

Mesa de Trabajo N°15: Gestión, Marketing y Digitalización del Turismo

EXPERIENCIAS DE DOCENCIA Y/O EXTENSIÓN

CAPACITACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS SOBRE MARKETING RELACIONAL Y DIGITAL PARA PERSONAS RELACIONADAS CON EL TURISMO EN CAPIOVÍ, PROVINCIA DE MISIONES

Garcete Fausto Fabián, Castells Claudia María, Dieckow Liliana María, Balustra Carlos, De Luca Anabella.

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Este proyecto de extensión fue aprobado por Res. HCD N°360/2022 de la FHyCS- UNaM y se desarrolló durante el segundo semestre del año 2022. El mismo consistió en la promoción, participación, el debate y los consensos entre los distintos actores y gestores del turismo de la localidad de Capioví, provincia de Misiones, por medio de la transferencia de conocimientos a partir de la capacitación, para la mejora de la atención en turismo y su comercialización en el Municipio, valiéndose de recursos proporcionados por tecnologías de la información y comunicación. También se trabajó el análisis de aportes de las nuevas tecnologías de la información en el escenario legal y económico, su implementación para el logro de experiencias turísticas satisfactorias.

En este sentido, debe destacarse que si bien Capioví es un municipio pequeño a la vera de la ruta nacional N°12, tiene bastante trayectoria en turismo desde la conformación de la “Región de las flores” (proyecto de turismo rural regional) a los “decorados de Navidad” con decorados y eventos relacionados a esta festividad y los decorados en Pascuas. Históricamente es conocida por su salto Capioví y su urbanización muy cuidada y limpia con jardines y parques.

TRAYECTO E INSTITUCIONES PARTICIPANTES

En función de la demanda tanto de la Dirección de Turismo Municipal, como también de la Intendencia de Capioví de capacitación turística y actualización tecnológica, surge la necesidad de vincular la universidad con su medio y hacer transferencia de conocimientos, destrezas y habilidades en la atención al turista. Por tal motivo, se propone este proyecto de extensión, cuyos ejes centrales son el marketing relacional y digital, las nuevas tecnologías aplicadas al



turismo, protocolo y ceremonial y las oportunidades de negocios para emprendedores.

El equipo de extensionistas estuvo conformado por 6 docentes de distintas áreas de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNaM: Claudia Castells (Guía de turismo), Liliana Dieckow y Anabella de Luca (Lic. en turismo), Carlos Balustra y Fausto Garcete (docentes del área de Informática) y además participaron como extensionistas los docentes Aldo Maciel y Fernando Gutiérrez (Licenciados en turismo).

Asimismo, colaboraron la Intendencia y personal de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Capioví, Misiones.

Se concretaron 6 talleres de capacitación, la actividad de mystery shopper y la actividad final de Phillips 66.



BENEFICIARIOS Y ALCANCE

Los beneficiarios han sido:

- Los Propietarios de establecimientos relacionados de forma directa e indirecta con el turismo en Capioví.
- Los recursos humanos prestadores de servicios turísticos directos e indirectos de turismo del municipio de Capioví.
- Funcionarios y empleados municipales del área de turismo de Capioví.
- Los Emprendedores de turismo de Capioví.
- Los Artesanos de Capioví.

En total han participado 25 asistentes, entre empresarios turísticos del sector hotelero y gastronómico, artesanos, funcionarios, y emprendedores de turismo.

El alcance espacial fue del Municipio de Capioví y se han sumado algunos artesanos de municipios vecinos como las localidades de Ruiz de Montoya y Oro verde.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Se concretaron distintas actividades, desde Mystery shopper, reuniones bajo modalidad de taller los días sábados de 9 a 12 hs en Capioví y un taller de cierre. Las actividades se efectuaron en 9 instancias, previamente consensuadas por el equipo de trabajo conformado en los horarios y fechas previstas, resultado el siguiente orden para su desarrollo:

1) “Mystery shopper”, donde se realizó un diagnóstico de atención al cliente, de los distintos prestadores de servicios turísticos

Esta actividad se realizó previo a las capacitaciones con la finalidad de conocer en campo cómo se estaban brindando los servicios y permitió ajustar algunos ejes temáticos de las capacitaciones. Se visitaron la estación de servicios, un restaurante y puestos de artesanos.



2) Instancia de nivelación sobre marketing para prestadores de servicios.

Si bien todos los participantes tenían algún conocimiento sobre marketing, se necesitaron tareas de nivelación de contenidos (que se realizaron a través de la técnica de Phillip 66) y de incorporación de nuevos temas mediante presentaciones dialogadas. Se trabajaron diversas temáticas relacionadas con el marketing tradicional y el digital. Se debe destacar la asistencia casi perfecta de los inscriptos y la permanente interacción de los mismos, comentando situaciones personales y solicitando profundizar ciertos temas. Resultaron de gran interés los temas de la experiencia turística, la memoria, las emociones, los recuerdos a alcanzar en los visitantes y la empatía necesaria por parte de los prestadores de servicios privados como de quienes forman parte del sector público del turismo.

3) Capacitación del uso de herramientas colaborativas de Google.

- a) Atento a la necesidad expresada y observada por medio de una encuesta a los participantes respecto de las tecnologías de la información en la era digital actual:

Dan cuenta que las herramientas colaborativas se han convertido en pilares fundamentales para el trabajo en equipo y la productividad en diversas áreas de nuestra vida cotidiana. En este contexto, Google ha liderado el camino al ofrecer una amplia gama de

herramientas colaborativas que han revolucionado la forma en que las personas trabajan, aprenden y colaboran en línea. Desde su aparición, estas aplicaciones han sido adoptadas por individuos, empresas, educadores y organizaciones de todo el mundo debido a su facilidad de uso,



accesibilidad y eficacia en la gestión de proyectos y la comunicación en equipo.

- b) En los talleres de capacitación se tuvo como objetivo explorar y analizar el uso de las herramientas colaborativas de Google, destacando su impacto en diferentes entornos y cómo han cambiado la forma en que trabajamos y nos relacionamos en la era de las Tics y la inserción del marketing digital. Nos centraremos en algunas de las principales herramientas ofrecidas por Google, como Google Drive, Google Docs, Google Sheets, Google Slides, Google Meet, y otras aplicaciones que facilitan la colaboración en tiempo real y el acceso compartido a la información. Además, exploramos los beneficios y desafíos que estas herramientas presentan, así como su potencial para mejorar la eficiencia, la creatividad y la comunicación en equipos de trabajo.
- c) Al considerar el uso de las herramientas colaborativas de Google, fue esencial examinar cómo han cambiado la naturaleza del trabajo y cómo se han adaptado a las necesidades de un mundo cada vez más interconectado. También se trabajó sobre ejemplos prácticos de cómo estas aplicaciones han sido



Fuente: Elaboración propia

implementadas con éxito en diversos contextos, permitiendo la colaboración sin fronteras geográficas y promoviendo la innovación en diferentes campos de conocimiento.

- d) Finalmente, analizaremos las perspectivas futuras de estas herramientas y cómo la tecnología colaborativa de Google está evolucionando para hacer frente a los desafíos emergentes en un mundo en constante cambio. En resumen, desde los talleres se buscó explorar las herramientas colaborativas de Google y su creciente influencia en la forma se trabaja y colabora en la actualidad, brindando una visión profunda de cómo estas soluciones digitales están transformando la manera en que compartimos ideas, crear contenido y conectarlos con los demás en el siglo XXI

4) Capacitación en el uso de Redes Sociales y Gestores de Contenidos Dinámicos con el fin de promover productos y servicios

- a) Se tuvo presente una serie de consideraciones principales a la hora de hablar de las Tics respecto de las redes sociales donde se consideraron las siguientes cuestiones:
- b) **Introducción a las redes sociales Su importancia para el marketing digital:**
 - i) Concepto de redes sociales y su evolución en el ámbito del marketing.

- ii) Ventajas y beneficios de utilizar redes sociales para promover productos y servicios.



- iii) Identificación de las principales plataformas sociales y su audiencia objetivo.

c) Estrategia de contenidos y planificación de publicaciones:

- i) Definición de objetivos claros para la promoción de productos y servicios en redes sociales.
- ii) Creación de una estrategia de contenidos efectiva, incluyendo tipos de publicaciones, frecuencia y horarios.
- iii) Uso de calendarios editoriales y herramientas para la planificación y programación de contenidos.

d) Herramientas de gestión y análisis de redes sociales:

- i) Introducción a gestores de contenidos dinámicos (como Hootsuite, Buffer, entre otros).
- ii) Cómo utilizar estas herramientas para programar publicaciones, gestionar múltiples plataformas y medir el rendimiento de las campañas.
- iii) Interpretación de métricas y análisis de datos para mejorar la estrategia de contenidos.

e) Creación de contenido atractivo y visual:

- i) Consejos para crear contenido visualmente atractivo, como imágenes, gráficos y videos.
- ii) Uso adecuado de hashtags y palabras clave para aumentar el alcance de las publicaciones.
- iii) Aplicación de técnicas de copywriting para generar mensajes impactantes y convincentes.

f) Interacción y comunidad en redes sociales:

- i) Cómo interactuar con la audiencia de manera efectiva y generar una comunidad en torno a la marca.
- ii) Gestión de comentarios, respuestas a consultas y manejo de situaciones delicadas.
- iii) Fomento de la participación de los seguidores a través de concursos, encuestas y otras dinámicas.

g) Publicidad en redes sociales:

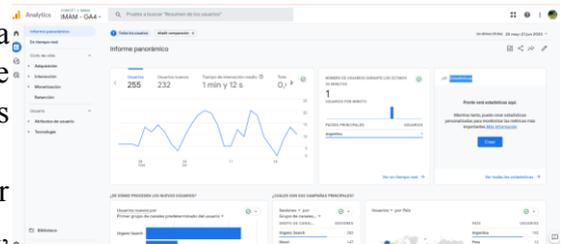
- i) Introducción a las opciones de publicidad en redes sociales (Facebook Ads, Instagram Ads, etc.).
- ii) Cómo crear anuncios efectivos, segmentar la audiencia y establecer presupuestos.

h) Ética y buenas prácticas en el uso de redes sociales para promover productos y servicios:

- i) Importancia de la transparencia y honestidad en la promoción de productos y servicios.
- ii) Consideraciones legales y normativas sobre publicidad en redes sociales.
- iii) Cómo evitar prácticas de spam y respetar la privacidad de los usuarios.

5) Capacitación en herramientas SEO de Google con el objetivo de lograr posicionamientos orgánicos.

- i) Fundamentos de SEO (Optimización para Motores de Búsqueda):
- ii) Explicación de los conceptos básicos de SEO y su importancia en la visibilidad online.
- iii) Comprender cómo los motores de búsqueda indexan y clasifican las páginas web.
- iv) Identificación de los factores clave que influyen en el posicionamiento orgánico, como palabras clave, contenido de calidad, enlaces, estructura del sitio, entre otros.
- v) Google Search Console:
- vi) Introducción a la herramienta Google Search Console y su utilidad en el seguimiento del rendimiento de un sitio web en los resultados de búsqueda.
- vii) Uso de Search Console para analizar consultas de búsqueda, impresiones, clics y CTR (tasa de clics).
- viii) Cómo detectar y resolver problemas de indexación, como errores de rastreo y penalizaciones.
- ix) Google Analytics para SEO:
- x) Aprendizaje sobre Google Analytics y cómo esta herramienta puede ayudar a medir el tráfico orgánico y el comportamiento de los usuarios en el sitio web.
- xi) Interpretación de datos relevantes, como fuentes de tráfico, páginas de destino y métricas de conversión.
- xii) Uso de Google Analytics para identificar oportunidades de mejora y optimización de contenidos.
- xiii) Uso de Google Keyword Planner:
- xiv) Exploración de Google Keyword Planner como herramienta clave para la investigación de palabras clave relevantes para el negocio o sitio web.
- xv) Cómo analizar el volumen de búsqueda, la competencia y las tendencias de las palabras clave.
- xvi) Selección de palabras clave estratégicas y su integración en el contenido para mejorar el posicionamiento orgánico.



6) Capacitación sobre nuevas tecnologías para ventas y formas de pago/cobro en plataformas digitales. Marketing digital.

- a) Introducción a las nuevas tecnologías para ventas y métodos de pagos/cobros digitales:
 - i) Visión general de las tendencias actuales en ventas y marketing digital.
 - ii) Explicación de las nuevas tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, el internet de las cosas (IoT) y la realidad aumentada, y cómo están transformando el comercio electrónico y la experiencia del cliente.
 - iii) Introducción a las diferentes formas de pago y cobro en plataformas digitales, como billeteras electrónicas, criptomonedas, pagos móviles y pasarelas de pago seguras.
- b) Estrategias de marketing digital para impulsar las ventas en plataformas digitales:
 - i) Cómo diseñar una estrategia de marketing digital efectiva para aumentar la visibilidad y la conversión de ventas en plataformas en línea.
 - ii) Uso de técnicas de SEO (Optimización para Motores de Búsqueda) y marketing de contenidos para atraer tráfico cualificado.
 - iii) Implementación de campañas de publicidad en redes sociales y Google Ads para llegar a audiencias específicas.
- c) Experiencia del cliente y personalización en el comercio electrónico:
 - i) Importancia de la experiencia del cliente en el éxito de las ventas en línea.
 - ii) Uso de datos y analítica para comprender el comportamiento del cliente y ofrecer experiencias personalizadas.
 - iii) Cómo mejorar la navegación del sitio web, el proceso de compra y la atención al cliente para aumentar la satisfacción y fidelización.
- d) Seguridad y protección de datos en transacciones digitales:
 - i) Consideraciones clave sobre seguridad en el comercio electrónico y el manejo de información sensible del cliente.
 - ii) Uso de certificados SSL, medidas de autenticación y cifrado de datos para proteger las transacciones en línea.
- e) Análisis de datos y métricas para mejorar la efectividad de las ventas y estrategias de marketing:
 - i) Cómo utilizar herramientas de analítica web para medir el rendimiento de las ventas y evaluar el impacto de las campañas de marketing.

7) Capacitación sobre Protocolo y Ceremonial de atención al turista.

Al Ser Humano, se lo conoce como un ser social, esto significa que vivimos en todo momento procesos de relación e interacción con otras personas y esto se da a lo largo de nuestra vida. Por ello y por muchas razones más, es indispensable conocer y saber aplicar

las herramientas que nos brindan tanto el Ceremonial, el Protocolo y la Cortesía. Que son normas adecuadas de comportamiento para cualquier ámbito, ya sea en lo social, como en lo laboral. Hoy son conocidas como reglas de urbanidad o de buenos modales. Lo más importante es incorporarlas a la vida cotidiana, de esta manera se podrá proceder con seguridad, naturalidad y espontaneidad. Temas desarrollados:



- a) Formas de interactuar y relacionarnos: Formal e informal (Celular- Chat- Lugar de trabajo- etc.)
- b) Encuesta de opinión: Si el Turismo es responsabilidad de todos: Cómo ofrece lo suyo al turista que visita Capioví (Como residente de esta comunidad y como prestador de servicio Restaurante- Hotel- Artesano- Etc.)
- c) Ceremonial y protocolo como parte de un sistema de comunicación. (Conceptos)
- d) Cortesía: el saber ser y estar. (Respeto- Tolerancia- Empatía-Buenas costumbres- Etc.)
- e) Comunicación verbal o lenguaje gestual. (Proxemia- Paralenguaje-Kinesia)
- f) Somos Anfitriones. Imagen personal.
- g) Cómo recibir a los invitados. Saludos (costumbre social- se responde). Presentaciones (tener en cuenta: Cargo-Jerarquía- Edad- Grado de parentesco- Autopresentación) Tratamientos del Tu y Ud.
- h) Distintas formas de mesas y posibilidades de cabecera (Estilo francés - Estilo inglés)
- i) Organización de comidas formales e informales.
- j) Tipos de mesas. Presentación. Como servir la comida (Estilo francés - Estilo inglés)
- k) Ubicación de los elementos en una mesa. (Cubiertos, vajilla, mantel, bebidas, servilleta, tipos de arreglos florales, etc.)
- l) Correcta utilización de los cubiertos y servilleta. (Antes- durante- después)
- m) Servir el vino.
- n) Actitudes y comportamientos en la mesa. (Los no y los jamás)
- o) Menú (Entrada- Plato principal- Postre- Tener en cuenta la comida regional -Café o té)

8) Capacitación sobre inversiones para emprendedores y creación de nuevas unidades de negocios en turismo.

Asimismo, se trabajó la temática de emprendedurismo, abordando el tema de oportunidades de mercado y la necesidad de innovación permanente mediante presentaciones teóricas y análisis de casos de éxito.

9) Taller debate de cierre entre los actores locales del turismo.

Este taller debate con los participantes y los empleados y funcionarios del área de turismo de la Municipalidad local (mediante Phillips 66) permitió evaluar las percepciones acerca de las capacitaciones realizadas. Se destaca la excelente percepción final y la necesidad de dar continuidad de los mismos en el futuro, tareas que dieron su continuidad en el año 2023 a lo cual se sumaron las áreas de turismo de los municipios cercanos de Ruiz de Montoya, Puerto Rico y Leoni.

ASPECTOS RELEVANTES EN LA EXPERIENCIA

El desarrollo de los talleres fue una experiencia enriquecedora para todos los participantes. Durante las sesiones, se establecieron pequeños intervalos entre las instancias teóricas, lo que permitió generar un diálogo constante con los asistentes. Estas dinámicas facilitaron el intercambio de ideas y conocimientos entre los grupos vinculados al destino turístico Capioví, potenciando la comprensión de los temas abordados.

El interés y la participación demostrados por los participantes fueron notables. A lo largo de todo el proceso, se mantuvo un ambiente académico formal, pero a la vez se utilizó un lenguaje coloquial y distendido para fomentar una comunicación más cercana y accesible. Esta combinación resultó en una dinámica fluida y una mayor receptividad por parte de los asistentes.

Es destacable que la elección de llevar a cabo el proyecto en vísperas de las "fiestas de la Navidad" generó una mayor motivación entre los participantes. Esta celebración es de gran importancia en la localidad y a nivel provincial, lo que convirtió a las temáticas de marketing digital y protocolo en aspectos especialmente relevantes y aplicables a sus actividades y negocios.

La asistencia a los talleres fue prácticamente perfecta, y los participantes se involucraron de manera activa en las diferentes capacitaciones. Las herramientas y recomendaciones proporcionadas por los extensionistas fueron bien recibidas y, lo que es más importante, su aplicación práctica demostró ser de gran utilidad para los asistentes.

Como resultado de los talleres, la gestión municipal resaltó los impactos positivos observados. Una empresa hotelera, los artesanos y los empleados municipales han incorporado elementos de marketing digital y protocolo en sus actividades habituales. Esta adopción de nuevas prácticas y enfoques refleja el éxito de la capacitación y su capacidad para generar cambios tangibles en el ámbito local.

Es destacable mencionar que los talleres sobre nuevas tecnologías para ventas y formas de pago/cobro en plataformas digitales y marketing digital fueron altamente efectivos y bien recibidos por los participantes. La combinación de una metodología participativa, la relevancia de los temas tratados y la aplicación práctica de las herramientas brindadas resultaron en una experiencia formativa enriquecedora y con impactos positivos en la comunidad local. El compromiso y entusiasmo demostrados por los asistentes y su posterior implementación de lo aprendido resaltan la importancia de continuar fomentando la capacitación en estas áreas para seguir impulsando el crecimiento y desarrollo del destino turístico Capioví.



Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

La articulación entre los Municipios que tienen necesidades de capacitación y actualización y por el otro lado, la Universidad que necesita del contacto y vinculación con el medio para generar conocimientos y difundirlos, han sido elementos relevantes en esta experiencia y que se ha alcanzado satisfactoriamente.

Desde la gestión municipal destacan la inquietud por conocer los avances en cuanto a herramientas de marketing digital como de las tendencias en turismo y lo relacionado al ceremonial y protocolo son temáticas que requieren de actualización permanente debido a sus cambios constantes.

La experiencia ha sido evaluada como muy satisfactoria, tanto para los participantes, para la gestión turística Municipal, como para el equipo de extensionistas.

En función de estos resultados y la convocatoria alcanzada, se dieron continuidad con otras actividades entre este municipio y otros municipios de esta región de la provincia de Misiones con la Universidad.

REFERENCIAS

Proyecto de extensión: “Capacitación y actualización de conocimientos sobre marketing relacional y digital para personas relacionadas con el turismo en Capioví, Provincia de Misiones.” Res. HCD N° 360/22. FHyCS. UNaM. Director: Liliana Dieckow, Co director: Aldo Maciel. Integrantes: Claudia Castells, Anabella de Luca, Carlos Balustra, Fausto Garcete, Fernando Gutiérrez.