarga turística
- ☐ Otro
- ☐ Ninguno

Figura 10: Formulario encuesta a visitantes F2F

Fuente: elaboración propia

Pregunta 12: ¿En qué tipo de bienes o servicios gastó o piensa gastar?

- | | |
|---|--|
| ☐ Pasajes internacionales | ☐ Pasajes nacionales |
| ☐ Nafta y peaje | ☐ Alquiler de auto |
| ☐ Transporte público local (taxi / bus) | ☐ Alojamiento |
| ☐ Alimentación | ☐ Excursiones / Actividades |
| ☐ Compras (regionales, indumentaria, etc.) | ☐ Otro |

Pregunta 13: ¿En cuál de estos rangos se ubica el GASTO PROMEDIO DIARIO de este viaje (incluyendo alojamiento, comidas y excursiones para todo el grupo de viaje)? (En pesos Argentinos)

- ☐ Menos de \$ 100.000
☐ de \$ 100.000 a \$ 150.000
☐ de \$ 150.001 a \$ 200.000
☐ de \$ 200.001 a \$ 250.000
☐ de \$ 250.001 a \$ 300.000
☐ de \$ 350.001 a \$ 400.000
☐ de \$ 400.001 a \$ 450.000
☐ de \$ 450.001 a \$ 500.000
☐ de \$ 500.001 a \$ 550.000
☐ de \$ 550.001 a \$ 600.000
☐ más de \$ 600.000

¿Es mayor a \$600.000? (Especifique el monto)

Ej: 800000

Pregunta 14: Para participar del sorteo por premios, por favor, indique su correo electrónico (Opcional)

correo@ejemplo.com

Pregunta 15: ¿A usted le interesaría participar en futuras encuestas y, de esta manera, participar por premios para hacer turismo en Córdoba?

- ☐ Sí
☐ No

Observaciones (Opcional)

Agregue cualquier comentario adicional...

☒ Guardar Encuesta

Figura 11: Formulario encuesta a visitantes F2F

Fuente: elaboración propia

En relación a la Encuesta a Visitantes QR, los filtros son los mismos que la encuesta F2F.

3.2.2.2 Encuesta de Alojamiento

La interfaz de la encuesta de alojamiento presenta un diseño estructurado y sencillo, que permite ingresar información básica del establecimiento (localidad, nombre y período de referencia) y luego completar secciones específicas, como empleo, mediante campos estandarizados y opciones predefinidas.

Figura 12: Formulario Encuesta de Alojamiento

Fuente: elaboración propia

Figura 13: Formulario Encuesta de Alojamiento

Fuente: elaboración propia

3.2.2.3 Encuesta de Sostenibilidad

En la encuesta de sostenibilidad se permite cargar datos básicos (localidad y establecimiento) y relevar, de manera estructurada, información vinculada a prácticas ambientales y de accesibilidad. A través de preguntas cerradas y opciones múltiples, se recopilan datos sobre eficiencia energética, gestión del agua, tratamiento de residuos, reducción de plásticos y condiciones de accesibilidad, lo que facilita una carga estandarizada y el análisis comparativo de indicadores de sostenibilidad en el sector.

Figura 14: Formulario Encuesta de Sostenibilidad

Fuente: elaboración propia

← Volver

Nueva Encuesta de Sostenibilidad

Localidad *

Selecciona una localidad

Nombre del establecimiento *

Buscar establecimiento...

Sustentabilidad

¿El establecimiento posee certificación ambiental?

☐ Sí
 ☐ No

¿El establecimiento implementa prácticas de ahorro de energía eléctrica?

☐ Iluminación Led
 ☐ Sensores de Movimiento o Temporizadores
 ☐ Energía solar u otra fuente renovable
 ☐ Capacitación al personal sobre eficiencia energética
 ☐ No implementa ninguna medida
 ☐ Otro

¿El establecimiento aplica medidas de ahorro de agua?

☐ Dispositivos de bajo consumo (Aireadores, duchas eficientes)
 ☐ Riego controlado o utilización de aguas grises
 ☐ Cartelería de concientización a clientes
 ☐ Reutilización de toallas por parte del cliente (No cambio diario)
 ☐ No implementa ninguna medida
 ☐ Otro

¿Se realiza separación de residuos en el establecimiento?

☐ Sí, de forma sistemática
 ☐ Sí, parcialmente
 ☐ No

¿El establecimiento reduce el consumo de plásticos de un solo uso?

☐ Sí
 ☐ No
 ☐ En proceso de implementación

Accesibilidad: ¿el establecimiento cuenta con:

☐ Rampa de acceso principal?
 ☐ Baño adaptado para personas con movilidad reducida en hall principal?
 ☐ Habitación adaptada para personas con movilidad reducida?

¿El establecimiento cuenta con ascensor?

☐ Sí
 ☐ No

Guardar Encuesta

Cancelar

Figura 15: Formulario Encuesta de Sostenibilidad

Fuente: elaboración propia

3.2.3 Seteo de tablero de datos

Se llevó a cabo la configuración y customización de los tableros de datos, que proporcionan una visualización intuitiva y personalizada de los datos recolectados, tanto de fuentes propias como de fuentes secundarias. Estos tableros fueron diseñados para ofrecer a los usuarios una vista clara y en tiempo real de los indicadores clave y las tendencias relevantes para la toma de decisiones.

Los dashboards interactivos de la plataforma permiten visualizar la información producida a fin de aplicar los modelos de análisis descriptivo y predictivo de los principales indicadores, pudiendo desagregarse por región turística, tipo de alojamiento, procedencia de visitantes, período temporal, entre otras variables.

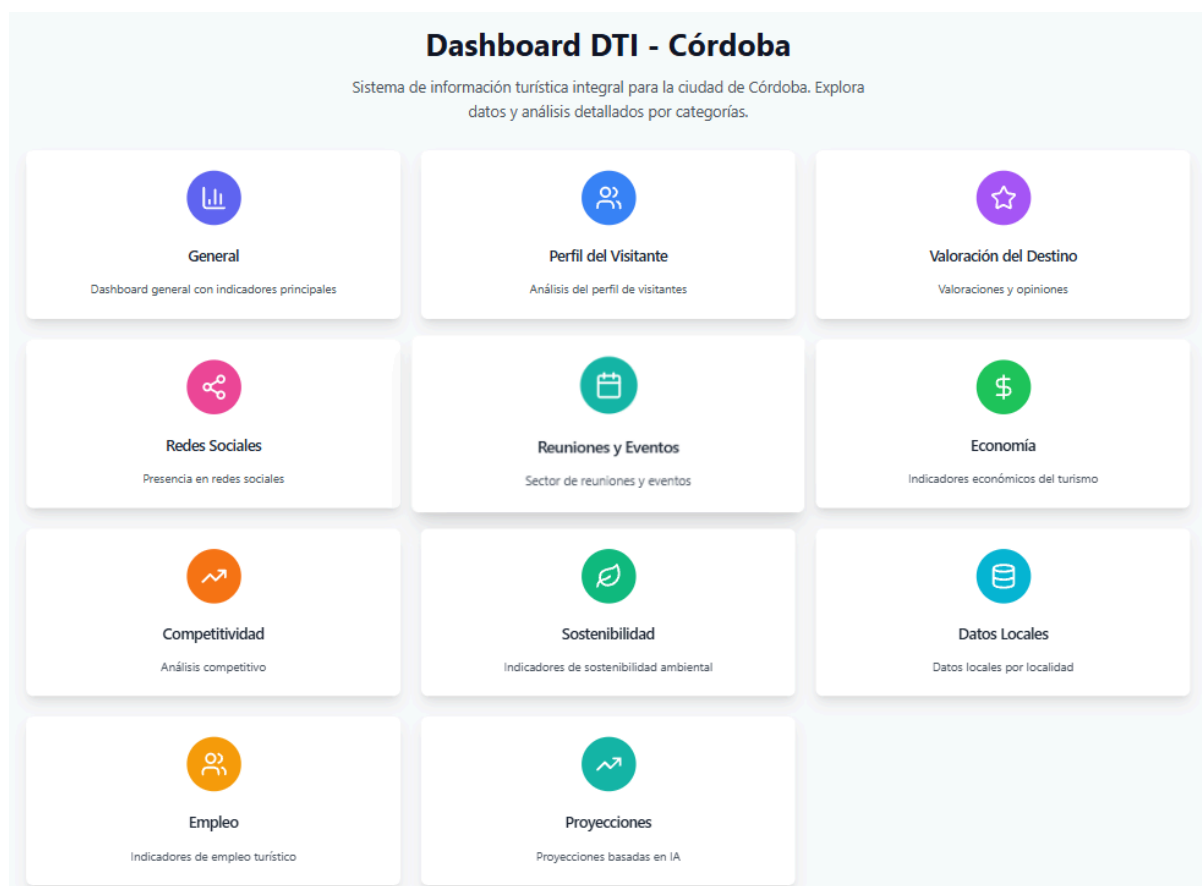


Figura 16: Panel de datos - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia

En el informe final, con los nuevos resultados procesados y la prueba piloto finalizada, se presentará la información actualizada y desagregada en cada uno de los tableros de la plataforma (General, Perfil del Visitante, Valoración del Destino, Redes Sociales, Reuniones y Eventos, Economía, Competitividad, Sostenibilidad, Datos locales, Empleo y Proyecciones).

Además, con dichos datos, se implementarán análisis desarrollados por Inteligencia Artificial. Los mismos, se expondrán en el Panel de datos “Análisis IA” de la plataforma.

Métricas Innovadoras para Destinos Inteligentes

Insights y predicciones generadas por inteligencia artificial para cada área del ecosistema turístico de Córdoba.



Panel Consolidado de Análisis IA

Insights y predicciones generadas por inteligencia artificial para cada área del ecosistema turístico de Córdoba

Todas las Categorías

Proyecciones

Visitantes

Digital

Economía



Proyecciones

Proyecciones Generales

Análisis predictivo de tendencias turísticas basado en IA para los próximos 6 meses.

Insights Clave

- > Incremento esperado del 15-20% en temporada alta
- > Patrones estacionales marcados en verano e invierno

Predicciones

- > Picos del 25% sobre promedio en fines de semana largos
- > Carnaval 2025 marcará récord histórico

Ver Análisis Completo >



Visitantes

Perfil Alojamiento

Análisis de tipos de alojamiento utilizados y patrones de ocupación.

Insights Clave

- > Hoteles mantienen posición dominante
- > Estadía promedio de 2-3 noches

Predicciones

- > Incremento 15-20% ocupación hotelera
- > Picos del 65% en fines de semana largos

Ver Análisis Completo >



Visitantes

Origen de Visitantes

Análisis de procedencia geográfica y patrones de movilidad turística.

Insights Clave

- > Mayoría de visitantes nacionales
- > Buenos Aires y Santa Fe: principales emisores

Predicciones

- > 15% incremento visitantes nacionales
- > 25% crecimiento turismo internacional

Ver Análisis Completo >

Figura 17: Dashboard - Análisis IA - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia



Visitantes

Comportamiento de Gasto

Análisis de patrones de gasto y poder adquisitivo de los visitantes.

Insights Clave

- > Gasto promedio en alza
- > Diferencias marcadas por temporada

Predicciones

- > Incremento 12% gasto promedio diario
- > Turismo gourmet: +22% en gasto

Ver Análisis Completo >



Visitantes

Características Demográficas

Perfil demográfico y características socioeconómicas de los visitantes.

Insights Clave

- > Diversificación etaria equilibrada
- > Predominio de grupos familiares

Predicciones

- > Turismo familiar: +18% próximo verano
- > Segmento 25-35 años en crecimiento

Ver Análisis Completo >



Visitantes

Medios de Transporte

Análisis de preferencias y patrones de movilidad hacia el destino.

Insights Clave

- > Predominio del transporte terrestre
- > Crecimiento del turismo aéreo

Predicciones

- > Nuevas rutas aéreas: +12% visitantes
- > Mejora conectividad terrestre

Ver Análisis Completo >



Digital

Impacto Redes Sociales

Análisis de presencia digital y engagement en plataformas sociales.

Insights Clave

- > Crecimiento exponencial en menciones
- > Instagram como plataforma líder

Predicciones

- > Alcance digital: +35% próximos meses
- > Influencer marketing en expansión

Ver Análisis Completo >



Economía

Actividad Económica

Impacto económico del turismo en la actividad local y regional.

Insights Clave

- > Turismo como motor económico
- > Generación directa e indirecta de empleo

Predicciones

- > PIB turístico: +8% proyectado
- > Empleo sectorial: +15% nuevos puestos

Ver Análisis Completo >



Economía

Impacto Inflacionario

Análisis del impacto de la inflación en el sector turístico.

Insights Clave

- > Adaptación de precios al contexto macro
- > Estrategias de competitividad

Predicciones

- > Estabilización de precios relativos
- > Mayor competitividad internacional

Ver Análisis Completo >

Figura 18: Dashboard - Análisis IA - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia

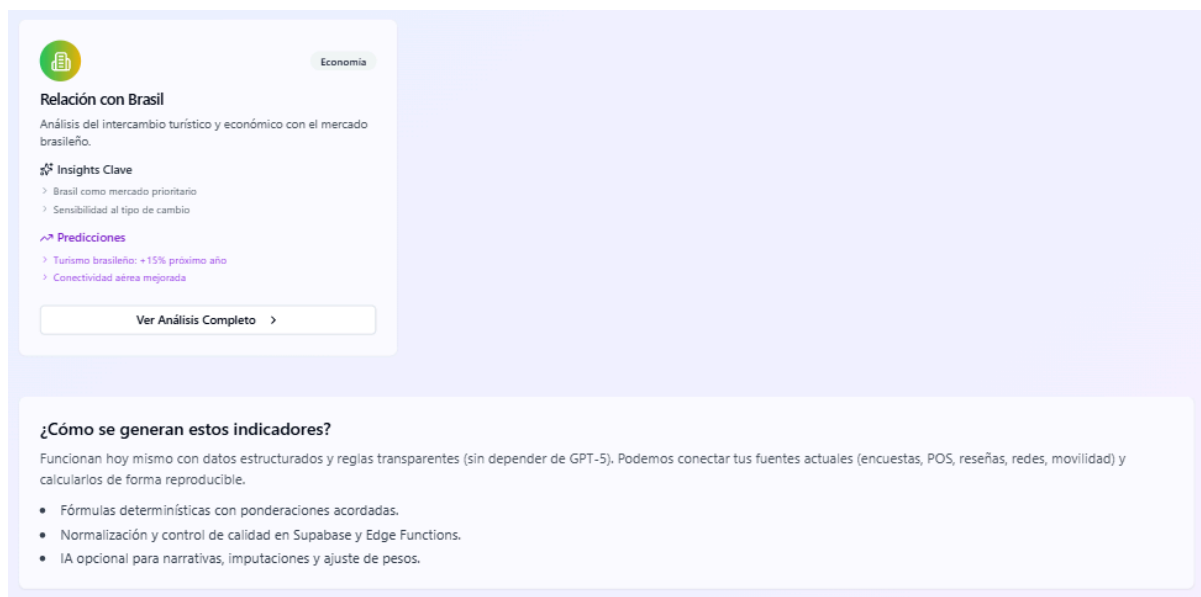


Figura 19: Dashboard - Análisis IA - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia

3.3 Configuración de la plataforma según regiones turísticas

Con el objetivo de optimizar el uso estratégico de la información turística y fortalecer la toma de decisiones a nivel regional, se realizará la configuración específica de la plataforma BIN de acuerdo con las distintas regiones turísticas definidas en la Provincia de Córdoba. Esta adecuación permitirá desagregar los datos y visualizarlos no solo a nivel provincial, sino también por región, facilitando un análisis más preciso de los indicadores turísticos.

La implementación de esta funcionalidad en la plataforma favorece la identificación de particularidades, tendencias y comportamientos propios de cada región, promoviendo una gestión más eficiente, equitativa y adaptada a las realidades territoriales de la provincia. Asimismo, facilita el acceso a información clave para los actores locales —públicos y privados—, potenciando la utilidad de los tableros de visualización de datos como herramienta de planificación y monitoreo del desarrollo turístico.

La configuración regional contempló la asociación de cada municipio participante del OET.Córdoba a su región turística correspondiente, permitiendo que los datos cargados a nivel local, una vez finalizada y procesada la prueba piloto, se consoliden automáticamente en los tableros regionales y provinciales.

En función de lo solicitado por la contraparte provincial, se definió avanzar en la incorporación de la desagregación regional como una mejora evolutiva de la

plataforma. En esta línea, ya se encuentra realizada la clasificación de las localidades participantes según su región turística, constituyendo la base para la futura visualización de indicadores a escala regional, cuya implementación se desarrollará en las próximas etapas.

Tabla 2: Localidades según región.

Región	Localidad
Ansenuza	Miramar
Calamuchita	Santa Rosa de Calamuchita
Capital	Córdoba Capital
Norte	Cerro Colorado
Punilla	Villa Tulumba
Sierras Chicas	La Falda
	Colonia Caroya
Traslasierra	Jesús María
	Nono

Fuente: elaboración propia

3.4 Capacitación y expansión del uso de la Plataforma BIN

En el marco de esta etapa, se llevó a cabo una capacitación destinada a los nuevos actores involucrados con usuarios dentro de la plataforma BIN. La reunión tuvo lugar el día 19/03/26 con el objetivo de capacitar en el uso de la Plataforma BIN y en las tareas de relevamiento, en preparación para la prueba piloto llevada a cabo en Semana Santa. La reunión contó con participantes de los municipios de Santa Rosa de Calamuchita, Nono, Jesus Maria y personal de Aeropuerto de Córdoba, de la Agencia Córdoba Turismo y el equipo técnico de Metrix. Los municipios que no pudieron formar parte de la capacitación por cuestiones propias de los mismos, mantuvieron un contacto estrecho con el equipo de Metrix para asistirlos en el proceso.

Tabla 3: Participantes de la capacitación.

Participantes
Equipo Técnico de Metrix
Agencia Córdoba Turismo

Municipio de Nono
Municipio de Santa Rosa de Calamuchita
Municipio de Jesus Maria
Personal del Aeropuerto de Córdoba

Fuente: elaboración propia

Las capacitaciones estuvieron dirigidas a todos los participantes de la provincia de Córdoba que utilicen la plataforma para cualquiera de las funcionalidades que esta brinda, ya sea para la carga de datos como para la visualización de la información a través de los dashboards interactivos. Se explicó a los integrantes como ingresar a la plataforma BIN, como navegarla y como cargar los datos de las encuestas realizadas, además de exponer las capacidades de visualización que brinda la plataforma.

El encuentro tuvo una duración estimada de una hora y media, y fue coordinado por el equipo consultor junto con la contraparte provincial. La dinámica de trabajo combinó una exposición técnica inicial, demostraciones prácticas dentro de la plataforma BIN y un espacio final de intercambio y consultas con los participantes.

La agenda de las capacitaciones incluyó:

- Uso operativo de la plataforma BIN: acceso, navegación y carga de datos.
- Procedimientos de registro, normalización y validación de fuentes locales.
- Visualización y análisis de indicadores estadísticos en los dashboards.
- Introducción a las nuevas funcionalidades y módulos incorporados, incluyendo la desagregación por regiones turísticas.
- Introducción a los módulos de inteligencia artificial incorporados.

Se empleó una metodología participativa y práctica, basada en la demostración directa sobre la plataforma, resolución de casos reales y ejercicios guiados de carga de datos y lectura de tableros.

Link a minuta del trabajo del 19/03/2026:

 2026-03-19 Minuta Reunión de Trabajo - OET.Córdoba.pdf

Link a la presentación del 19/03/2026:

 Reunión 19_03 - OET.Córdoba.pptx.pdf

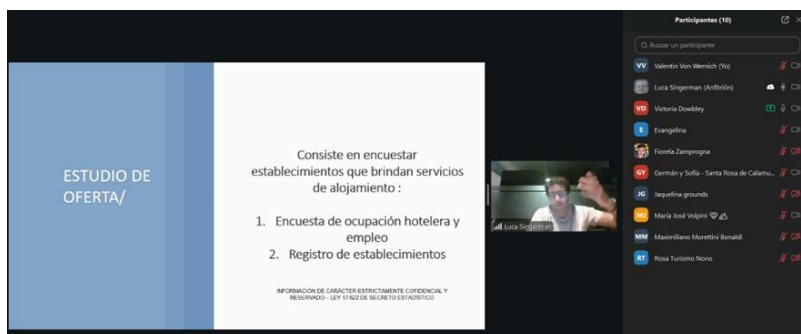


Figura 20: Reunión de trabajo 19/03/2026

Fuente: elaboración propia

La dinámica de la capacitación del uso de la plataforma BIN se basó en una navegación en vivo de la misma, lo que permitió a los participantes recorrer cada módulo en tiempo real, realizar consultas en el momento y practicar la carga de datos sobre casos concretos de sus propios municipios. Esta modalidad garantizó una apropiación más efectiva de la herramienta que una instancia meramente expositiva.

Con posterioridad al encuentro grupal, el equipo consultor implementó un esquema de seguimiento personalizado con cada municipio participante, atendiendo las particularidades operativas de cada equipo local en materia de gestión de usuarios, configuración específica y validación de los primeros registros cargados. Este acompañamiento individualizado permitió, a su vez, integrar plenamente a aquellos municipios que no pudieron sumarse a una nueva instancia formal (debido a sus agendas particulares), asegurando que la totalidad de los actores incorporados al OET.Córdoba contara con las capacidades necesarias para operar la plataforma de manera autónoma.

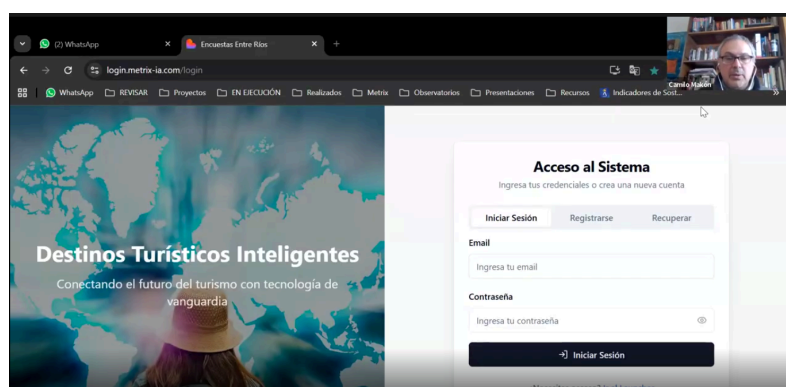


Figura 21: Presentación y capacitación de la plataforma BIN

Fuente: elaboración propia

TAREA IV. ESCUCHA DIGITAL

La Tarea IV comprende la ejecución de una escucha digital denominada Social Mapping, mediante la cual se obtiene información cualitativa en volumen sobre la conversación que se genera en internet respecto de Córdoba como destino turístico. A través de esta investigación se busca comprender las motivaciones, barreras, percepciones de precio y composición del grupo de viaje de los potenciales visitantes en todo el territorio argentino.

Para la ejecución de esta tarea se utilizó la herramienta Synthesio, diseñada para levantar grandes cantidades de información cualitativa basada en los comentarios y la escucha activa de usuarios en perfiles abiertos de redes sociales, blogs, sitios de noticias, sitios de turismo y el resto de internet. Toda la información recolectada en esta investigación será visualizada a través de la Plataforma de Inteligencia Turística BIN.

4.1. Brief y Set Up de la herramienta

El Brief es el documento base que guía toda la configuración de la herramienta de escucha digital. Fue elaborado y validado en conjunto con el equipo técnico de la Agencia Córdoba Turismo, y contiene los contenidos, plazas, ciudades y productos a escuchar en internet, así como el listado total de los principales destinos atractivos de la provincia y todos los keywords (palabras clave) que los representan o que están relacionados a cada producto y destino definido.

El documento de Brief también contempla las hipótesis de comunicación que la Agencia Córdoba Turismo quiere comprobar o validar con el estudio. A partir de este Brief, se desarrolló un tablero donde se ordenaron todos los keywords en los principales temas de análisis: Motivaciones, Barreras, Precio y Grupo de Viaje. Este tablero funcionó como guía y «combustible» para comenzar con la configuración de la herramienta Synthesio.

Link al documento de Brief:

 Provincia de Córdoba - Brief SL.pdf

4.1.1 Objetivos consensuados con la Agencia Córdoba Turismo

Los objetivos que orientaron la configuración de la escucha digital y que servirán de filtro para el análisis de toda la información obtenida son:

- Encontrar elementos para ordenar y jerarquizar la oferta de productos turísticos de Córdoba.
- Conocer las debilidades o desventajas del destino a nivel país.
- Identificar las motivaciones más frecuentes que llevan a los viajeros a elegir Córdoba como destino.
- Detectar las barreras que desincentivan la visita o generan críticas turísticas.
- Comprender las percepciones de precio y relación valor-costo asociadas al destino.
- Analizar los formatos y composiciones de grupo de viaje predominantes.

4.1.2 Estructura de keywords por eje de análisis

La estructura de keywords utilizada para rastrear todo el contenido digital vinculado a la marca Córdoba Turismo fue organizada en seis grandes categorías temáticas: ranking de destinos, motivadores de viaje, grupos de viaje, temporadas y momentos de viaje, precio y temas de conversación. A continuación se presenta la distribución por eje de análisis:

Tabla 4: Keywords por eje de análisis.

MOTIVACIONES	BARRERAS	PRECIO	GRUPO DE VIAJE
sierras · naturaleza · aire libre · cascada · trekking · paisaje único · bienestar serrano · retiro espiritual · cuarteto · gastronomía cordobesa · patrimonio jesuítico · aventura · astroturismo	rutas en mal estado · pocos vuelos · alojamiento caro · mal servicio · difícil de llegar · malas instalaciones · lejos · mucho tránsito · inseguridad	caro · barato · accesible · relación precio-calidad · cuánto cuesta · alojamiento económico · pasajes caros · oferta · promoción · en cuotas	solo · en pareja · luna de miel · en familia · con niños · con amigos · viaje romántico · viaje de egresados · abuelos · grupos

Fuente: elaboración propia

Dentro de cada eje se incluyeron términos específicos de los productos turísticos distintivos de la provincia. Para el eje de Motivaciones se incorporaron keywords vinculados a turismo de naturaleza y sierras (trekking, cascadas, Parque Nacional Quebrada del Condorito, Parque Nacional Ansenuza, Champaquí), turismo

cultural y jesuítico (estancias jesuíticas, Manzana Jesuítica, Cura Brochero), gastronomía regional (alfajor cordobés, fernet, cerveza artesanal, cabrito, empanadas), turismo de bienestar (retiro espiritual, spa, yoga, meditación), enoturismo (bodegas, degustación, maridaje), golf, vida nocturna y cultura urbana, entre otros.

Para el eje de Barreras se relevaron términos relacionados con el estado de rutas y caminos, conectividad aérea y terrestre, calidad del alojamiento y los servicios, accesibilidad y trato al turista. En el eje de Precio se incluyeron expresiones coloquiales de valoración ("carísimo", "ganga", "relación precio calidad", "en cuotas") junto con términos específicos por tipo de servicio. Para el Grupo de Viaje se rastrearon todas las composiciones posibles: viajes en familia, en pareja, con amigos, solos, luna de miel, con niños, entre otros.

4.1.3 Configuración de la herramienta Synthesio

Una vez recibido y validado el Brief con el equipo de la Agencia Córdoba Turismo, se procedió a configurar la herramienta Synthesio. La configuración consiste en un código de keywords basado en el sistema de "boolean search", que permite que la herramienta lea y relacione los términos mediante distintas reglas de lectura (operadores AND, OR, NOT y comillas para frases exactas). Esto garantiza que el rastreo capture únicamente los contenidos genuinamente relevantes para el estudio, minimizando el ruido de información.

Paralelamente, se definieron los siguientes parámetros de configuración en conjunto con la Agencia Córdoba Turismo:

- 24 meses hacia atrás desde el inicio de la escucha (octubre de 2024 a marzo de 2026). Período de retrospectiva:
- Los mercados emisores relevados fueron Buenos Aires, CABA, Santa Fe, Mendoza, Salta, Entre Ríos y Córdoba. Zona geográfica:
- Redes sociales (X/Twitter, Instagram, Facebook, YouTube), blogs de viaje, sitios de noticias, sitios de reviews turísticos (Booking, Tripadvisor, entre otros) y el resto de la web abierta. Canales monitoreados:
- Motivaciones, Barreras, Precio y Grupo de Viaje. Ejes de análisis:

El tablero resultante de keywords fue revisado y aprobado por el equipo de la Agencia Córdoba Turismo antes de activar la herramienta, asegurando que los parámetros elegidos respondieran a los objetivos del estudio y a las hipótesis de comunicación planteadas.

4.2 Escucha Activa

Una vez configurada la herramienta, se inició la escucha activa mediante Synthesio. La herramienta fue activada para rastrear información a lo largo de 24 meses en retrospectiva desde la fecha de inicio de la escucha, lo que permite obtener una visión histórica de la conversación digital sobre Córdoba como destino turístico. El período analizado comprende desde octubre de 2024 hasta marzo de 2026.

La herramienta rastreó información de redes sociales (X/Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, entre otras), blogs del segmento de viajes, sitios de noticias y el resto de la web abierta. En esta instancia se comenzó a seleccionar y limpiar toda la información obtenida para medir y cuantificar la cantidad de datos por cada uno de los ejes de análisis: Motivación, Barreras, Precio y Grupo de Viaje.

4.2.1 Proceso de limpieza y depuración de información

La ejecución de la escucha activa brinda información en grandes cantidades. Por ello, una parte fundamental del proceso consiste en la depuración de ese caudal de datos para conservar únicamente los contenidos que aporten valor de análisis, es decir, aquellos que evidencien drivers de comunicación genuinos.

En esta instancia se procedió a eliminar los siguientes tipos de contenido: comentarios de índole política no relacionados al turismo, ruidos y conversaciones sin valor analítico, publicaciones repetidas o automatizadas, canales con contenido generado con fines publicitarios o comerciales, y medios que no representan la opinión orgánica de los usuarios. Se conservaron exclusivamente los comentarios y conversaciones auténticos de internautas en perfiles públicos.

Este proceso de limpieza implicó una tarea manual de eliminación de gran volumen de comentarios, complementada con el filtrado automatizado mediante la herramienta a partir de la exclusión de ciertos medios y keywords de ruido. Una vez finalizada esta primera limpieza, se activó nuevamente la herramienta para levantar una segunda tanda de información ya filtrada y depurada.

El resultado de esta etapa es un corpus de información de calidad, ordenado por los cuatro ejes definidos, que constituye la base sobre la cual se realizará el análisis humano de conclusiones y recomendaciones en la siguiente fase del estudio.

4.2.2 Herramientas complementarias de análisis

Complementariamente a Synthesio —herramienta principal del estudio— se utilizaron las siguientes herramientas para enriquecer y triangular el análisis de la conversación digital:

Tabla 5: Herramientas complementarias de análisis.

HERRAMIENTA	ROL EN EL ESTUDIO
Synthesio	Herramienta principal de social listening. Rastrea en volumen todos los contenidos web (posteos, comentarios, notas, reviews) vinculados a los keywords definidos en el Brief, en perfiles abiertos de redes sociales, blogs, sitios de noticias y sitios de turismo (Booking, Tripadvisor, entre otros). Cubre un período retrospectivo de hasta 24 meses.
Brand 24	Análisis de presencia, percepción y reputación del destino. Permite detectar menciones positivas y negativas, medir el alcance y viralidad de las conversaciones, y generar informes automáticos y personalizados en tiempo real.
Audience	Plataforma de perfilado de audiencia. Permite analizar las características demográficas, intereses, comportamientos y opiniones de las personas que interactúan con el destino en redes sociales.
Google Trends	Análisis de la popularidad de términos de búsqueda a lo largo del tiempo. Permite identificar picos de interés, comparar volúmenes de búsqueda entre destinos y observar variaciones por región y temporada.
Semrush	Plataforma integral de marketing digital. Permite rastrear el comportamiento del usuario, analizar el tráfico web, investigar palabras clave y monitorear el desempeño del destino frente a la competencia.
Talkwalker	Herramienta de monitoreo de medios sociales con inteligencia artificial. Analiza menciones en redes sociales, blogs y medios digitales, proporcionando insights sobre el sentimiento de la audiencia respecto al destino.

Fuente: elaboración propia

La utilización combinada de estas herramientas permite obtener una visión integral de la conversación digital en torno al destino Córdoba: desde el volumen y la distribución de menciones hasta el perfil demográfico de la audiencia, las tendencias de búsqueda y el análisis de sentimiento. Esta perspectiva multifuente es fundamental para garantizar la solidez y representatividad de las conclusiones que se elaborarán en la etapa de análisis.

4.3 Análisis de la información recolectada

Una vez finalizada la depuración de la información obtenida mediante la escucha digital, se trabajó sobre un corpus consolidado de comentarios, publicaciones y conversaciones provenientes de distintos canales digitales rastreados durante el período de relevamiento. Este corpus, ya libre de contenidos automatizados, repetidos o ajenos al objeto de estudio, constituyó la base del análisis cualitativo de la investigación y permitió avanzar hacia la identificación de patrones, tendencias e insights aplicables al diseño de la estrategia de comunicación del destino.

En términos generales, la conversación digital vinculada a Córdoba como destino turístico mostró un volumen sostenido a lo largo de los veinticuatro meses relevados, con un total superior a las 395.000 menciones. Esta magnitud resulta significativa al contrastarla con la registrada por otros destinos relevados en el mismo período y bajo idéntico criterio de configuración, y permite ubicar a la provincia entre los destinos con mayor presencia en la conversación digital del turismo nacional.

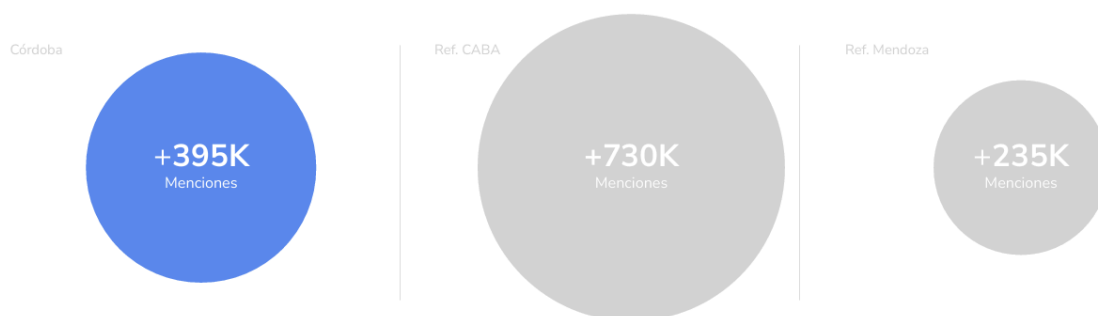


Figura 22: Volumen de conversación.

Fuente: elaboración propia.

El análisis del perfil de audiencia permitió advertir una distribución relativamente equilibrada por género, con una leve mayoría de participación femenina, y una concentración etaria marcada en adultos jóvenes y adultos de mediana edad, franja que reúne a la mayor parte de las personas que generan conversación sobre el destino. Este perfil resulta relevante para la estrategia de comunicación en la medida en que permite anticipar un tipo de viajero con capacidad de decisión autónoma sobre su viaje y con alta presencia en canales digitales.

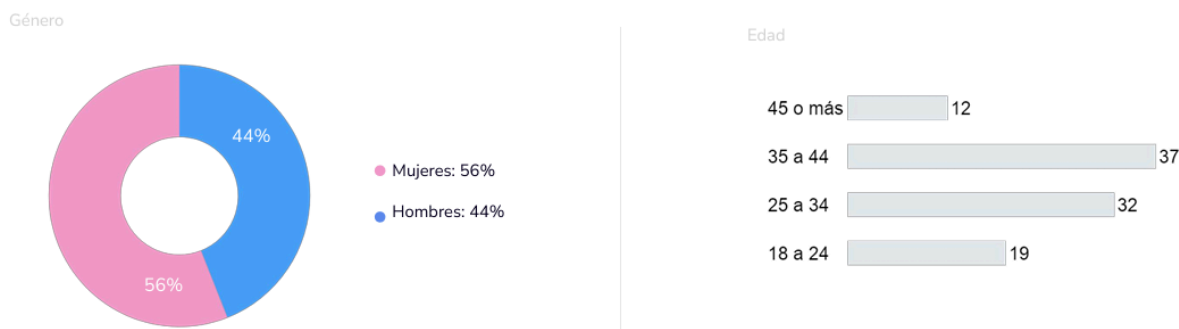


Figura 23: Perfil de audiencia.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la evolución temporal, la conversación se sostiene a lo largo de todo el año sin presentar caídas pronunciadas, aunque exhibe picos asociados a hitos puntuales del calendario turístico y, en menor medida, a hechos extraordinarios de repercusión nacional. Este comportamiento evidencia que, además de una base de conversación constante, existen disparadores concretos capaces de amplificar de manera significativa el volumen de menciones en momentos específicos.

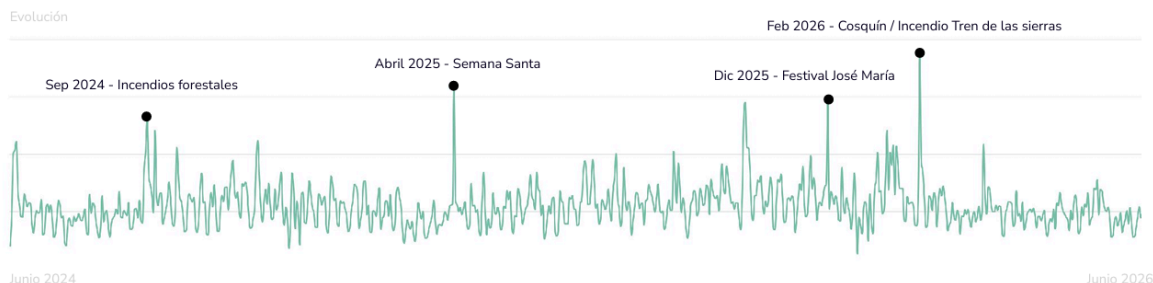


Figura 24: Evolución temporal de la conversación.

Fuente: elaboración propia.

4.3.1 Metodología de análisis

El análisis de la información recolectada se desarrolló mediante un abordaje humano, entendido como la lectura e interpretación individual de cada uno de los comentarios y publicaciones que integran el corpus depurado. Sobre esa lectura se aplicó una clasificación temática que permitió ordenar el contenido según su vinculación con los distintos ejes de análisis definidos, y se procedió a descartar aquellos casos aislados que, por su escasa recurrencia o su falta de vinculación con un patrón mayor, no aportaban valor interpretativo al estudio.

A partir de esta clasificación, se avanzó en la identificación de patrones repetidos, es decir, de expresiones, valoraciones o experiencias que se manifestaban de manera reiterada en distintas publicaciones. Estos patrones fueron agrupados en drivers, entendidos como unidades de sentido que sintetizan una idea recurrente presente en la conversación, los cuales, al mostrar consistencia y persistencia a lo largo del período analizado, fueron consolidados en tendencias. Este nivel de tendencias constituye la base sobre la cual se elaboraron los resultados y las conclusiones que se desarrollan a continuación.

Paralelamente, se realizó un cruce sistemático entre la información obtenida, las hipótesis de comunicación planteadas en el Brief, los objetivos consensuados para el estudio y los cuatro ejes de análisis definidos. Este cruce permitió constatar en qué medida las hipótesis de partida encontraban correlato en la conversación efectivamente relevada, y orientó la lectura de cada tendencia identificada hacia su función dentro del proceso de decisión de viaje.

4.3.2 Resultados por eje de análisis

Motivaciones

Dentro de este eje se clasificaron los comentarios que expresan una valoración positiva del destino o una intención manifiesta de viaje. El análisis permitió identificar a la naturaleza como el principal motivador de conversación, seguida por la agenda de eventos, la propuesta gastronómica y la oferta urbana del destino; también se destacaron con menor peso relativo el ocio nocturno, el bienestar, el turismo activo o de aventura y una incipiente conversación sobre enoturismo. Estos resultados permiten sostener que la elección de Córdoba como destino responde a una oferta diversa y no a un único atractivo excluyente, en línea con la hipótesis de un portafolio amplio de productos turísticos.

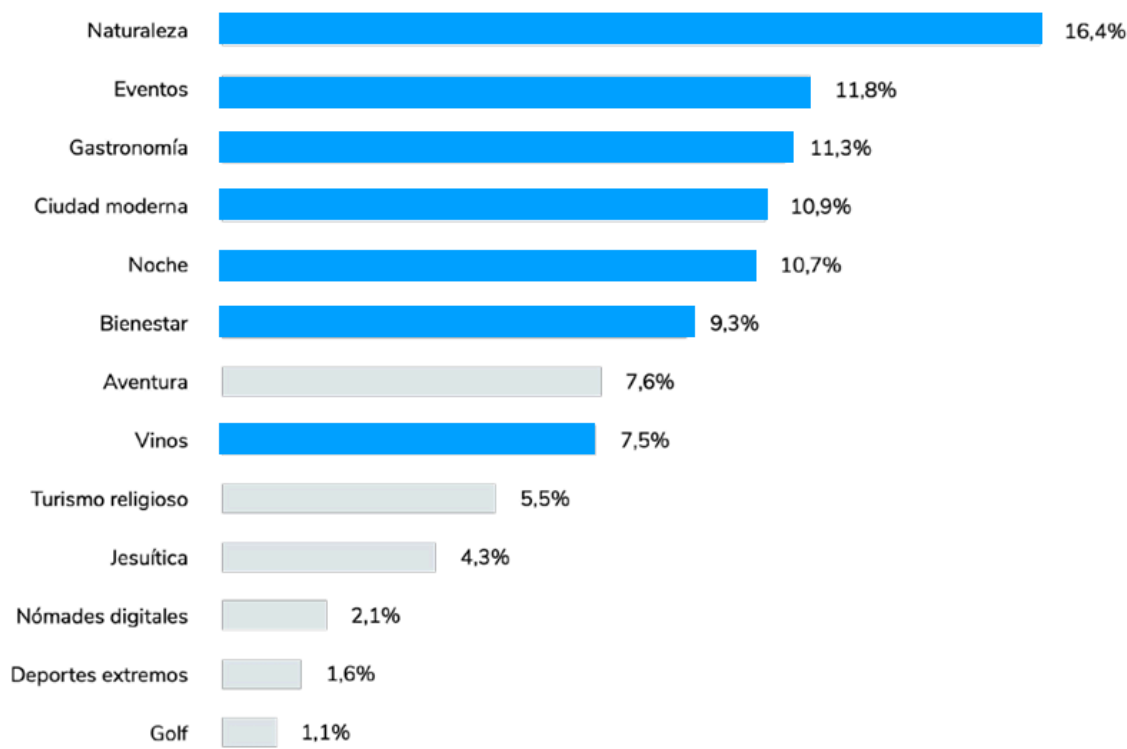
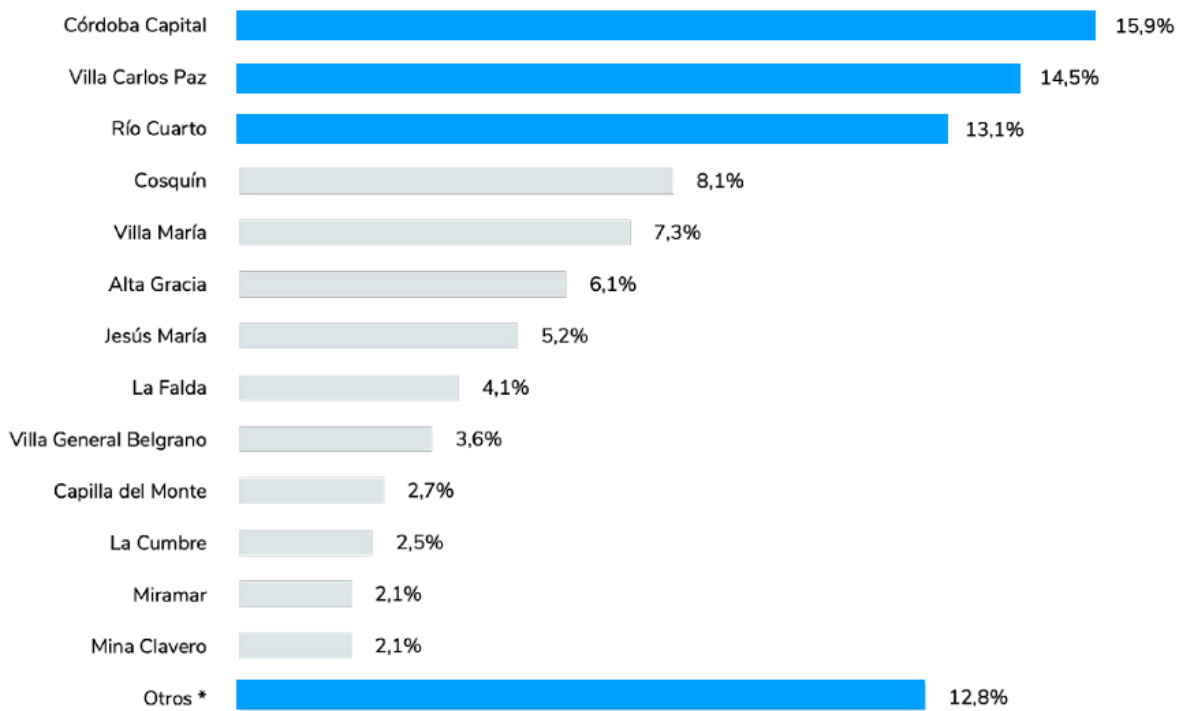


Figura 25: Motivadores principales.

Fuente: elaboración propia.

En relación con los destinos mencionados, la conversación posiciona a Córdoba entre las provincias con mayor participación dentro del ranking nacional de destinos, con una distribución interna en la que Córdoba Capital, Villa Carlos Paz y Río Cuarto concentran la mayor proporción de menciones, seguidos por un conjunto amplio de localidades del interior provincial. Esta distribución interna, con diferencias relativamente acotadas entre destinos, confirma una oferta turística descentralizada, en la que el interés se reparte a lo largo de todo el territorio.



* Otros -2% (Nono, Santa Rosa de Calamuchita, La Cumbrecita, Colonia Caroya, San Marcos Sierras, Villa Cura Brochero, Villa Tulumba, Villa Rumpal, El Durazno, San Javier y Yacanto, Villa del Totoral, Yacanto de Calamuchita, Quilino)

Figura 26: Distribución de destinos.

Fuente: elaboración propia.

Dentro del motivador Naturaleza, la conversación se concentra en las sierras, los ríos y los paisajes serranos, con fuerte presencia de contenidos sobre actividades al aire libre como el trekking y las propuestas de alojamiento no convencional. Las vacaciones de invierno emergen como uno de los principales momentos de interés asociados a este tipo de propuestas, lo que sugiere una oportunidad de comunicación vinculada a la experiencia activa en el entorno natural, más allá de la contemplación del paisaje.

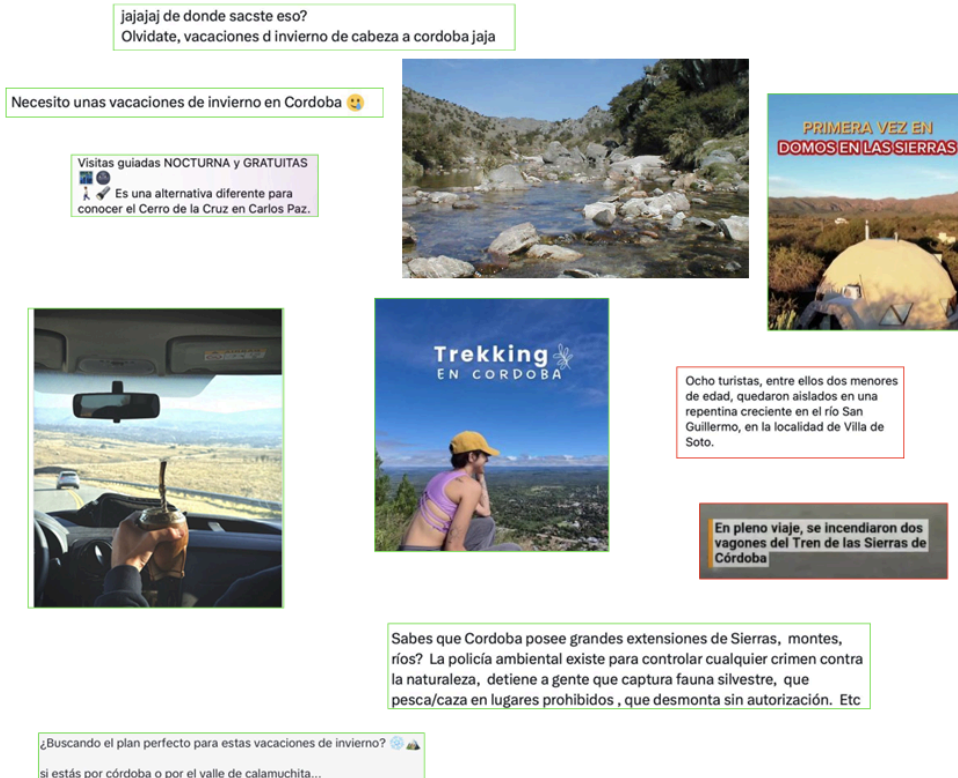


Figura 27: Naturaleza.

Fuente: elaboración propia.

En el plano gastronómico, la conversación aparece fuertemente traccionada por eventos de escala como la fiesta de la cerveza y por productos regionales específicos, entre ellos embutidos, dulces y platos típicos de distintas localidades de la provincia. Este resultado plantea una definición estratégica relevante para la comunicación: profundizar el posicionamiento en torno a los eventos que ya concentran mayor interés espontáneo o invertir en visibilizar la oferta gastronómica genuinamente regional.

OKTOBERFEST 2024: ¡EXITOSA FIESTA EN VILLA GENERAL BELGRANO!

La fiesta de la cerveza más grande del país está en Córdoba y empezó este findeee #oktoberfest #cordoba

Cordoba explotado oktoberfest

VOLVI CON ELLA...FIESTA Nacional del ALFAJOR | La Falda, Cordoba.

#Oktoberfest
#CervezaArtesanal
#FiestasGastronómicas
#ProductosRegionales
#Locro
#Recomendaciones

Vacaciones de invierno: llega la 41ª Fiesta Nacional del Chocolate Alpino a Villa General Belgrano



Que ganas de un salame de la colonia caroya viejo

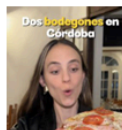


Figura 28: Gastronomía.

Fuente: elaboración propia.

Barreras

Los comentarios de carácter negativo fueron agrupados en función de su vinculación con la accesibilidad, los costos y los servicios asociados a la experiencia turística. Dentro de este eje, la estacionalidad y la conectividad concentran la mayor proporción de menciones, seguidas por los precios, la calidad de servicio, la infraestructura y los medios de transporte disponibles en destino. Esta distribución indica que la competitividad del destino depende tanto de sus atractivos como de un conjunto de variables de acceso y funcionamiento que condicionan la experiencia efectiva del visitante.

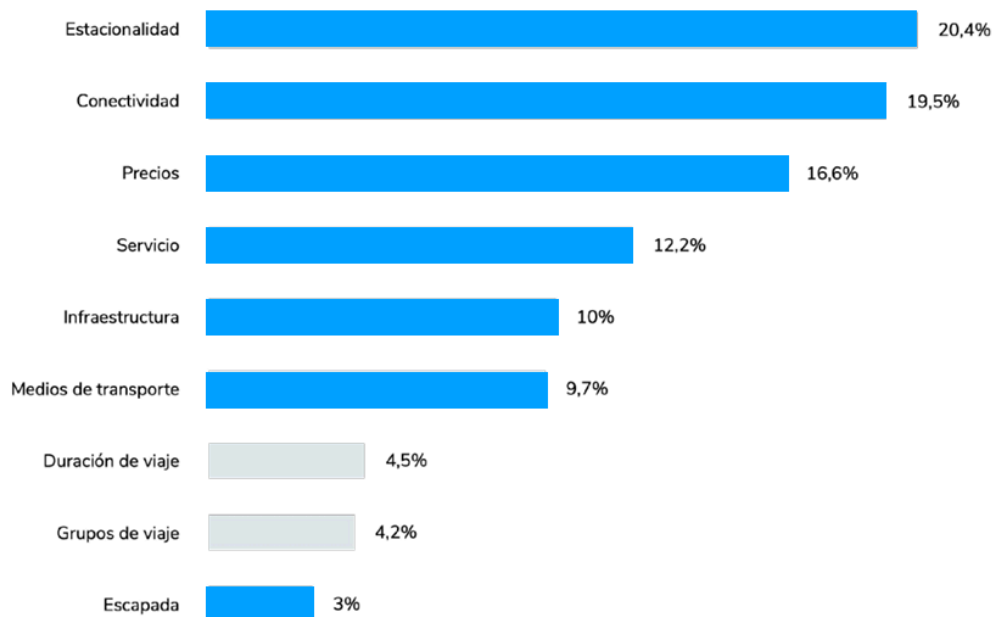


Figura 29: Categorías analizadas.

Fuente: elaboración propia.

Dentro de este eje, uno de los patrones más consistentes detectados a lo largo de todo el período analizado se vincula con el estado de las rutas y, en particular, con la actuación de los controles viales. Si bien las rutas provinciales reciben valoraciones mayoritariamente positivas en cuanto a su estado, la conversación asociada a los controles de tránsito concentra un volumen elevado de menciones críticas, al punto de que una porción de los comentarios releva la intención explícita de evitar la visita a la provincia por este motivo. Por su magnitud y su recurrencia, esta barrera constituye uno de los hallazgos más relevantes del estudio, en tanto excede el plano estrictamente comunicacional y remite a una cuestión de gestión y de experiencia del visitante.

El argentino es muy pelotudo... todo el mundo sabe que cuando pisas suelo cordobes te van a multar si o si por cualquier razon. El plan sistémico del peronismo es liquidar al turismo para que la provincia sea pobre y de esa manera asegurar el clientelismo.

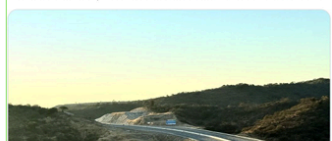
Si vas a Cordoba, tenes que viajar de noche. Ahí los radares esos no pueden medir la velocidad y no te pueden hacer ninguna multa.

Hay que terminar con la máquina recaudadora de la Caminera.

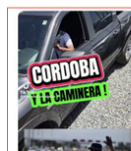
Cordoba señores, el orgullo de la argentina. Policía caminera tiene más jurisdicción que gendarmería

los cordobeses van a terminar como los de entre rios que corrieron a todo los turistas con sus destratos policiales..

Autovía Calamuchita, hace un rato. Cómo le envidio las rutas a Córdoba...



La IMPECABILIDAD de las Rutas de Córdoba ,a lo largo y ancho de la provincia, poroto para Schiaretti: Córdoba bella como nunca ,llena de turismo y con unas rutas de maravilla. #LasCosasComoSon



DETUVIERON AL JEFE DE LA POLICIA CAMINERA DE CORDOBA
- Maximiliano Rodón está acusado de enriquecimiento ilícito y cobro de coimas
- Se sospecha que él, junto a varios inspectores y abogados, tenían un negocio con el cobro de las multas en las autopistas cordobesas.



#Cordoba es hermoso. La única contra es que la policía caminera es muy HINCHA



Figura 30: Rutas.

Fuente: elaboración propia.

Precio

La percepción general de precios ubica a Córdoba como un destino accesible, con una proporción amplia de comentarios que destacan una buena relación entre el costo y la calidad de las actividades, alojamientos y experiencias disponibles. Las principales críticas identificadas se concentran de manera puntual en el costo de la gastronomía y en el valor de las entradas a determinados eventos masivos de escala nacional. De manera complementaria, se relevó un conjunto recurrente de menciones positivas vinculadas a la conectividad aérea internacional disponible desde la provincia, en las que se destaca la conveniencia económica de ciertos trayectos.

Grupo de Viaje

La identificación de los formatos de viaje se realizó a partir de comentarios que hacen referencia explícita o implícita a la composición de quienes viajan. El formato de escapada, asociado mayoritariamente a viajes en pareja de uno o dos días de duración, aparece como uno de los formatos con mayor presencia dentro de la conversación, en particular en la búsqueda y recomendación de destinos para desconectar en períodos breves. Se identificó asimismo una presencia relevante de viajes grupales vinculados a la etapa de egresados, especialmente asociados a destinos tradicionales de la provincia, así como menciones de formato familiar

vinculadas a la demanda de servicios e infraestructura adecuada para ese tipo de composición. Estos resultados permiten orientar la comunicación hacia propuestas diferenciadas según el tipo de viajero al que se busca convocar, en particular hacia una oferta específica para el segmento de escapadas de corta duración.



Figura 31: Escapadas.

Fuente: elaboración propia.

4.3.3 Elaboración de insights y recomendaciones

El proceso de análisis descripto permitió transformar miles de comentarios individuales en un conjunto acotado de tendencias con valor estratégico para el diseño de la comunicación del destino. A partir de este trabajo, se identificaron oportunidades vinculadas a comunicar a Córdoba como un portafolio diverso de productos y no como un destino único, capitalizando la amplitud de su oferta para sostener motivos de viaje durante todo el año. Asimismo, se identificó a la agenda de eventos como un motor recurrente de conversación, susceptible de ser aprovechado como punto de entrada estable a la marca del destino a lo largo del calendario.

En relación con la naturaleza, el análisis sugiere la oportunidad de comunicar no solamente el paisaje, sino la experiencia activa que puede desarrollarse en él. En materia de bienestar, se identificó una categoría todavía en construcción, impulsada principalmente por la oferta antes que por el propio usuario, lo que constituye una oportunidad de instalación temprana a través de contenido genuino. De manera

similar, la conversación en torno al enoturismo revela a Córdoba como un destino emergente en esta categoría, con posibilidad de posicionarse antes de que la conversación se estandarice.

En el plano de la conectividad y el precio, el análisis permitió identificar al acceso aéreo como un activo central de la experiencia del destino, con oportunidad de reforzar su comunicación siempre que se atienda el tramo final del recorrido, es decir, la conectividad terrestre una vez en destino. La percepción de accesibilidad de precios, por su parte, constituye un argumento de venta competitivo frente a otros destinos de escala similar. Finalmente, se identificó una tensión relevante en torno a la identidad cordobesa, en la que atributos valorados como el acento o el humor conviven con cuestionamientos sobre el trato hacia el visitante, situación que se recomienda abordar de manera directa en la comunicación en lugar de omitirla.

4.3.4 Identificación de marcas, referentes e influencers

De manera complementaria al análisis temático, el proceso permitió identificar actores relevantes dentro de la conversación digital vinculada al destino. Estos actores corresponden a distintas categorías, entre ellas otros destinos turísticos que operan como referencia comparativa, eventos y festivales de escala que traccionan conversación en momentos específicos del año, medios de comunicación que concentran una proporción significativa de la difusión, y referentes o creadores de contenido cuya actividad en redes sociales incide en la visibilidad del destino. La identificación de estos actores se realizó en función de su nivel de participación en la conversación, su capacidad de generar interacción y su incidencia en la difusión de contenidos vinculados a Córdoba como destino turístico, y constituye un insumo adicional a considerar en el diseño de futuras acciones de comunicación.

4.3.5 Conclusiones

El análisis humano de la información permitió transformar un gran volumen de datos dispersos, provenientes de múltiples canales digitales, en conocimiento estratégico orientado a la toma de decisiones. A través de este proceso fue posible constatar las hipótesis planteadas en el Brief, identificar los principales drivers y tendencias que atraviesan la conversación sobre el destino, y clasificar dicha conversación según los ejes de Motivaciones, Barreras, Precio y Grupo de Viaje definidos para el estudio. De este modo, la etapa de análisis da cumplimiento a los objetivos consensuados para la investigación y constituye la base sobre la cual se apoyará la construcción de futuras estrategias de comunicación turística para la provincia de Córdoba.

TAREA V: PRESENTACIÓN PÚBLICA DE RESULTADOS DEL OET.CÓRDOBA Y DE LA PLATAFORMA BIN

La Tarea V comprende la presentación de los resultados obtenidos por el Observatorio Económico de Turismo Sostenible de Córdoba (OET.Córdoba) y la Plataforma de Inteligencia Turística BIN, con el objetivo de difundir los principales hallazgos del proyecto, validar los resultados alcanzados junto a los actores involucrados y consolidar la implementación del sistema de producción de información turística en el territorio provincial. Asimismo, esta etapa contempla la incorporación operativa de los nuevos municipios a la red del Observatorio mediante un relevamiento piloto orientado a validar instrumentos, fortalecer capacidades locales y garantizar la integración permanente de los nuevos indicadores al sistema provincial.

Para la ejecución de esta tarea se llevaron adelante acciones de coordinación y asistencia técnica para la implementación del relevamiento en los municipios incorporados, el acompañamiento en los procesos de carga, validación y procesamiento de la información en la Plataforma BIN, y la realización de instancias de presentación de resultados dirigidas a actores públicos y privados del sector turístico. Estas actividades permitieron socializar los avances alcanzados, promover el uso de la plataforma como herramienta de inteligencia turística y fortalecer la articulación institucional necesaria para la continuidad del OET.Córdoba.

5.1. Organización y coordinación de un relevamiento piloto de datos

Con el objetivo de incorporar los nuevos municipios a la red operativa del Observatorio Económico de Turismo Sostenible de Córdoba (OET.Córdoba), se llevó adelante un relevamiento piloto destinado a validar la metodología de trabajo, los instrumentos de medición y los procedimientos operativos previstos para la implementación permanente del sistema.

La prueba piloto constituyó una instancia de validación técnica y operativa que permitió ajustar los procesos de recolección, carga y procesamiento de información, fortalecer las capacidades de los equipos locales y verificar el funcionamiento integral de la Plataforma de Inteligencia Turística BIN antes de la puesta en marcha definitiva del dispositivo de relevamiento.

Como primera etapa se definió el diseño metodológico del operativo de campo y de los instrumentos de medición, estableciendo los criterios de implementación, los períodos de relevamiento, los procedimientos de captura de información y las modalidades de carga de datos.

En esta instancia se validaron, junto con los referentes técnicos de los municipios participantes, los cuestionarios correspondientes a los distintos operativos estadísticos previstos por el Observatorio, incorporando observaciones y adecuaciones surgidas del intercambio con los equipos territoriales.

Los operativos implementados durante la prueba piloto comprendieron:

- Encuesta de Actividad en Alojamientos.
- Encuesta a Visitantes F2F (Face to Face).
- Encuesta a Visitantes autoadministrada mediante código QR.
- Encuesta de Sostenibilidad

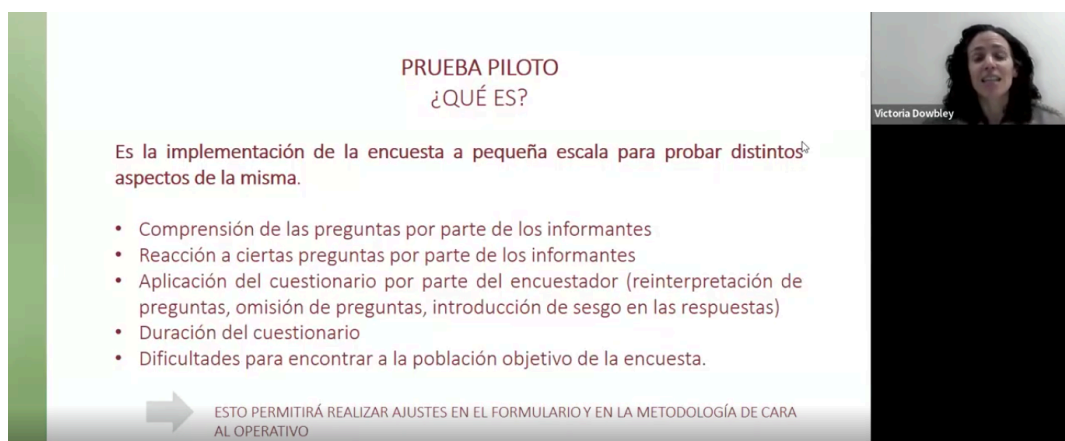
En una primera instancia, el día 19 de marzo de 2026 se realizó una reunión virtual con los referentes de las localidades participantes de la prueba piloto para presentarles la metodología diseñada. Luego de la presentación, se abrió un espacio de intercambio y retroalimentación sobre los instrumentos de recolección a partir de la experiencia de cada destino en su territorio. Así se acordó el periodo de aplicación de la prueba piloto y los formularios a aplicar.

- [PRESENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE LA PRUEBA PILOTO](#)
- [MINUTA REUNIÓN 19/03](#)

La capacitación de BIN fue realizada navegando en vivo la plataforma el mismo día de la presentación sobre la metodología de la prueba piloto. Además, se les compartió a los municipios participantes el Manual de Usuario de la plataforma (del cual se adjunta link a continuación).

A cada usuario se le dió seguimiento de manera bilateral, resolviendo consultas y sugerencias por privado.

- [MANUAL DE USUARIO BIN](#)



PRUEBA PILOTO
¿QUÉ ES?

Es la implementación de la encuesta a pequeña escala para probar distintos aspectos de la misma.

- Comprensión de las preguntas por parte de los informantes
- Reacción a ciertas preguntas por parte de los informantes
- Aplicación del cuestionario por parte del encuestador (reinterpretación de preguntas, omisión de preguntas, introducción de sesgo en las respuestas)
- Duración del cuestionario
- Dificultades para encontrar a la población objetivo de la encuesta.

→ ESTO PERMITIRÁ REALIZAR AJUSTES EN EL FORMULARIO Y EN LA METODOLOGÍA DE CARA AL OPERATIVO

Victoria Dowbley

Figura 32: Reunión de capacitación para la prueba piloto

Fuente: elaboración propia.

Los días 16 y 17 de abril se mantuvieron reuniones bilaterales con las localidades participantes de la prueba piloto, a fin de realizar una evaluación de los operativos de relevamientos tanto para Semana Santa como para la 2da. Semana de Abril. A continuación, se adjuntan las minutas de dichas reuniones:

- **MINUTAS DE REUNIONES BILATERALES CON MUNICIPIOS**

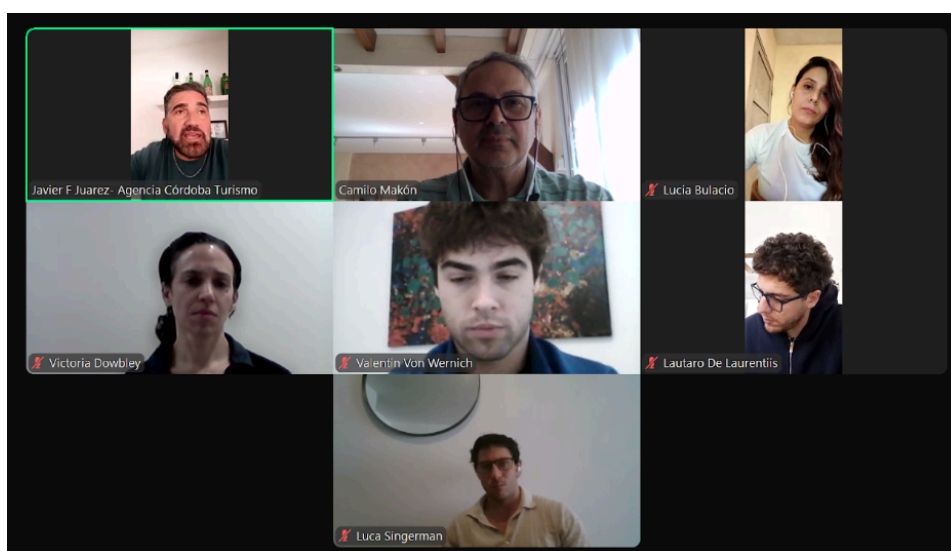


Figura 33: Reuniones bilaterales con municipios

Fuente: elaboración propia.

SOBRE LA ENCUESTA DE DEMANDA

- ENCUESTAS REALIZADAS: 53 (5 fueron QR)
- ¿Con cuánto personal contaron?
- ¿Qué días y en qué franja horaria encuestaron?
- ¿Cuáles fueron los puntos de toma?
- ¿Cómo hicieron la campaña QR?

Figura 34: Reuniones bilaterales con municipios

Fuente: elaboración propia.

Durante el mes de mayo se realizó un trabajo de campo, en el que se mantuvieron reuniones con municipios a fin de realizar un taller de sensibilización sobre el valor que tienen los datos turísticos de cara a la toma de decisiones y de la búsqueda de mejores resultados en el sector turístico.

- **PRESENTACIÓN: EL VALOR DE LOS DATOS**



Figura 35: Taller de Sensibilización con municipios.

Fuente: elaboración propia.



Figura 36: Taller de Sensibilización con municipios.

Fuente: elaboración propia.

A su vez, también se mantuvieron reuniones con las distintas áreas internas de la Agencia Córdoba Turismo, a fin de generar los usuarios dentro de la plataforma BIN, para facilitarles la visualización de los datos y poder actuar en consecuencia para la toma de decisiones. Las áreas participantes fueron:

- Área de registro de alojamientos.
- Área de turismo alternativo.
- Área de registro de guías.
- Área de comunicación/prensa.
- Área de productos y promoción.
- Área de fiscalización.
- Área de turismo MICE.



Figura 37: Reunión de Sensibilización con municipios.

Fuente: elaboración propia.



Figura 38: Reuniones con Áreas de la ACT.

Fuente: elaboración propia.

5.1.1. Implementación de la prueba piloto

Los relevamientos de Actividad en Alojamientos y a Visitantes fueron implementados de forma digital mediante la plataforma BIN. Como respaldo ante eventuales problemas de conectividad, se implementó la posibilidad de carga offline desde la aplicación de la propia plataforma BIN y también se distribuyeron los formularios en papel que luego fueron cargados manualmente por los encuestadores.

Encuestas Córdoba

Participa en encuestas para mejorar tu experiencia turística en Córdoba

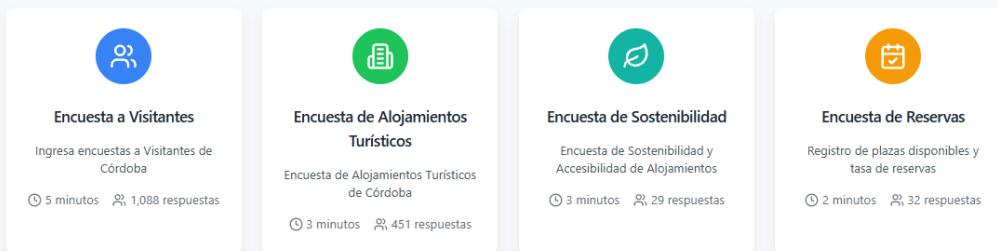


Figura 39: Encuestas - Plataforma BIN.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la Encuesta a Visitantes QR, el formulario se adaptó para configurar una versión que sea autoadministrada, accediendo online, a través de un código QR localizado en afiches diseñados por la Agencia Córdoba Turismo y distribuidos por sitios con afluencia de visitantes.



Figura 40: Afiche de promoción de la encuesta a visitantes vía QR.

Fuente: elaboración propia.

- [ENCUESTA A VISITANTES F2F](#)
- [ENCUESTA A VISITANTES \(LINK DEL QR\)](#)

Además, también se encuentra en la plataforma BIN el formulario de Sostenibilidad. En el mismo, se releva, de manera estructurada, información vinculada a prácticas ambientales y de accesibilidad.

- [ENCUESTA DE SOSTENIBILIDAD](#)

Se incorporó también a la plataforma BIN, luego de validación con la Agencia Córdoba Turismo y municipios, un formulario de Reservas, el cual da cuenta del registro de plazas disponibles y tasa de reservas tanto a nivel local como provincial.

El formulario de reservas funciona a modo de medir el nivel de reservas previo al periodo de referencia.

The image shows a web form titled "Nueva Reserva" with a "Volver" button in the top left. The form contains the following fields and controls:

- Fecha de carga:** A date input field with a calendar icon.
- Localidad:** A dropdown menu with the text "Seleccionar localidad".
- Fecha desde:** A date input field with a calendar icon.
- Fecha hasta:** A date input field with a calendar icon.
- Noches del periodo:** A text input field.
- Periodo turístico:** A dropdown menu with the text "Seleccionar periodo".
- Plazas disponibles:** A text input field.
- Plazas totales disponibles en el periodo:** A text input field.
- Tasa de reservas (%):** A text input field with the placeholder "0 a 100".
- Pernotaciones:** A text input field.
- Estimación de turistas:** A text input field.
- Buttons:** "Cancelar" and "Guardar" buttons at the bottom right.

Figura 41: Formulario de Reservas - Plataforma BIN.

Fuente: elaboración propia.

5.1.2. Procesamiento y presentación de Datos Prueba Piloto

Durante las distintas etapas de implementación del relevamiento se realizó un proceso continuo de procesamiento, sistematización y devolución de resultados a los municipios participantes. Con el objetivo de mantener informados a los equipos locales sobre el avance del operativo y la información relevada, se elaboraron

presentaciones periódicas con los principales resultados obtenidos hasta cada instancia de corte.

Estas presentaciones permitieron a cada municipio conocer la evolución de los indicadores relevados, identificar tendencias preliminares y realizar un seguimiento del desarrollo del operativo en su territorio. Asimismo, constituyeron una herramienta para validar la calidad de la información recolectada y fortalecer el involucramiento de los equipos locales durante todo el proceso.

En paralelo, se realizó un seguimiento permanente del nivel de avance de las encuestas mediante comunicaciones personalizadas con los referentes municipales. Este acompañamiento incluyó el monitoreo de la cantidad de encuestas cargadas, la detección de posibles desvíos respecto de los objetivos establecidos y la realización de acciones de seguimiento para favorecer el cumplimiento de las metas de relevamiento en cada localidad.

Como resultado de este proceso, los municipios contaron con información actualizada sobre el desempeño del operativo y con instancias periódicas de retroalimentación que contribuyeron a mejorar la calidad y oportunidad de los datos relevados.

- [PRESENTACIONES DE RESULTADOS A MUNICIPIOS](#)

5.2. Actualización de Tableros de datos de la plataforma BIN

Se realizó la actualización de los tableros de visualización de la plataforma BIN, incorporando la información relevada durante las distintas etapas del operativo y adecuando los indicadores para su consulta por parte de la Agencia Córdoba Turismo y los municipios participantes.

Como parte de esta actualización, se incorporó un nuevo tablero correspondiente al Formulario de Reservas, desarrollado e integrado a la plataforma luego de su validación con la Agencia Córdoba Turismo y los municipios. Este tablero permite visualizar la información registrada sobre la disponibilidad de plazas y la tasa de reservas, tanto a nivel local como provincial, ampliando las herramientas de monitoreo y análisis de la actividad turística.

Los tableros fueron diseñados para permitir la consulta dinámica de la información mediante filtros por período de relevamiento y alcance geográfico, posibilitando el análisis de los resultados a nivel provincial, regional o municipal, según corresponda.

Las capturas de pantalla incluidas a continuación corresponden a un único período de relevamiento seleccionado, por lo que los indicadores visualizados

representan exclusivamente la información correspondiente a ese período y no la totalidad de los datos disponibles en la plataforma.

Asimismo, se incorporan imágenes en la que se visualiza la totalidad de los períodos de relevamiento disponibles y las opciones de alcance geográfico que pueden seleccionarse para la consulta de la información en BIN.

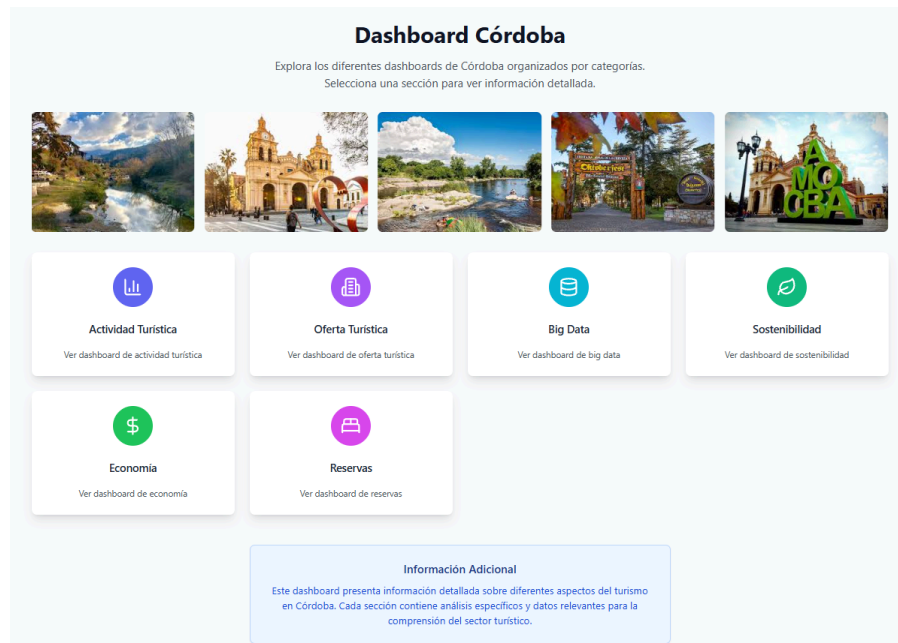


Figura 42: Panel de datos - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.



Figura 43: Filtros del Dashboard - Alcance Geográfico - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

Actividad Turística - Córdoba

Indicadores principales del destino

Filtros del dashboard

Alcance Geográfico

Provincia

Nota: gráficos sin campo de localidad/fecha/frecuencia no son afectados por estos filtros.

Alcance Temporal

Establecer período

Desde: MM / AAAA Hasta: MM / AAAA

Último mes

Acumulado año

✓ Establecer período

Período turístico

Limpiar filtros

GENERAL

VOLUMEN

COMPORTAMIENTO

Figura 44: Filtros del Dashboard - Alcance Temporal - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

Actividad Turística - Córdoba

Indicadores principales del destino

Filtros del dashboard

Alcance Geográfico

Provincia

Nota: gráficos sin campo de localidad/fecha/frecuencia no son afectados por estos filtros.

Alcance Temporal

Período turístico

Elegir período

FDSL - 1 de Mayo

FDSL - 15 de Junio

FDSL - 25 de Mayo

FDSL - Semana Santa

Fin de Semana Largo Carnaval

Quincenal

Limpiar filtros

GENERAL

VOLUMEN Y PERFIL

Completá los filtros para ver los datos.

Figura 45: Filtros del Dashboard - Alcance Temporal - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

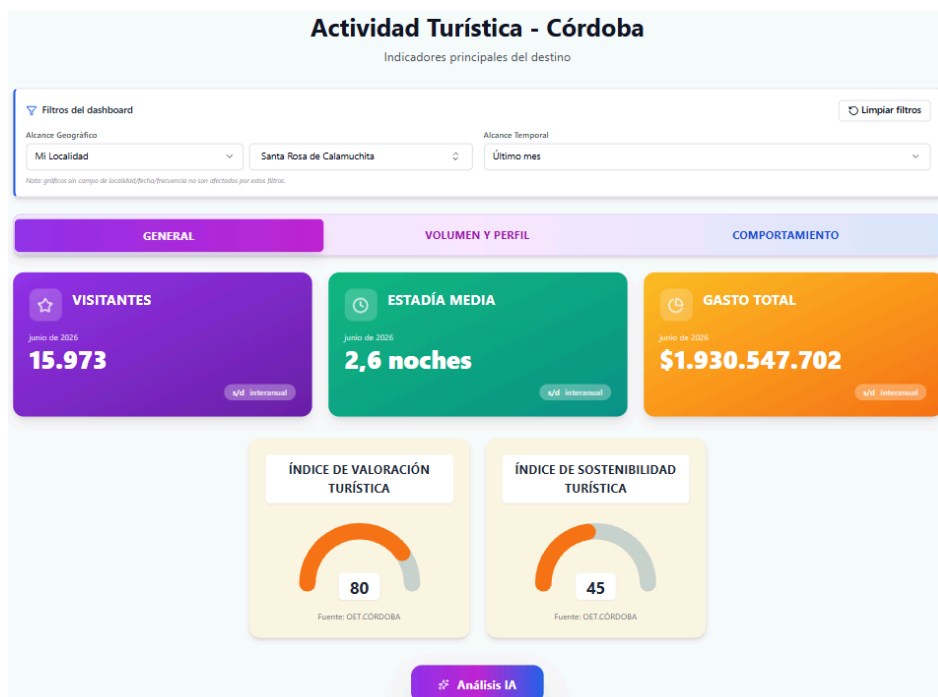


Figura 46: Dashboard Actividad Turística - General - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.



Figura 47: Dashboard Actividad Turística - Volumen y Perfil - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.



Figura 48: Dashboard Actividad Turística - Volumen y Perfil - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.



Figura 49: Dashboard Actividad Turística - Comportamiento - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.



Figura 50: Dashboard Actividad Turística - Comportamiento - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

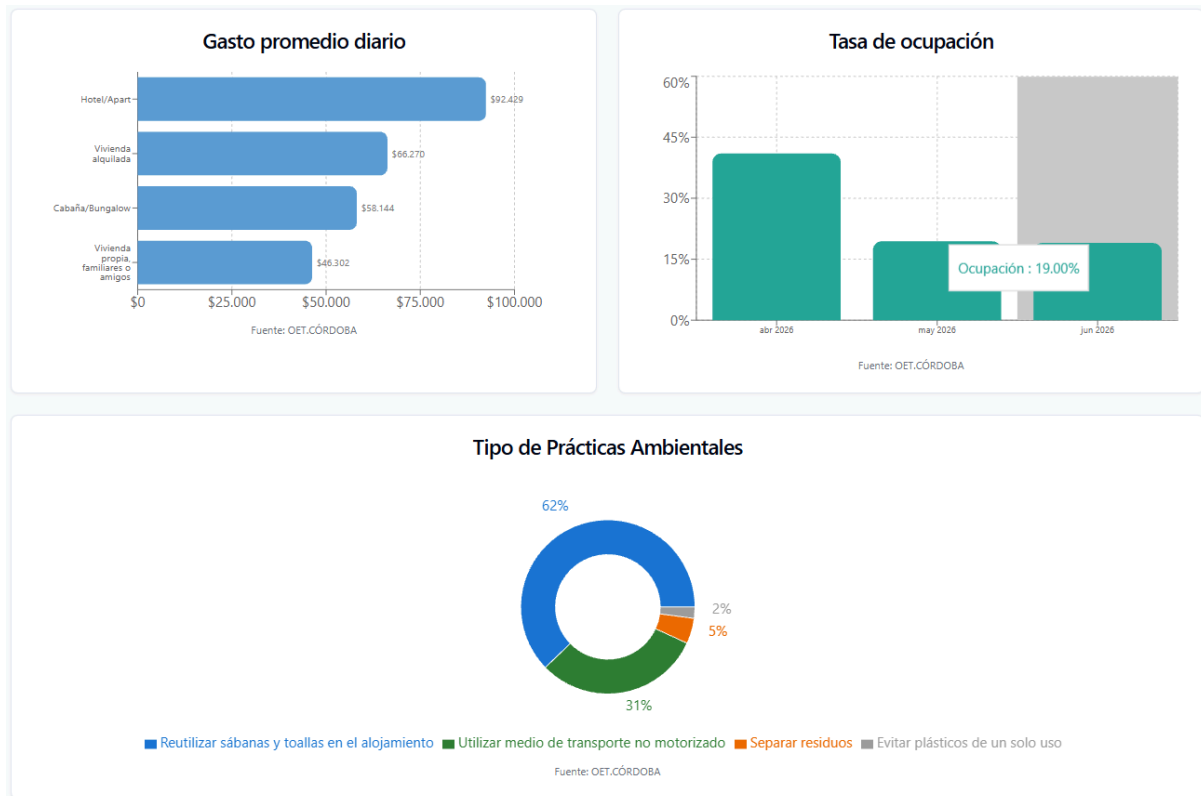


Figura 51: Dashboard Actividad Turística - Comportamiento - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.



Análisis IA — Reporte de destino

Santa Rosa de Calamuchita - Período: Junio De 2026

Reporte

En el período de referencia arribaron **17.526** visitantes a **Santa Rosa de Calamuchita**, que tuvieron una **estadia promedio** de **2.6 noches** y un **gasto total** del orden de los **\$1.930.547.702**.

La **tasa de ocupación** promedio fue del **19%**.

En cuanto al lugar de residencia de los visitantes nacionales, la mayoría reside en Córdoba (47.4%), Santa Fe (36.1%) y Buenos Aires (13.9%).

En relación al tamaño del grupo de viaje, la distribución dominante corresponde a grupos de 2 (45.6%), 4 (31.3%) y 3 (12.6%).

La mayoría de los visitantes eligieron alojarse en Cabaña/Bungalow (39.9%), Hotel/Apart (26.8%) y Vivienda propia, familiares o amigos (16.3%).

El medio de arribo predominante fue **Auto propio (95%)**.

En cuanto a la evaluación de la experiencia de visita, los valores más altos de nivel de satisfacción fueron en **Seguridad, Limpieza general, Rutas de Acceso, Calidad Alojamiento**.

Proyecciones provinciales

Para el período Mayo a Diciembre de este año, comparado con el mismo período del año anterior, se espera:

Escenario base

Arribo de turistas	-5,0%
Estadia media	-0,1%
Gasto total	-6,5%

Escenario pesimista

Arribo de turistas	-7,2%
Estadia media	-4,0%
Gasto total	-11,3%

Escenario optimista

Arribo de turistas	+1,0%
Estadia media	+5,0%
Gasto total	+2,0%

Fuente: OET.CÓRDOBA

Descargar PDF



Figura 52: Ejemplo de Análisis IA - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

Volver al Dashboard

Oferta Turística - Córdoba

Selecciona una sección



Planta Turística

Alojamientos, gastronomía y servicios



Competitividad

Indicadores de competitividad del destino

Figura 53: Dashboard Oferta Turística - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

Planta Turística - Córdoba

Filtros del dashboard

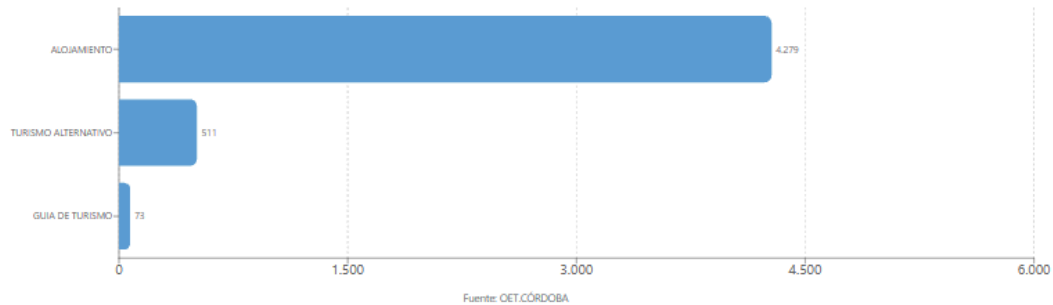
Alcance Geográfico

Provincia

Limpiar filtros

Nota: gráficos sin campo de localidad/fecha/frecuencia no son afectados por estos filtros.

Cantidad de prestadores turísticos por tipo



Localización de los prestadores turísticos

Filtrar por rubro:

ALOJAMIENTO

GUIA DE TURISMO

TURISMO ALTERNATIVO

Por rendimiento, se carga solo el rubro seleccionado (por defecto, ALOJAMIENTO).



Figura 54: Dashboard Planta Turística - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

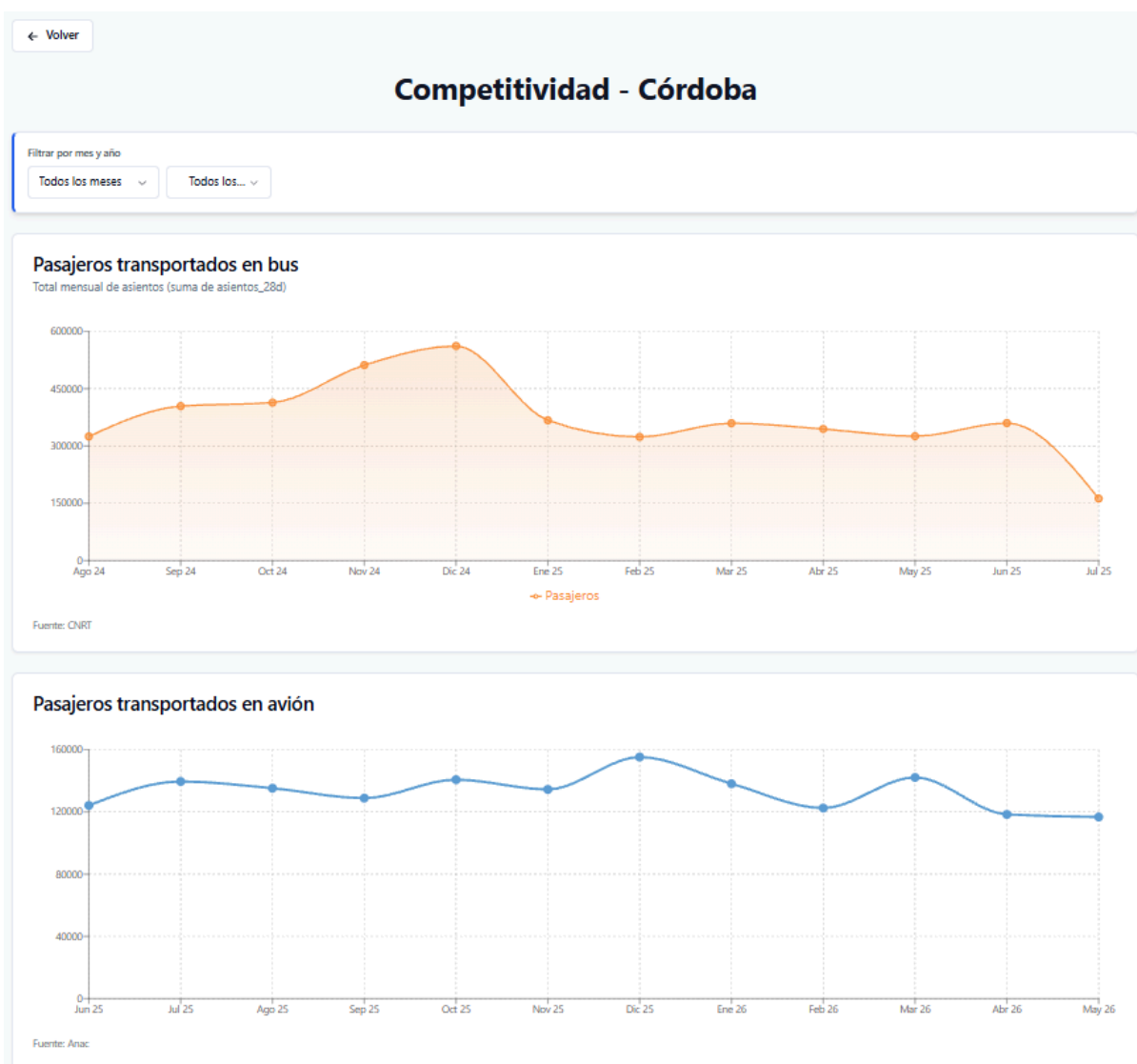
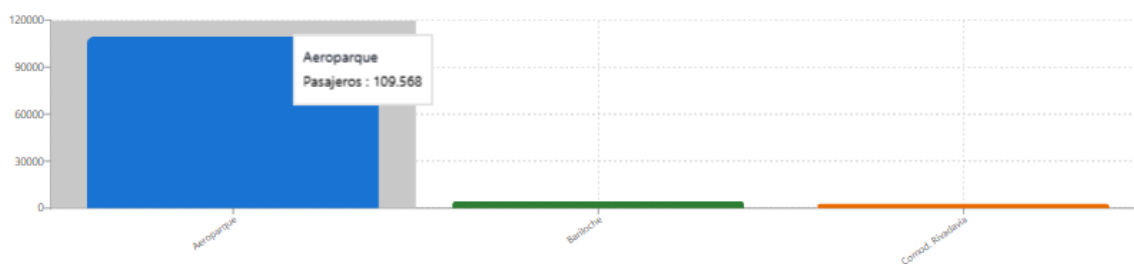


Figura 55: Dashboard Planta Turística - Plataforma BIN

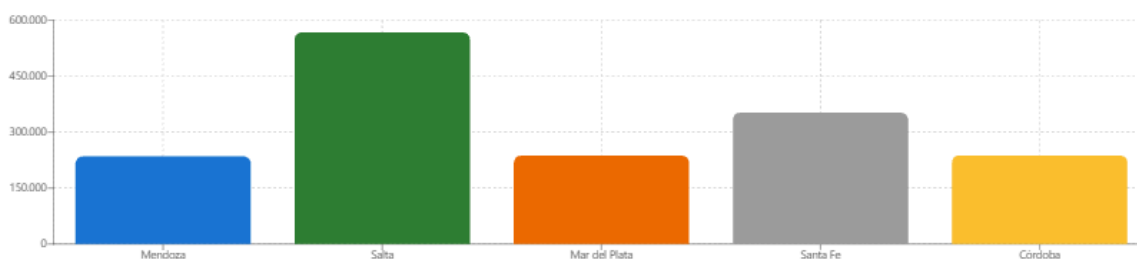
Fuente: elaboración propia.

Detalle de Pasajeros transportados en avión por origen



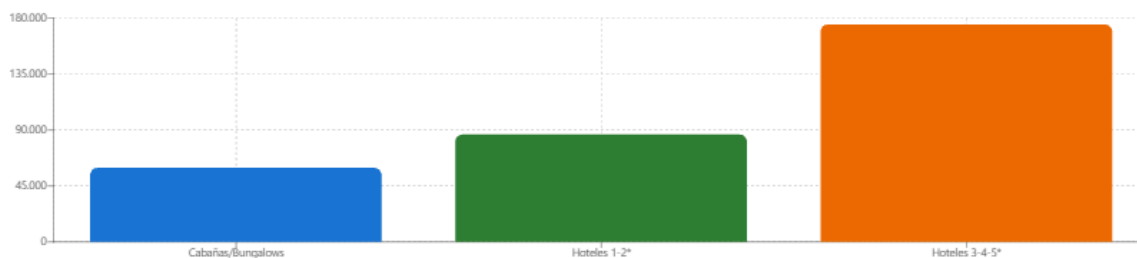
Fuente: Anac - último mes (May 26)

Comparativo de precios de vuelos por destino



Fuente: OET.CÓRDOBA — abril 2026

Precio promedio por tipo de alojamiento



Fuente: OET.CÓRDOBA — abril 2026

Figura 56: Dashboard Competitividad - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

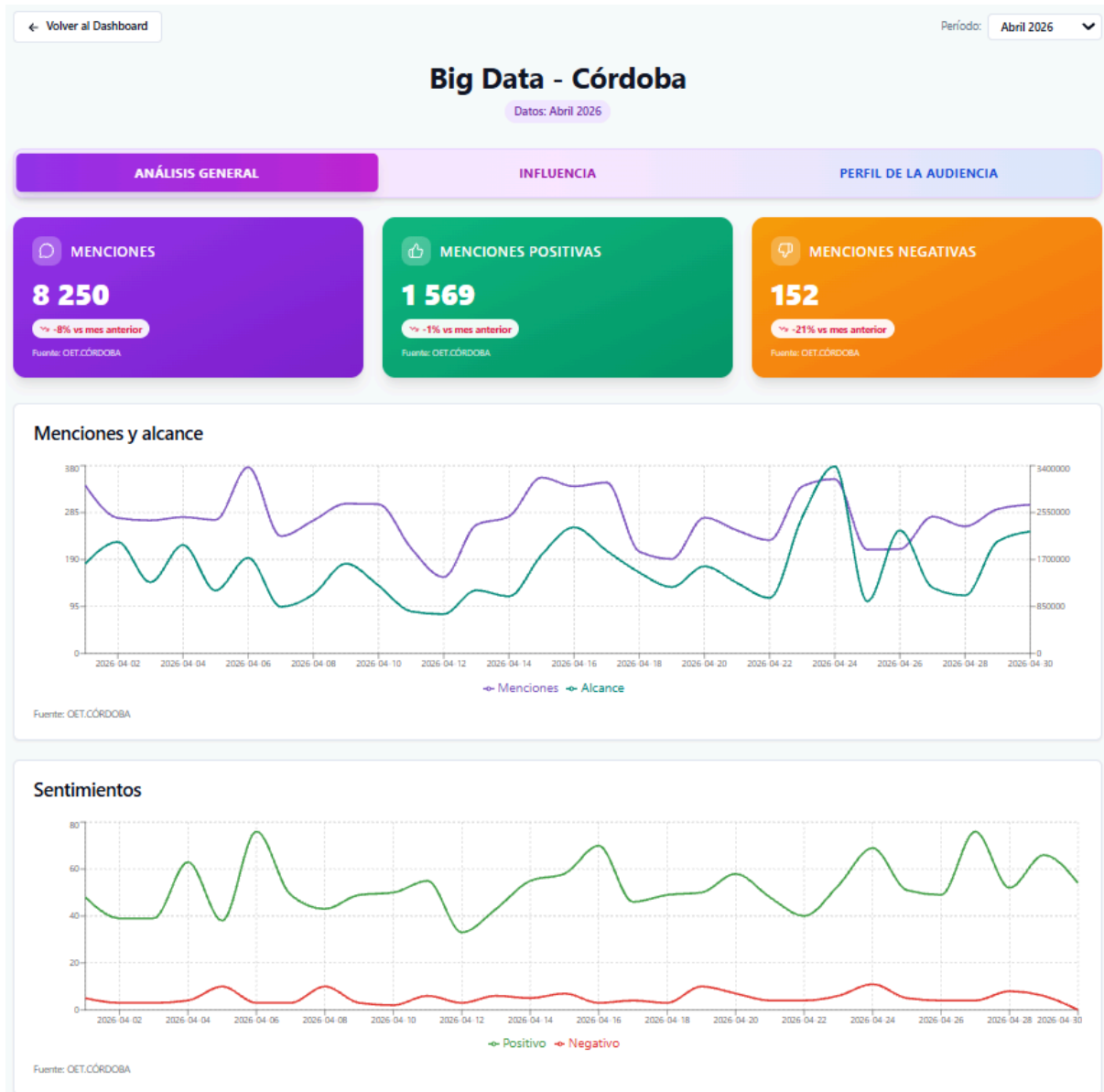


Figura 57: Tablero Big Data “Análisis General” - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

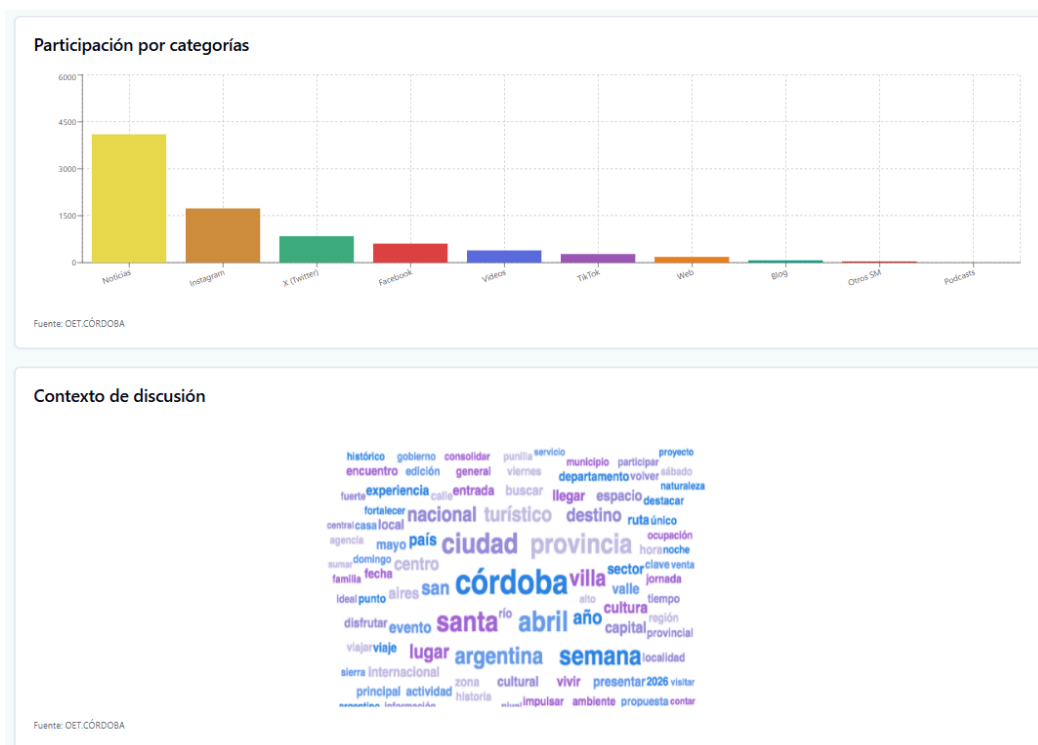


Figura 58: Tablero Big Data “Análisis General” - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

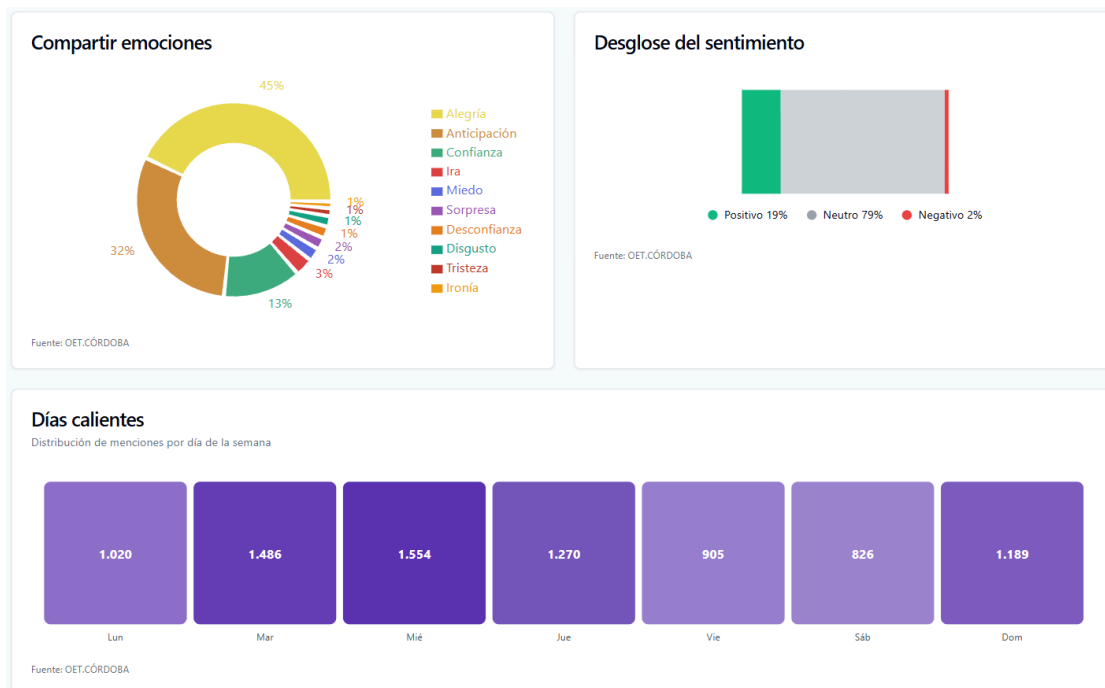


Figura 59: Tablero Big Data “Análisis General” - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

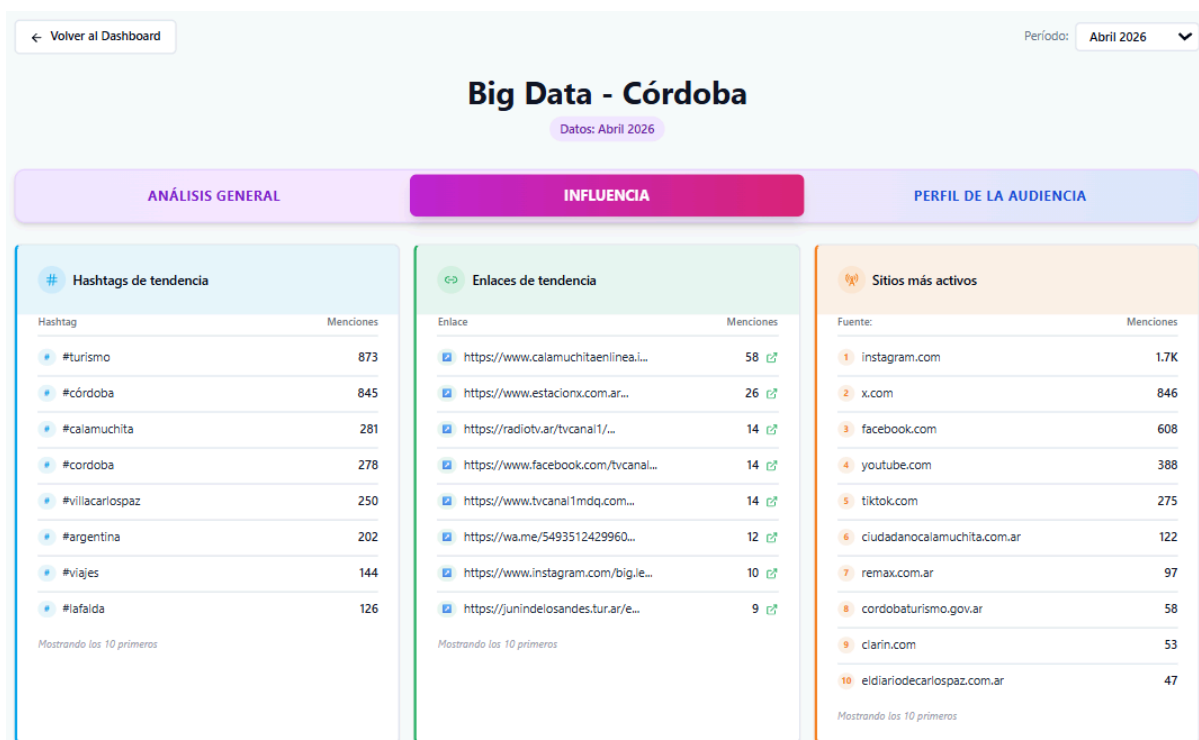
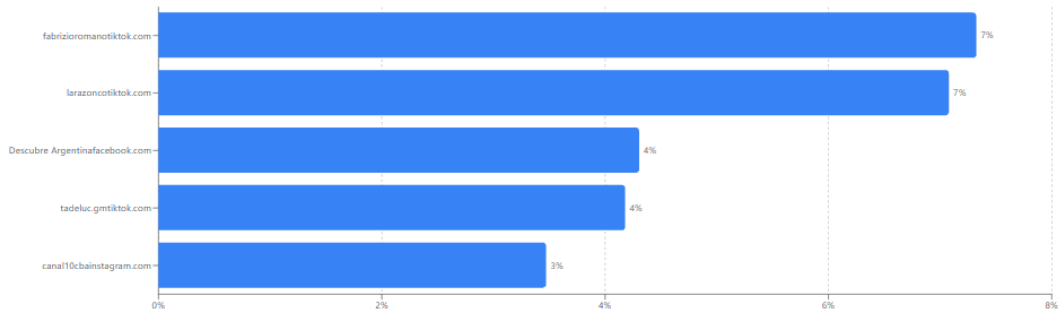


Figura 60: Tablero Big Data “Influencia” - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

Cuota de voz

La distribución porcentual de cada líder de debate dentro del proyecto.



Fuente: OET.CÓRDOBA

Positivo

Participación de autores con voz positiva



Fuente: OET.CÓRDOBA

Negativo

Participación de autores de habla negativa



Fuente: OET.CÓRDOBA

Figura 61: Tablero Big Data "Influencia" - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

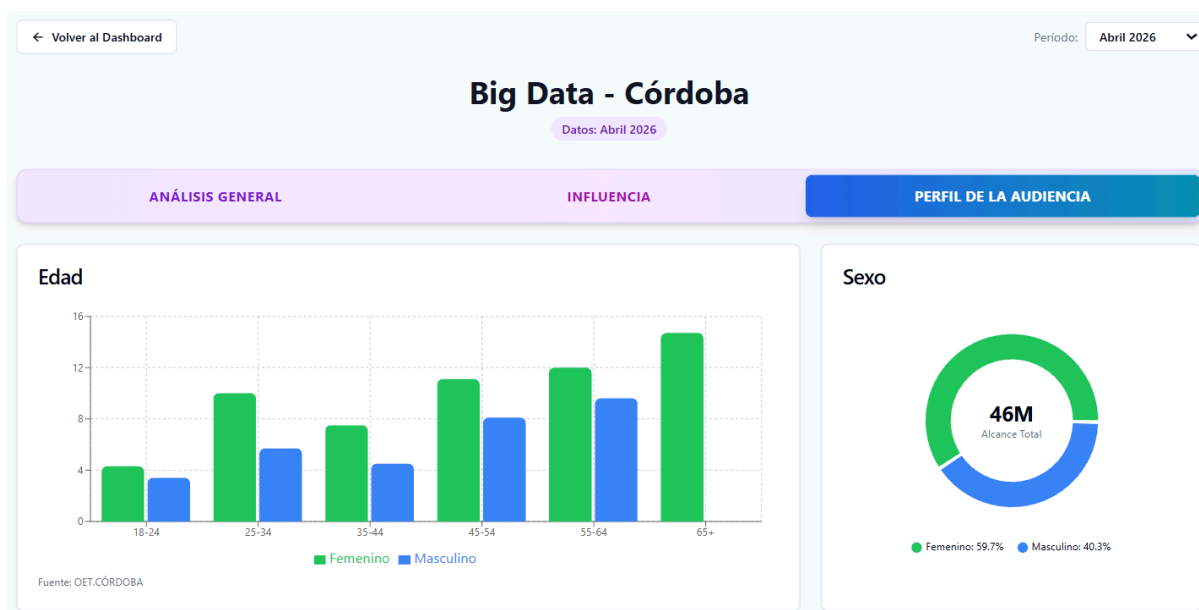


Figura 62: Tablero Big Data “Perfil de la Audiencia” - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

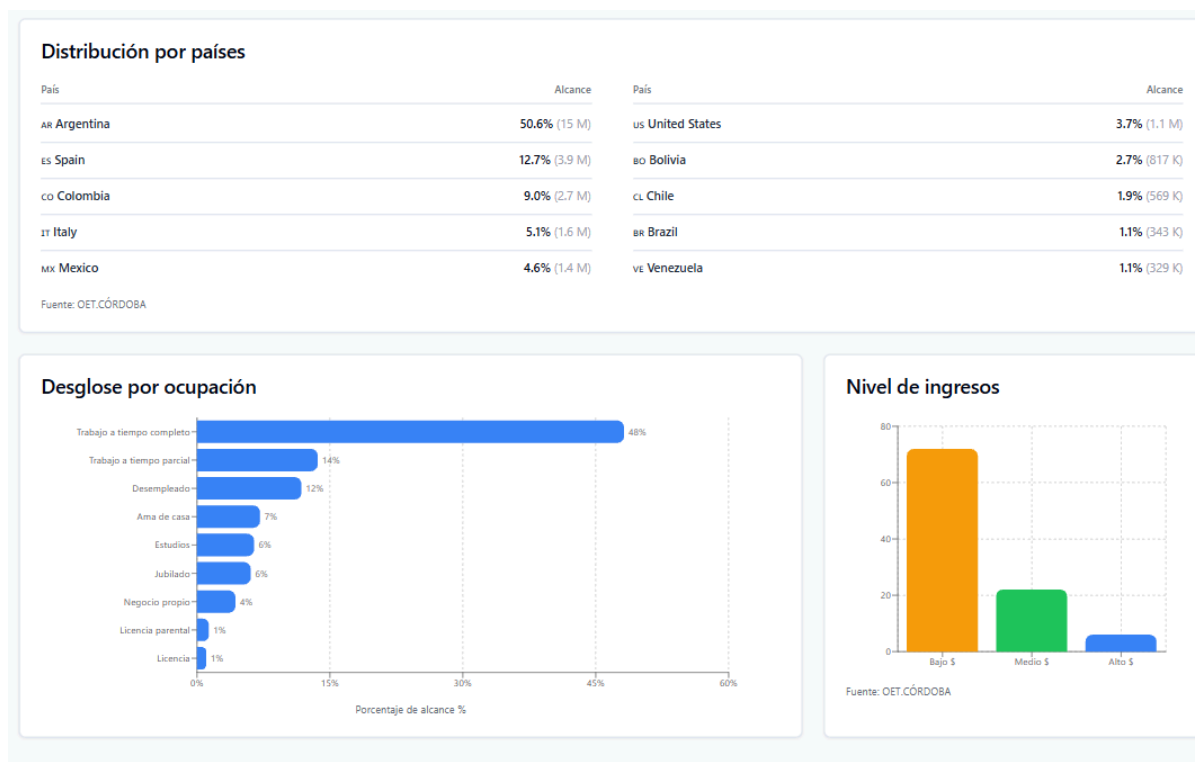


Figura 63: Tablero Big Data “Perfil de la Audiencia” - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

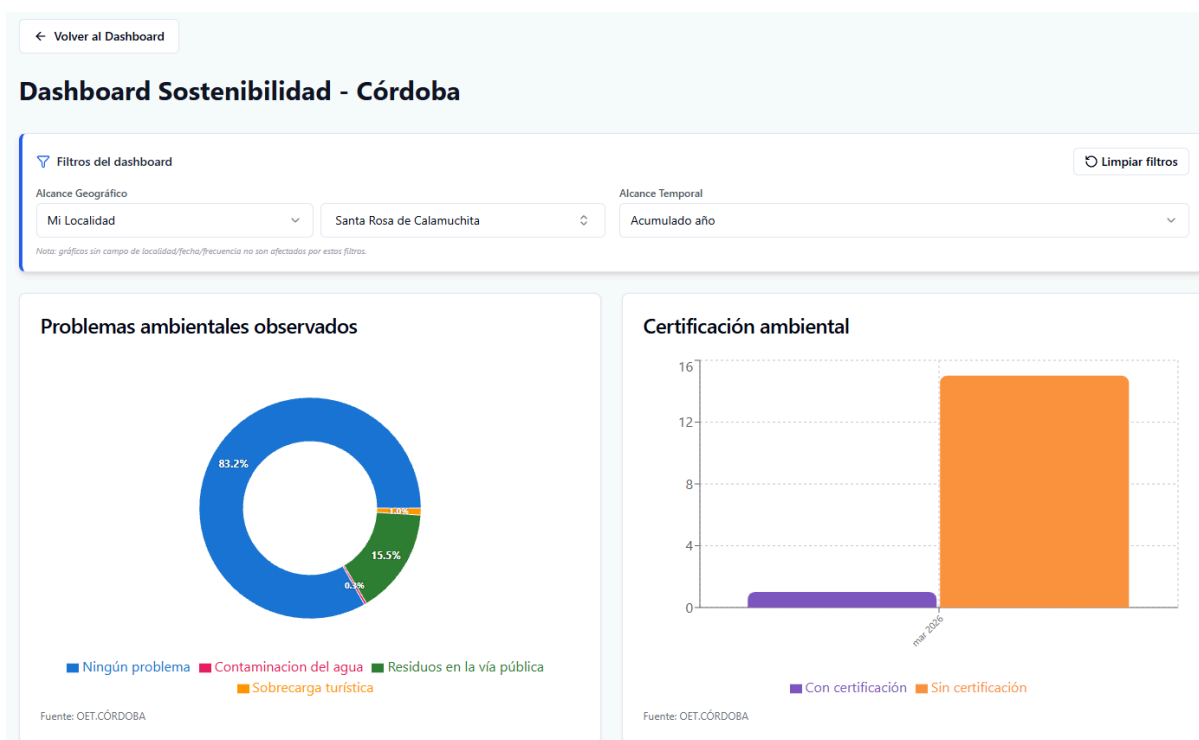


Figura 64: Tablero Sostenibilidad - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

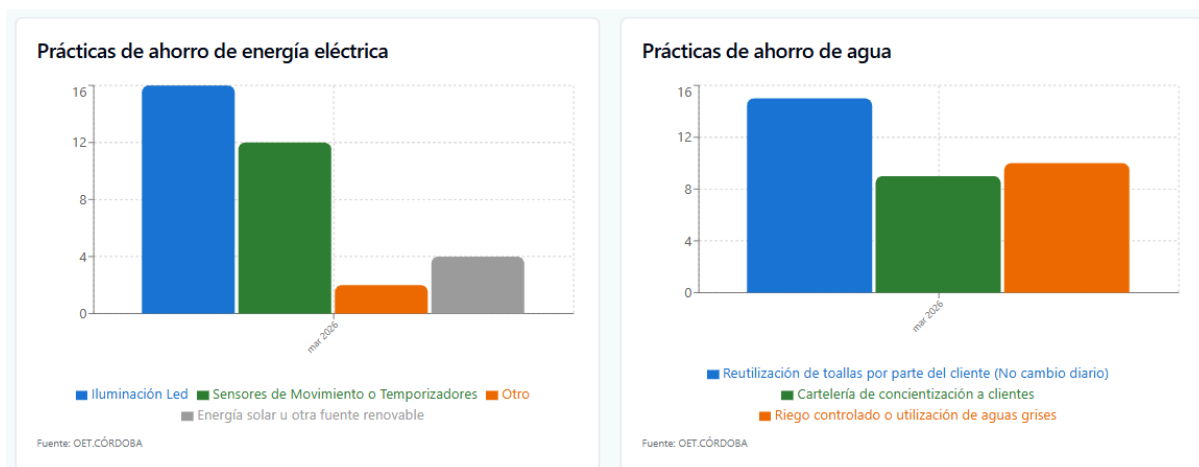
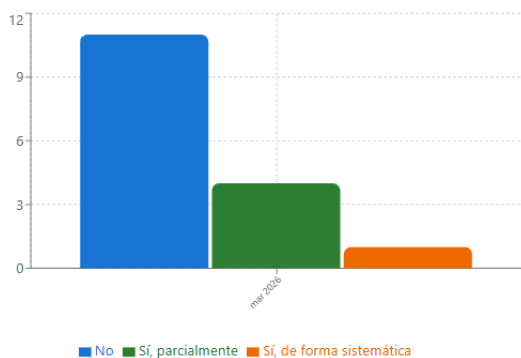


Figura 65: Tablero Sostenibilidad - Plataforma BIN

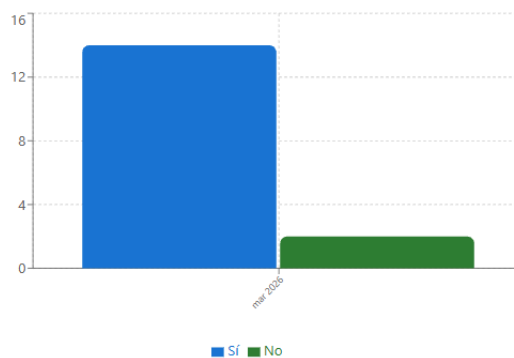
Fuente: elaboración propia.

Separación de residuos



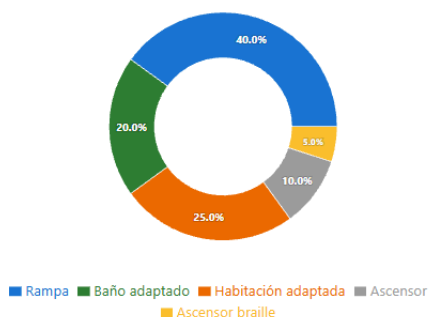
Fuente: OET.CÓRDOBA

Reducción de consumo de plásticos de un solo uso



Fuente: OET.CÓRDOBA

Accesibilidad



Fuente: OET.CÓRDOBA

Figura 66: Tablero Sostenibilidad - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

Dashboard Económico - Córdoba

Seleccione el origen de los indicadores económicos



Argentina

Indicadores económicos de Argentina
relevantes para Córdoba



Brasil

Indicadores económicos de Brasil, principal
mercado emisor

Figura 67: Tablero Economía - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

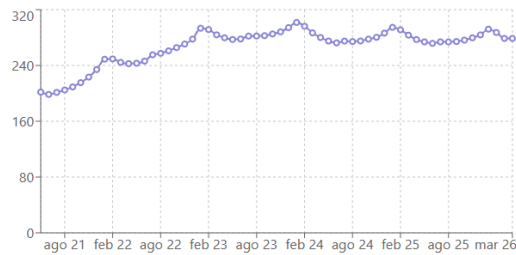
Indicadores Argentina - Córdoba

Nivel de actividad (EAE) - Variación interanual



Fuente: INDEC

Empleo registrado nacional en H&R (miles)



Fuente: SIPA

Figura 68: Tablero Economía “Indicadores Argentina” - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

Índice de Confianza del Consumidor



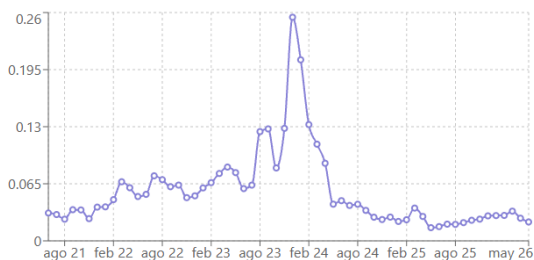
Fuente: UTDT

Asalariados registrados por sector - Córdoba

No hay datos disponibles

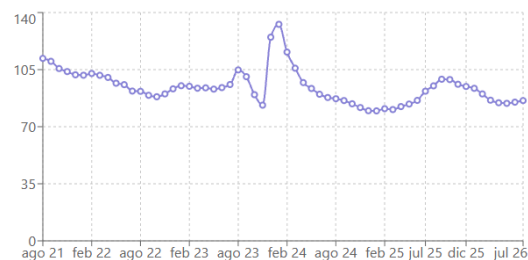
Fuente: SIPA

Inflación mensual



Fuente: INDEC

Evolución del tipo de cambio real



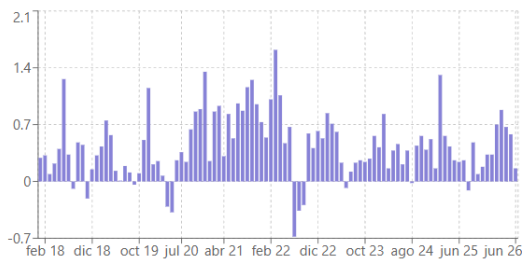
Fuente: BCRA

Figura 69: Tablero Economía “Indicadores Argentina” - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

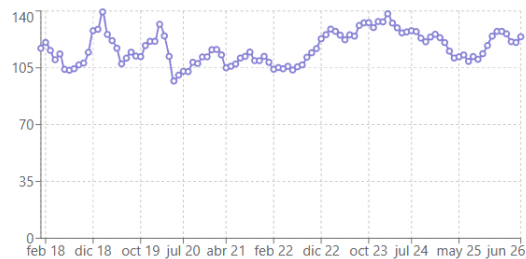
Indicadores Brasil - Córdoba

Brasil - Inflación mensual



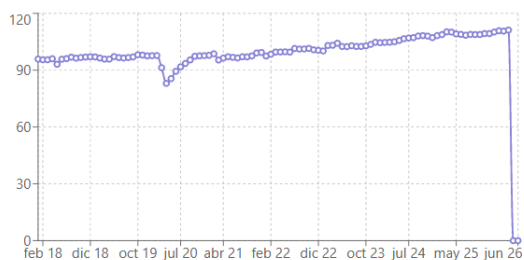
Fuente: BCB

Brasil - Confianza del consumidor



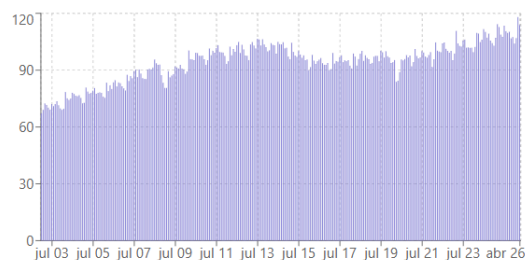
Fuente: BCB

Brasil - Índice de actividad sin estacionalidad



Fuente: BCB

Brasil - Meses con más actividad económica



Fuente: BCB

Figura 70: Tablero Economía “Indicadores Brasil” - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

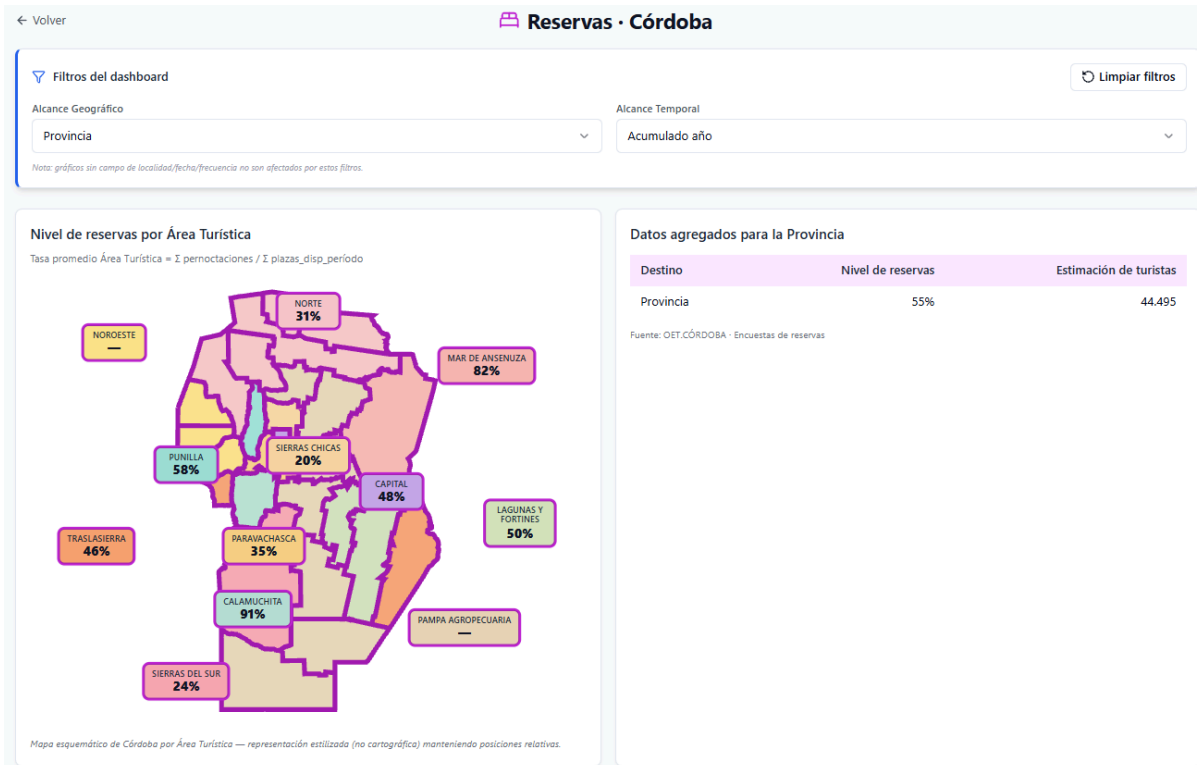


Figura 71: Tablero Reservas - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.



Figura 72: Tablero Formularios - Plataforma BIN

Fuente: elaboración propia.

5.3 Incorporación de nuevas localidades y gestión de accesos a la plataforma BIN

El día 11/06 se realizó una reunión con 22 localidades participantes, con el objetivo de presentar a los municipios convocados los avances, alcances y modalidad de trabajo del Observatorio Económico de Turismo Sostenible de la Provincia de Córdoba, para promover su incorporación al mismo.

A continuación, se detallan tanto la presentación del taller como la minuta y la tabla con las localidades participantes:

- [PRESENTACIÓN TALLER DE INDUCCIÓN - 11/06](#)
- [MINUTA REUNIÓN 11/06](#)

Tabla 6: Localidades participantes del Taller de Inducción

Participante	Localidad	Área
Micaela Yorlano	Achiras	Municipalidad de Achiras
Alejandra	Altagracia	Municipalidad de Altagracia

Laura Antenucci	Bell Ville	Municipalidad de Bell Ville
Diego Sosa	Bialet Massé	Municipalidad de Bialet Massé
Maximiliano Moretti	Jesús María	Municipalidad de Jesús María
Sabrina Karle y Sergio Segovia	La Cumbre	Oficina de Turismo de La Cumbre
Equipo de Informantes	La Cumbrecita	Municipalidad de La Cumbrecita
Viviana Sacavino	Las Varillas	Municipalidad de Las Varillas
Ángeles Giménez, Flavia Herkert y Sergio Martina	Los Reartes	Dirección de Cultura y Turismo de Los Reartes
Silvina Arrieta (Directora)	Miramar de Ansenuza	Dirección de Turismo de Miramar
<i>Sin especificar</i>	Mina Clavero	Municipalidad de Mina Clavero
Marisol Fernández (Directora) y Rosa Gomila	Nono	Dirección de Turismo y Cultura de Nono
Marcos Simón y Carina Bueno	Río Cuarto	Municipalidad de Río Cuarto
Federico Cebrero	San Carlos Minas	Responsable de Turismo
Sofía Viña (Directora)	San Javier y Yacanto	Dirección de Turismo de San Javier y Yacanto
Ángeles Cancela	Sinsacate	Dirección de Cultura, Educación y Turismo
Marcela Tornari	Villa Ciudad Parque	Municipalidad de Villa Ciudad Parque
Flor Fisogni	Villa de Las Rosas	Equipo técnico / informante
Sandra Celi	Villa del Totoral	Municipalidad de Villa del Totoral
Verónica y Karem	Villa Dolores	Dirección de Turismo de Villa Dolores
Soledad Bracamonte	Villa Giardino	Municipalidad de Villa Giardino
Melisa Riva (Directora), Vanesa y Noelia Escalante	Villa Yacanto de Calamuchita	Dirección de Turismo de Villa Yacanto de Calamuchita

Fuente: elaboración propia.

A partir del mes de julio de 2026 se incorporaron nuevas localidades al Observatorio. Para ello, se realizaron reuniones individuales con cada municipio que manifestó su interés en formar parte de la iniciativa, en las que se presentó el funcionamiento general del Observatorio y los alcances de la plataforma BIN.

Posteriormente, los municipios formalizaron la solicitud de alta de usuarios mediante el envío de un correo electrónico con la información requerida para la creación de las cuentas de acceso. Una vez generados los usuarios, se les remitió el material de apoyo necesario para facilitar el uso de la plataforma.

Asimismo, durante las reuniones de incorporación se realizó un recorrido en vivo por la plataforma BIN, en el que se explicó su funcionamiento, la navegación entre los distintos tableros y las principales herramientas disponibles para la consulta de información. Como material complementario, se compartieron el Manual

de Usuario BIN y la Infografía de Acceso a BIN, con el objetivo de brindar una guía de consulta permanente a los nuevos usuarios.

Finalmente, se mantuvo un acompañamiento personalizado con los referentes de cada municipio, brindando asistencia y seguimiento a través de canales de comunicación directa para resolver consultas y atender las dudas que surgieron durante el proceso de implementación y utilización de la plataforma.

- [INFOGRÁFIA ACCESO BIN](#)
- [MANUAL DE USUARIO BIN](#)

Las municipalidades que se sumaron al observatorio y obtuvieron acceso a la plataforma son:

Tabla 7: Nuevas localidades incorporadas al observatorio

Río Ceballos
Bell Ville
San Carlos Minas
Los Reartes
Embalse
Rio Cuarto
La Cumbrecita
Salsipuedes
Sinsacate
La Cumbre
Achiras
Bialet Massé

Fuente: elaboración propia.

Se adjunta a continuación el listado con los nuevos usuarios creados para la plataforma BIN, además de la presentación utilizada para los talleres de inducción y capturas de dichas reuniones:

- [REPORTE DE NUEVOS USUARIOS - BIN](#)

- TALLER DE INDUCCIÓN - OET.CBA

PROTECCIÓN DE LOS DATOS

LEY 17.622 DE ESTADÍSTICAS

ARTICULO 10º.- Las informaciones que se suministren a los organismos que integran el Sistema Estadístico Nacional, en cumplimiento de la presente ley, serán **estrictamente secretos y sólo se utilizarán con fines estadísticos.** Los datos deberán ser suministrados y publicados, exclusivamente en compilaciones de conjunto, de modo que **no pueda ser violado el secreto comercial o patrimonial, ni individualizarse las personas o entidades a quienes se refieran.**

Participants in the video conference: Luca Singerman, Javier Juarez - Córdoba, Diego Sosa, Estudios Sectoriales, victoria dowbley, Turismo Biale Mas..., Lautaro De Laurentiis.

Figura 73: Reuniones bilaterales - Taller de Inducción.

Fuente: elaboración propia.

Big Data - Córdoba
Fecha: Junio 2026

ANÁLISIS GENERAL **INFLUENCIA** **PERFIL DE LA AUDIENCIA**

Hashtag	Menciones
#Córdoba	178
#turismo	138
#Córdoba	119
#Argentina	83
#Fiestasdecórdoba	35
#supremaexperienciaenelmed...	33
#altaspecialidadmedica	32
#mejordoctor	31

Enlace	Menciones
https://www.estaciones.com.ar/...	22
https://www.argentina.gob.ar/sub...	10
https://www.calamuchibaeines...	10
https://www.instagram.com/abana...	9
https://www.docentesqueinspian...	9
https://www.facebook.com/campeo...	6
https://www.tucana.fm/dq.com...	6
https://radotv.ar/9dqujlof...	6

Sitios más activos	Menciones
o.com	646
youtube.com	495
facebook.com	491
tiktok.com	253
clarin.com	116
remax.com.ar	109
eldiariodecarlospez.com.ar	90
cordobaturismo.gov.ar	75
ciudadencalamuchiba.com.ar	60

Participants in the video conference: Luca Singerman, Javier Juarez - Córdoba, Turismo Los Reartes, Estudios Sectoriales, Turismo Los Reartes, Lautaro De Laurentiis.

Figura 74: Reuniones bilaterales - Taller de Inducción.

Fuente: elaboración propia.



Figura 75: Reuniones bilaterales - Taller de Inducción.

Fuente: elaboración propia.

5.4. Presentación de resultados

En esta etapa se presentan los principales resultados obtenidos a partir de los relevamientos realizados en el marco de los distintos operativos desarrollados por el Observatorio. Los indicadores fueron elaborados a partir de la información recolectada durante cada instancia de relevamiento y constituyen una síntesis de los principales resultados alcanzados.

A continuación, se incorpora una tabla que reúne los principales indicadores correspondientes a cada uno de los operativos ejecutados durante el período de trabajo. Esta información permite visualizar de manera comparativa la evolución de las principales variables relevadas en cada operativo.

Tabla 8: Nuevas localidades incorporadas al observatorio

ESTIMACIÓN	ABRIL	FDSL 1M	FDSL 25M	MAYO	FDSL 15 JUNIO	JUNIO	FDSL 9 JULIO
Visitantes	243.599	///	///	286.355	///	305.846	23.084
Turistas	217.643	///	///	239.565	///	226.356	20.153
Excursionistas	25.956	///	///	46.790	///	79.489	2.932
Estadía promedio	3,35	2,73	2,7	2,91	2,25	2,33	3,4
Tasa de Ocupación	50,60%	40%	///	53,90%	///	43,80%	58,80%
Gastos Promedios Diarios							
Turistas	85.885	85.256	106.003	97.107	75.206	79.192	79.328

Excursionistas	42.115	85.000	48.311	47.277	32.394	26.953	36.986
Gasto Total	\$63.712.248.256,9			\$69.908.599.135,3		\$43.909.078.557,2	\$5.544.013.377,6

Fuente: elaboración propia.

Con el objeto de facilitar un análisis más detallado de la información, se adjunta como anexo una planilla en formato Excel que contiene algunos de los indicadores generados de relevamientos propios, en el marco del proyecto. Dicho archivo incluye el detalle de los resultados para cada operativo, con distintos niveles de desagregación territorial, permitiendo consultar la información a nivel provincial, regional y por localidad, según corresponda.

- [OET.Córdoba - Excel de Resultados](#)

Cabe señalar que las localidades incorporadas al Observatorio a partir de julio de 2026 aún no cuentan con información disponible, dado que su incorporación se produjo con posterioridad a la ejecución de los operativos cuyos resultados se presentan en este informe. En consecuencia, los indicadores correspondientes a dichas localidades se verán reflejados en los próximos relevamientos, una vez que participen de las instancias de recolección de datos.