

El pasaporte al éxito turístico en la era digital es la innovación tecnológica

utpl
12/11/2024

Categorías:
Investigación, Recursos tecnológicos, UTPL

El turismo, una industria en constante evolución, ha encontrado en la comunicación, el marketing digital y la innovación tecnológica sus mayores aliados. Hoy en día, más que nunca, la manera en que comunicamos un destino turístico determina su éxito. ¿Quieres saber por qué?

Cinco expertos compartieron sus perspectivas sobre las tendencias actuales que están transformando la manera en que viajamos y promocionamos nuestros destinos en el **IECOM 2024: Congreso de Innovación y Estrategia en Comunicación y V Congreso Internacional de Marketing**, organizado por la [Universidad Técnica Particular de Loja \(UTPL\)](#) [1].

El viajero digital

Según un estudio reciente de Expedia Group, [los viajeros dedican un promedio de más de 5 horas a la búsqueda en línea antes de tomar la decisión final sobre su viaje](#) [2]. Esta búsqueda incluye explorar opciones de destinos, comparaciones de precios y leer opiniones en sitios web, lo que demuestra la importancia de la investigación digital en el proceso de reserva.

Redes sociales como **Instagram, Facebook y TikTok se han convertido en las principales plataformas para inspirar viajes y conectar con potenciales turistas.** Un video atractivo puede generar miles de interacciones y visitas.

Un claro ejemplo de esta tendencia es **Lorena Barrera, una influencer ecuatoriana con una gran comunidad de seguidores en TikTok (434K) e Instagram (35K).** Sus videos que promocionan destinos como Baños de Agua Santa han generado un gran impacto, lo que demuestra el poder de las redes sociales para impulsar el turismo a nivel local.

[@soy.lorenabarrera](#) [3] Vlog de Baños con el @Ministerio de Turismo Ecuador
[#bañosdeaguasanta](#) [4] [#bañosecuador](#) [5] [#vlogs](#) [6] [#travel](#) [7] [The Magic of Gravity - Dmitry Sadovoi](#) [8]

Lorena Barrera durante su viaje a Baños de Agua Santa.

"Colaborar con influencers y micro influencers es una estrategia eficaz para llegar a audiencias específicas y generar confianza. Mi objetivo siempre es crear contenido real y desde mi experiencia porque mi público es diferente al de otros creadores", comentó Lorena.

La importancia del contenido visual

Las imágenes y los videos de alta calidad son fundamentales para captar la atención de los usuarios. **Un estudio de Nielsen Norman Group reveló que el 90% de la información transmitida al cerebro es visual.**

Por ejemplo, **Casa Bolívar Hotel Museo, consciente de esta realidad, ha invertido en fotografías y videos de alta resolución que capturan la belleza arquitectónica y la experiencia única que ofrece.** Al mostrar imágenes detalladas de sus habitaciones, patios y eventos, el hotel logra transmitir una sensación de calidez y autenticidad, e invita a los potenciales huéspedes a imaginar su estancia.

Además, el hotel **ofrece sus instalaciones como galería para artistas locales, lo que enriquece la experiencia de los huéspedes,** quienes pueden disfrutar del arte mientras exploran el espacio, así lo expuso María Gloria Eguiguren, administradora del lugar.



Instalaciones de Hotel Casa Bolívar, Hotel Museo.

Asimismo, de acuerdo con Emilia Rivadeneira, subgerente de Asuntos Corporativos de LATAM Airlines Ecuador y Perú, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la promoción turística. **LATAM Airlines utiliza activamente sus perfiles en Instagram, Facebook y otras plataformas para compartir contenido visual atractivo, inspirar a los viajeros y promover destinos.** A través de campañas creativas y concursos, la aerolínea logra conectar con su audiencia y generar un mayor interés por los viajes.

Tendencias clave en comunicación y marketing turístico

Los turistas buscan experiencias únicas y auténticas. **La comunicación debe centrarse en crear itinerarios personalizados y destacar los aspectos más singulares de cada destino.**

Koffe Combi es un claro ejemplo de esta tendencia, al combinar la degustación de café de alta calidad con un recorrido en una combi clásica. Esta iniciativa ofrece a los turistas una experiencia única que va más allá de la simple compra de un producto. La posibilidad de interactuar con el barista, conocer los orígenes del café y disfrutar de un paisaje urbano desde una perspectiva diferente convierten a Koffe Combi en una atracción turística por sí misma, sostuvo su CEO Juan Pablo Macas.



Kaffe Combi ofrece una experiencia única y resalta al café lojano.

Según María Paulina Paladines, especialista en Promoción del Ministerio de Turismo, **“la clave para promocionar un destino es contar una historia auténtica y conectar emocionalmente con los viajeros”**. Esta filosofía se refleja en las diversas campañas que ha liderado, las cuales buscan destacar la riqueza cultural y natural de Ecuador.

En la UTPL estamos comprometidos con la investigación y el conocimiento. ¡Sé parte de la comunidad de estudiantes más grande del Ecuador!

Inscríbete en la UTPL

[1]

innovacion-tecnologica

Links

[1] <http://utpl.edu.ec>

[2] <https://noticias.utpl.edu.ec/iniciativa-academica-que-potencia-el-turismo-cultural-en-loja-0>

[3] <https://www.tiktok.com/@soy.lorenabarrera?refer=embed>

[4] <https://www.tiktok.com/tag/ba%C3%B1osdeaguasanta?refer=embed>

[5] <https://www.tiktok.com/tag/ba%C3%B1osecuador?refer=embed>

[6] <https://www.tiktok.com/tag/vlogs?refer=embed>

[7] <https://www.tiktok.com/tag/travel?refer=embed>

[8] <https://www.tiktok.com/music/The-Magic-of-Gravity-7274080503807461433?refer=embed>