



Función Pública

Guía Técnica Para La Implementación Del Plan De Turismo a Través del Marketing Digital Territorial

Municipio de Cocorná

Dirección Territorial
Antioquia

Estrategia de Asistencia
Técnica Territorial 2025

**PÚBLICA
MENTE
ESAP**

**La ESAP
en sinfonía
con el CAMBIO**

Dirección de Fortalecimiento
y Apoyo a la Gestión Estatal



ESCUELA SUPERIOR DE
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



Línea temática

Innovación pública

Diversificación económica y generación de empleo

Tema

Asistencia Técnica Territorial

Fomento del Emprendimiento Rural y el Turismo Comunitario

Jorge Iván Bula Escobar

Director Nacional de la ESAP

Carolina Arango Salazar

Directora Territorial ESAP Antioquia

Vicente Alfonso Maldonado

Líder Temático Nacional – innovación Pública

Laura Melisa Arroyave Flórez

Líder Territorial Asistencia Técnica Dirección Territorial Antioquia

Yulian Cristina Botero

Profesional Universitario Dirección Territorial Antioquia

Yudi Astrid Osorio Arango

Profesional Universitario Dirección Territorial Antioquia

Medellín, Antioquia

Junio 2025

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Tabla de Contenido

1	Introducción	5
2	Objetivos de la guía técnica	6
2.1	Objetivo General.....	6
2.2	Objetivos Específicos.....	6
3	Conceptos básicos y glosario a tener en cuenta en la guía técnica.....	6
3.1	Turismo Sostenible	6
3.2	Marketing Digital Territorial.....	7
3.3	Valor Público y Gobernanza Participativa.....	9
3.4	Glosario	9
4	Metodología general	11
4.1	Principio rector.....	11
4.2	Contexto.....	11
4.3	Lógica Metodología.....	11
4.4	Enfoques de la Metodología.....	12
4.5	Operacionalización de la Metodología	14
4.6	Importancia del Equipo Gestor y sus Sunciones.....	14
5	Implementación de la metodología	14
5.1	Conformación de Equipo Gestor Local	15
5.2	Metodologías de Co-creación.....	17
5.3	Convocatoria de Aliados Locales y Comunitarios	17
5.3.1	Criterios de Selección.....	18
5.3.2	Garantizar representatividad.....	18
5.3.3	Acciones para la convocatoria de aliados	19
5.4	Formación en Herramientas de Márquetin Digital	19
5.5	Diseño y Ejecución de Competencias Digitales	20
5.6	Lanzamiento y Ejecución de Campañas Digitales	20
5.7	Seguimiento Evaluación y Sostenibilidad.....	21
6	enfoques en la implementación del marketing digital territorial	21
6.1	Enfoque Diferencial.....	21
6.2	Pertinencia Cultural.....	22
6.3	Viabilidad Económica.....	23
6.4	Sostenibilidad Ambiental y Digital.....	24
7	Marco normativo	25
8	resultados esperados indicadores y metas	26
9	Conclusión.....	28
10	Anexos	28
11	Referencias bibliográficas	29

Listado de Tablas

Tabla 1.	Palabras clave en relación al marketing digital territorial.....	10
Tabla 2.	Descripción de los pasos para la implementación del Marketing digital.....	16
Tabla 3.	metodologías de cocreación	17
Tabla 4.	Aspectos y estrategias a tener en cuenta en el proceso de selección de aliados.....	18
Tabla 5.	Temas de formación en pro del marketing digital territorial	20
Tabla 6.	Análisis de ventajas y oportunidades del marketing digital territorial	23
Tabla 7.	Marco normativo y jurídico	25

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024



Tabla 8. Proyección de resultados estimada al 202727

Listado de Figuras

Figura 1. Enfoques de la metodología para la implementación de la guía técnica..... 13
Figura 2. Pasos a seguir en la implementación del marketing digital territorial 15
Figura 3. Contribución de actores al marketing digital.....22
Figura 4. Resultados esperados en la implementación del marketing digital territorial.....26

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co
Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín
Código postal: 050012
Línea conmutador PBX: 018000 423713
Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713
Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Guía Técnica Para la Implementación Del Plan de Turismo a Través del Marketing Digital Territorial

1 Introducción

El municipio de Cocorná, ubicado en la subregión Oriente del departamento de Antioquia se caracterizado por su riqueza natural, cultural e hídrica, el municipio ha venido consolidándose como un destino con alto potencial turístico. El Plan de Desarrollo y Sostenibilidad Turística 2024-2027 "Cocorná Dulce Aventura" establece una hoja de ruta para posicionar al municipio como referente en turismo sostenible, articulando las dimensiones sociales, económicas, ambientales e institucionales.

La mayoría de los municipios de sexta categoría como es el caso de Cocorná enfrentan dificultades institucionales, presupuestales y técnicas para planificar su desarrollo turístico. Es por esto que por medio de la Asistencia técnica territorial ofertada por la Escuela Superior de Administración pública ESAP se propone la Guía Técnica Para la Implementación Del Plan de Turismo a Través Del Marketing Digital Territorial, esta será una herramienta clara, accesible y práctica, que permita a la alcaldía del municipio, su consejo municipal y actores comunitarios la Implementación del "Plan de Desarrollo y Sostenibilidad Turística del municipio, (Cocorna, 2024), este documento técnico presenta las bases conceptuales y metodológicas que orientan dicha implementación.

La guía técnica en Marketing Digital Territorial para el municipio representa una oportunidad estratégica de alto impacto en la creación de valor público, puesto que permite una interrelación entre el estado, la ciudadanía y el territorio; con base en esto se plantea un enfoque de gobernanza territorial donde se articule la institucionalidad, la comunidad, los emprendedores, los jóvenes, y demás actores en procesos de decisión y ejecución conjunta, reflejando un modelo de administración pública abierta y colaborativa.

A su vez brinda la oportunidad de implementar un modelo de innovación pública que permita a la administración municipal la transformación digital de la gestión pública local, con la implementación de herramientas digitales claves y accesibles para la promoción del municipio como destino turístico, además, se espera que esta herramienta pueda ser aplicada y replicada en otros municipios de la región que posean características similares a las de Cocorná.

Esta guía aporta al fortalecimiento de las capacidades locales aumentando la participación ciudadana y comunitaria, al incluir a emprendedores, artesanos, campesinos y prestadores de servicios en la creación y difusión de contenidos digitales, formándolos en competencias audiovisuales y así mejorar la competitividad de los actores locales promoviendo una economía turística más inclusiva.

Con la adopción e implementación, de la guía técnica de marketing digital territorial no solo se busca posicionar a Cocorná en el mapa turístico, sino que también se busca por medio de ella transformar las dinámicas sociales, económicas e institucionales en el territorio, generando bienestar colectivo, inclusión productiva y sostenibilidad a largo plazo.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

2 Objetivos De la Guía Técnica

En el siguiente apartado se menciona el objetivo general y los objetivos específicos los cuales servirán de referente principal para la construcción de la guía técnica.

2.1 Objetivo General

- ✓ Impulsar la transformación turística sostenible del municipio de Cocorná mediante la implementación de una estrategia de marketing digital territorial basada en innovación pública, participación ciudadana y tecnologías accesibles, que fortalezca las capacidades locales, articule actores institucionales y comunitarios, y posicione al municipio como un referente de turismo regenerativo, inclusivo y competitivo

2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Documentar una ruta para la implementación de herramientas de marketing digital territorial que sean sostenibles económicamente empleando plataformas gratuitas evitando depender del presupuesto municipal.
- ✓ Estructurar un paso a paso detallado que permita a la entidad territorial la apropiación y ejecución de la guía técnica para la implantación del marketing digital territorial.
- ✓ Establecer orientaciones que permitan fortalecer la cultura organizacional de la entidad y su articulación con actores comunales y sociales para un trabajo conjunto en el diseño y difusión de campañas digitales en las cuales se promueva el turismo del municipio.

3 Conceptos Básicos y Glosario a Tener en Cuenta en la Guía Técnica

A continuación, se presentan tres elementos claves que permitirán entender cuál es el enfoque y los conceptos fundamentales para la elaboración y aplicación de la Guía Técnica Para la Implementación Del Plan de Turismo a Través Del Marketing Digital Territorial en el municipio de Cocorná.

3.1 Turismo Sostenible

El turismo sostenible es comprendido como un sistema que debe generar beneficios económicos, sociales y culturales para las comunidades receptoras, minimizando los impactos negativos sobre el ambiente y promoviendo la conservación del patrimonio natural y cultural en los diferentes escenarios que se practique.

El turismo sostenible busca favorecer el desarrollo de las sociedades, contribuyendo a reducir la pobreza y a generar ingresos y mejores empleos para la población, a la vez que se enfoca en proteger el capital natural y los procesos ecológicos, y en preservar la integridad cultural de las comunidades y generar equidad en los beneficios que estas reciben (Ministerio de comercio, 2025)

El turismo sostenible, según la Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza (Ministerio de comercio, 2025), se concibe como una alternativa estratégica para el desarrollo de los territorios, en la medida en que articula la protección del capital natural, el fortalecimiento del tejido social, la inclusión económica de las comunidades y la preservación de los patrimonios culturales. Esta política plantea que el turismo debe dejar de ser una actividad de impacto exclusivamente económico para convertirse en una práctica consciente, responsable y transformadora, orientada al bienestar de las personas y la conservación del entorno.

En este sentido, el municipio de Cocorná, Antioquia, ubicado en la subregión Oriente del departamento, representa un escenario idóneo para implementar un modelo de turismo sostenible.

Con una abundante riqueza hídrica, una buena biodiversidad, recursos paisajísticos y saberes tradicionales, Cocorná ha identificado el turismo como una oportunidad de desarrollo inclusivo y competitivo, especialmente en su reciente Plan de Desarrollo y Sostenibilidad Turística “Cocorná Dulce Aventura” 2024–2027.

Sin embargo, al ser un municipio de quinta categoría presenta limitaciones técnicas, presupuestales y operativas que requieren de estrategias diferenciales, adaptadas a su realidad institucional. Es precisamente en este contexto donde el turismo sostenible cobra un valor estratégico como modelo de gestión que no exige grandes inversiones en infraestructura, pero sí una profunda articulación social, comunitaria e interinstitucional.

Para la implementación del turismo sostenible en Cocorná es importante tener claro cuáles son los requerimientos o implicaciones directas que se deben considerar:

- ✓ Gestionar los recursos naturales como activos estratégicos del territorio, protegiéndolos no solo por su belleza escénica sino por los diversos ecosistemas. Esto incluye la gestión adecuada del Cañón del Melcocho, el río Santo Domingo y las áreas de bosque húmedo tropical.
- ✓ Involucrar activamente a la comunidad local en la planificación, promoción y operación de las actividades turísticas, garantizando una distribución equitativa de los beneficios. Emprendedores, conocedores tradicionales, jóvenes, mujeres rurales y líderes comunales deben tener un papel central.
- ✓ Incorporar prácticas de sostenibilidad ambiental y cultural en la prestación de servicios turísticos: uso responsable del agua y la energía, manejo adecuado de residuos, respeto por los saberes ancestrales y creación de experiencias turísticas con identidad propia.
- ✓ Fomentar una cultura de viaje responsable, tanto entre visitantes como entre prestadores de servicios turísticos, mediante procesos de educación turística, señalización interpretativa y campañas digitales de sensibilización, que son factibles de implementar con bajo costo y alto impacto.
- ✓ Articular esfuerzos públicos, privados y académicos para consolidar un modelo de gobernanza colaborativo. En el caso de Cocorná, esto puede lograrse a través de alianzas con CORNARE, la Universidad Católica de Oriente, la ESAP y la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño.

Además, la sostenibilidad turística puede convertirse en un factor diferenciador y de competitividad territorial para Cocorná, en la medida en que sus productos turísticos estén alineados con las nuevas tendencias de la demanda internacional, viajeros conscientes, interesados en experiencias auténticas, inmersión comunitaria y conexión con la naturaleza.

Por otro lado, Cocorná no solo está llamado a preservar su capital natural y cultural, sino también a posicionarse como destino sostenible mediante un modelo de desarrollo turístico centrado en la conservación, la resiliencia ambiental y la innovación social. La implementación de estrategias como el marketing digital territorial con enfoque sostenible, fortalecerá esta vocación, permitiendo al municipio escalar su visibilidad sin sacrificar su esencia.

3.2 Marketing Digital Territorial

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

El marketing digital territorial es un conjunto de estrategias que busca posicionar un territorio basado en los valores, los recursos y las experiencias que puede ofrecer, esto a través de plataformas digitales. Va más allá de la simple promoción turística teniendo en cuenta que implica la construcción de una narrativa colectiva, auténtica y diferenciadora que conecte emocionalmente con públicos locales, regionales, nacionales e internacionales. Esta narrativa se apoya en herramientas digitales como redes sociales, portales web, contenidos audiovisuales, plataformas interactivas y campañas colaborativas. (Geon, 2015)

Es importante la adopción e implementación de un plan de marketing territorial de manera exitosa ya que por medio de este se puede dar a conocer el territorio y por ende atraer visitantes locales, regionales y extranjeros, y así aumentar el capital y los ingresos económicos para el municipio, también, fortalecer el territorio con la presencia de empresas que aporten fuentes de empleo formal y que estén interesados en adelantar estrategias en conjunto para la promoción del territorio y sus espacios.

Es ahí donde el marketing digital territorial se convierte en una herramienta técnica y social de gran valor, ya que permite visibilizar y posicionar a Cocorná como un destino competitivo, pero, sobre todo, como un municipio que comunica su identidad desde adentro hacia afuera con el interés de ser reconocidos en diferentes lugares del mundo.

Cabe señalar que la implementación debe ser progresiva y adaptada a las capacidades locales del municipio, pero también con una visión clara y transformadora y con un fuerte componente de articulación interinstitucional y comunitaria.

Es importante mencionar que el municipio presenta debilidades considerables con relación a las capacidades institucionales y técnicas al momento de prestar los servicios turísticos; (Cocorna, 2024), pero a su vez su mayor fortaleza es la riqueza natural y cultural con la que cuenta, lo que lo hace un destino interesante y con gran potencial para el desarrollo de actividades turísticas, es ahí donde el marketing digital territorial se convierte en una herramienta estratégica de alto impacto y bajo costo para posicionar a Cocorná como un destino turístico imperdible.

A través de esta estrategia, es posible dar a conocer los activos del territorio como el Cañón del Melcocho, las rutas de aventura, la gastronomía local o la tradición artesanal, entre otras, al mismo tiempo que se promueve una imagen coherente con los principios del turismo sostenible. (Cocorna, 2024)

Por medio del Marketing Digital Territorial se puede fortalecer el talento joven local, capacitar a los emprendedores en el uso de plataformas tecnológicas, generar campañas con identidad gráfica propia y fomentar el turismo. Esto favorece no solo el incremento del flujo turístico, sino también el fortalecimiento del tejido social, la circulación del conocimiento y el sentido de pertenencia de los habitantes por el municipio.

Es importante la vinculación de los jóvenes y personas de la comunidad, por medio de estos se pueden ejecutar campañas colaborativas que motiven a las personas a visitar el territorio, estas campañas pueden ser impulsadas por jóvenes comunicadores locales, emprendedores rurales y conocedores de los espacios culturales existentes en el territorio, promoviendo contenidos que reflejen su autenticidad desde la voz de los propios habitantes del municipio. Así, se transforma el marketing en una herramienta de identidad y empoderamiento comunitario.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

El Marketing Digital Territorial genera impactos y valor público al trascender más allá de la visibilidad del destino, contribuye a una gestión turística más democrática, participativa y basada en datos, promueve la equidad en el acceso a oportunidades económicas para los actores locales, mejora la transparencia de las acciones institucionales y refuerza la confianza ciudadana en la administración pública.

En definitiva, es un mecanismo para construir comunidad desde lo digital, activar la economía local y fortalecer la gobernanza del turismo sostenible.

3.3 Valor Público y Gobernanza Participativa

La generación de valor público implica crear condiciones para mejorar la calidad de vida de la población mediante la inclusión, la participación y la transparencia. El marketing digital territorial aporta a este fin al permitir que las comunidades sean protagonistas en la promoción de su municipio, fortaleciendo el sentido de pertenencia y fomentando la cohesión social. (Pública, 2016)

La Guía Técnica Para la Implementación del Plan de Turismo a Través del Marketing Digital Territorial en el municipio de Cocorná, representa una apuesta clara en relación al fortalecimiento del valor público territorial. Este valor se evidencia en la manera como la planificación turística actualizada permite alinear la vocación natural del territorio con estrategias de desarrollo sostenible, centradas en la protección ambiental, la inclusión social y la dinamización económica.

La guía técnica propuesta permite diagnosticar las brechas existentes entre el potencial turístico del municipio y su reconocimiento y visibilidad dentro y fuera de la región. De esta manera, se convierte en una herramienta para priorizar intervenciones que mejoren la identidad propia, el reconocimiento como sector turístico sostenible, además promueve la formalización empresarial, fortalecer las capacidades locales y optimizar la articulación institucional.

Este ejercicio técnico no solo responde a una necesidad de orden administrativo o normativo, sino que pone en el centro a la comunidad y su relación con el turismo como alternativa de desarrollo. Al implementar el plan con datos actualizados, participación ciudadana e indicadores verificables, se garantiza una gestión más transparente, participativa y orientada a resultados, lo cual refuerza la confianza de la ciudadanía en la institucionalidad local.

De esta manera, el valor público generado se materializa en beneficios concretos como, la generación de empleo digno, la conservación del patrimonio natural y cultural, (Pública, 2016) la reducción de impactos negativos del turismo no planificado, y el posicionamiento del municipio como un destino competitivo y resiliente en el marco del desarrollo turístico regional.

3.4 Glosario

A continuación, se presenta un listado de palabras clave con su respectiva definición, las cuales son indispensables para la comprensión y apropiación de la Guía técnica.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Tabla 1.

Palabras clave en relación al marketing digital territorial.

No	Glosario y definió	Definición
1	Narrativas participativas	Relatos creados por la comunidad para mostrar su cultura, vivencias y tradiciones.
3	Gobernanza participativa	Modelo donde varios actores (Estado, comunidad, privados) toman decisiones conjuntamente.
4	Resiliencia ambiental	Capacidad de un entorno natural para recuperarse y adaptarse a los cambios.
6	Capital natural	Conjunto de recursos naturales como ríos, bosques o fauna, que tienen valor ecológico o económico.
7	Turismo regenerativo	Turismo que no solo conserva, sino que mejora el entorno natural y social visitado.
8	Freemium	Herramientas tecnológicas que son gratis en su versión básica y pagas en su versión completa.
9	Inclusión productiva	Integración de grupos vulnerables a actividades económicas que generan ingresos dignos.
10	Tejido social	Conjunto de relaciones entre las personas que fortalecen la convivencia y la cooperación.
11	Identidad digital	Imagen y mensajes que representan al municipio en plataformas digitales.
12	Indicadores verificables	Datos concretos que permiten medir si se cumplen los objetivos de un proyecto.
13	Empoderamiento comunitario	Proceso mediante el cual las comunidades adquieren poder para decidir y actuar por sí mismas.
14	Segmentación especializada	División de un público o proceso en grupos con características específicas para su atención.
15	Conectividad	Acceso a internet y servicios digitales en una zona o comunidad.
16	Kits digitales comunitarios	Equipos básicos como celular, trípode y micrófono para crear contenido digital localmente.
17	Banco de contenido comunitario	Repositorio de fotos, videos y materiales creados por la comunidad para promocionar su territorio.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

No	Glosario y definió	Definición
18	Diseño de identidad gráfica	Creación de logotipos, colores y estilos visuales que representan una marca o territorio.
19	Plataformas interactivas	Sitios web o aplicaciones que permiten a los usuarios interactuar con contenido de forma activa.
20	Diagnóstico turístico	Análisis del estado actual del turismo en un territorio para identificar retos y oportunidades.

Fuente: elaboración propia, Nota: la tabla muestra información de las palabras claves empleadas en la implementación del marketing digital territorial en Cocorná.

4 Metodología General

Con el objetivo de diseñar la metodología de ejecución de la Guía Técnica Para la Implementación del Plan de Turismo de Cocorná a Través del Marketing Digital Territorial, es importante precisar que el municipio debe fortalecer las capacidades institucionales y técnicas para gestionar de mejor forma su desarrollo turístico, así mismo, cuenta con un capital social y cultural valioso que puede ser activado para la promoción digital del territorio.

Teniendo en cuenta esto la propuesta se basa en un enfoque participativo, progresivo y adaptado al territorio, que integra los principios del turismo sostenible, los lineamientos de la Política pública de Turismo Sostenible de Antioquia y las metas del Plan de Desarrollo y sostenibilidad Turística de Cocorná 2024-2027.

4.1 Principio rector

El principio que rige esta metodología está basado principalmente en la generación de valor público por medio del fortalecimiento de las capacidades locales y la sostenibilidad del desarrollo turístico en el municipio, incorporando aspectos innovadores dentro de la administración pública local. Se proyecta que el marketing digital no solo visibilice el territorio como destino, sino que contribuya a una transformación estructural de las dinámicas sociales, culturales, económicas y ambientales del municipio, fomentando la participación ciudadana, la inclusión digital y el empoderamiento comunitario.

4.2 Contexto

Cocorná es un municipio de quinta categoría, con una gran riqueza natural, hídrica y cultural, pero posee algunas dificultades presupuestales y tecnológicas para la gestión del componente turístico, también enfrenta barreras de visibilidad, conectividad y gestión técnica que dificultan su posicionamiento, al entender el contexto se resalta la importancia de implementar la estrategia de marketing digital territorial puesto que representa una oportunidad para fortalecer las capacidades internas y externas del municipio, dinamizar su economía e integrarlo en redes de promoción regional y nacional

4.3 Lógica Metodología

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Es importante comprender que la lógica de esta metodología parte de la intervención basada en la participación activa de la comunidad, la implementación progresiva de acciones ajustadas a los recursos, las realidades del territorio, y la adaptación al contexto rural y tecnológico del municipio. Teniendo en cuenta lo descrito anteriormente se plantean seis pasos para el desarrollo del proceso los cuales son:

- ✓ La conformación de un equipo gestor local
- ✓ Convocatoria de aliados locales y comunitarios
- ✓ Formación en herramientas de marketing digital
- ✓ Diseño y ejecución de campañas digitales y territoriales
- ✓ Lanzamiento de campañas digitales y territoriales
- ✓ Seguimiento, evaluación y sostenibilidad

Cada paso funciona como un ciclo interdependiente que articula organización, aprendizaje, comunicación e innovación social, garantizando continuidad, apropiación local y sostenibilidad.

4.4 Enfoques de la Metodología

Para la implementación del marketing digital territorial en Cocorná se incorporan tres enfoques transversales que orientan la planificación, ejecución y evaluación:

Territorial y comunitario: este enfoque reconoce que los territorios son construcciones sociales, donde el desarrollo no solo depende de variables físicas o económicas, sino de las dinámicas culturales, organizativas, simbólicas y políticas las cuales las comunidades construyen en torno a su identidad y sus aspiraciones. Es en este factor donde se considera de suma importancia la participación activa de la comunidad al momento de la implementación del marketing digital principalmente para identificar cuáles son los contenidos que representan mejor al municipio, quiénes los deben generar y cómo deben ser comunicados. (Copymate, 204)

La promoción del territorio se construye de adentro hacia afuera, articulando las experiencias de vida de actores como, líderes culturales comunitarios los cuales pueden aportar narrativas orales adquiridas desde su experiencia, emprendedores los cuales aportan desde su rol las experiencias turísticas rurales de su conocimiento y los Jóvenes los cuales tiene una visión moderna del territorio y sus características.

Tecnológico inclusivo: este enfoque busca el acceso, uso y apropiación de tecnologías digitales en contextos rurales y con baja infraestructura tecnológica. Parte del indicio de que la innovación no es exclusiva de sectores con alta conectividad, sino que puede adaptarse a entornos de baja densidad tecnológica mediante soluciones accesibles, pedagógicas y sostenibles.

El municipio de Cocorna presenta limitaciones en el acceso a conectividad teniendo presente que solo el 26% del territorio cuenta con banda ancha (Cocorna, 2024) y tiene una institucionalidad básica, es por esto que se debe priorizar el uso de herramientas digitales gratuitas, livianas y de fácil aprendizaje.

Es importante promover la alfabetización digital orientada y aplicada al turismo, capacitando a emprendedores, jóvenes y funcionarios locales en el manejo de redes sociales, edición de contenido, diseño gráfico básico, optimización de motores de búsqueda y gestión de canales digitales.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Para esto se pueden diseñar espacios de capacitación en manejo de herramientas digitales como Canva, CapCut, WhatsApp Business, Google My Business, Producción de contenido offline (cuando no hay conectividad inmediata) este tipo de contenido puede ser consolidado y cargar posteriormente. Además es importante descentralizar el acceso a contenidos digitales, con el fin de que cada vereda o zona turística tenga sus propios voceros digitales.

Narrativo y visual: El enfoque narrativo y visual se basa en la creación de relatos auténticos, identitarios y emocionales que comuniquen el territorio desde su esencia. Este enfoque no se limita a mostrar lo bonito o atractivo del destino, sino que promueve una construcción del discurso coherente, simbólico y diferencial en relación al municipio. (Geon, 2015)

Cocorná debe construir su propia voz por medio de narrativas que expresen su biodiversidad, su resiliencia, su historia reciente y sus procesos comunitarios de paz y emprendimiento, evitando imitar campañas de destinos consolidados que pueden ser repetitivas y poco llamativas. Debe darse prioridad a la construcción de la narrativa “Cocorná Dulce Aventura” para ello se debe desarrollar colectivamente y traducida en formatos visuales impactantes como, fotografía, video, ilustraciones, mapas interactivos, reels y cápsulas audiovisuales, todo este material debe incluir elementos del patrimonio intangible como gastronomía, medicina tradicional, festividades como parte esencial del contenido digital.

Figura 1.

Enfoques de la metodología para la implementación de la guía técnica.



Fuente: elaboración propia.
Dirección Territorial Antioquia
 Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co
 Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín
 Código postal: 050012
 Línea conmutador PBX: 018000 423713
 Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713
 Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

4.5 Operacionalización de la Metodología

La operacionalización de la metodología se llevará a cabo por medio del trabajo colaborativo, para esto se buscará la articulación con las instituciones locales como alcaldía, coordinación de Turismo, actores sociales como jóvenes, mujeres rurales, líderes culturales y aliados estratégicos como la ESAP, el SENA, y demás universidades y actores que se puedan sumar al proceso. Cada uno de los seis pasos incluye productos verificables y acciones clave para lo cual:

- ✓ Se conforma un comité técnico comunitario mediante acto administrativo.
- ✓ Se identifica un mapa de actores y se activan vocerías digitales por veredas.
- ✓ Se desarrollan rutas de formación en herramientas digitales como Canva, CapCut, WhatsApp Business y edición básica.
- ✓ Se co-crea una identidad gráfica con base en la marca “Cocorná Dulce Aventura”.
- ✓ Se activan campañas temáticas y colaborativas de visibilización turística.
- ✓ Se establece un sistema de indicadores y evaluación participativa con informes semestrales y ajustes dinámicos.

Cada una de estas acciones está encaminadas a los logros propuestos en la ejecución de la guía técnica para la implantación del turismo a través del marketing digital en el municipio de Cocorná.

4.6 Importancia del Equipo Gestor y sus Sunciones

Es fundamental contar con un equipo gestor, encargado de cumplir con el papel central como articulador en la implementación del marketing digital territorial en Cocorná. Su función principal se basa en coordinar, facilitar y conectar a los distintos actores involucrados garantizando una ejecución ordenada, participativa y sostenible de la estrategia, dentro de las funciones clave se destacan las siguientes:

- ✓ Coordinar acciones estratégicas entre sectores públicos, comunitarios y privados que se encuentren involucrados en la promoción turística.
- ✓ Diseñar una hoja de ruta operativa, establecer cronogramas, asignar responsabilidades y liderar procesos de formación en materia turística.
- ✓ Facilitar la comunicación interinstitucional y comunitaria, y así garantizar que la información fluya entre todas las partes.
- ✓ Asegurar la coherencia metodológica del proceso, manteniendo el enfoque participativo, sostenible y territorial.
- ✓ Impulsar la construcción de una identidad digital colectiva, fomentando el consenso en torno a mensajes, narrativas y contenidos.
- ✓ Monitorear y evaluar el avance de los objetivos, facilitando procesos de mejora continua con base en evidencia.

Al ser un canal de comunicación directo entre la gobernanza y la comunidad el equipo gestor debe mediar por que el proceso de implementación sea viable, inclusivo y adaptado a las condiciones reales del municipio.

5 Implementación de la Metodología

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Con el objetivo de orientar la implantación de la metodología sugerida se plantea la implementación de seis pasos específicos los cuales comprenden una interrelación para una implementación adecuada y exitosa, se espera que esta herramienta pueda ser aplicada en el municipio de Cocorná teniendo en cuenta que aporta grandes beneficios ya que no representa costos significativos, también se incorpora el uso del talento humano local, se fortalece el tejido social y la gobernanza turística, permite la visibilidad del municipio sin comprometer la sostenibilidad del entorno y genera valor público al vincular a la comunidad en la proyección del municipio.

Figura 2.

Pasos a seguir en la implementación del marketing digital territorial.



Fuente: elaboración propia.

5.1 Conformación de Equipo Gestor Local

La constitución del equipo gestor asegura la base institucional y técnica para la implementación del marketing digital territorial, este equipo estaría compuesto por representantes del gobierno local como coordinadores de turismo, organizaciones comunitarias, jóvenes, emprendedores y líderes culturales, la constitución e implementación del equipo gestor es fundamental para sustentar un modelo de gobernanza participativa y sostenible de esta manera se logra que los distintos actores del territorio compartan la toma de decisiones, la ejecución y la evaluación, lo que genera mayor legitimidad y sentido de pertenencia sobre el proceso que se adelanta en beneficio del municipio.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co
 Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín
 Código postal: 050012
 Línea conmutador PBX: 018000 423713
 Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713
 Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Tabla 2.

Descripción de los pasos para la implementación del Marketing digital

Paso	Descripción	Acciones Clave	Producto	Relación con el enfoque
1. Conformación de un equipo gestor local	Consolidar un comité técnico-operativo interinstitucional con apoyo comunitario.	Acto administrativo de conformación. Asignación de funciones. Socialización con actores locales.	Resolución de conformación del equipo, hoja de ruta operativa.	Territorial y comunitario, Tecnológico inclusivo, Narrativo y visual
2. Convocatoria de aliados locales y comunitarios	Identificar y movilizar a actores locales estratégicos con potencial de liderazgo digital.	Mapeo de actores. Convocatoria y encuentros zonales. Registro de compromisos.	Base de datos de actores, mapa de activos digitales.	Territorial y comunitario, Tecnológico inclusivo
3. Formación en herramientas de marketing digital	Fortalecer capacidades locales en comunicación, redes sociales, fotografía y edición.	Talleres prácticos. Ruta de formación básica.- Guías metodológicas.	Grupo de embajadores digitales capacitados.	Territorial y comunitario, Tecnológico inclusivo
4. Diseño y ejecución de campañas digitales y territoriales	Construcción colaborativa de la narrativa y la imagen digital del municipio.	Creación de manual de marca. Definición de hashtags y mensajes clave.	Manual de identidad digital territorial.	Tecnológico inclusivo
5. Lanzamiento de campañas digitales y territoriales	Difusión de contenidos visuales y narrativos generados por los actores del territorio.	Plan de campañas. Publicación en redes. Activación de cuentas oficiales.	Banco de contenidos digitales, programación mensual.	Territorial y comunitario, Tecnológico inclusivo
6. Seguimiento, evaluación y sostenibilidad	Monitoreo de indicadores y socialización de avances con la comunidad.	Diseño de tablero de control. Reuniones de evaluación. Ajustes participativos.	Informe de resultados semestral, plan de sostenibilidad.	Territorial y comunitario, Tecnológico inclusivo

Nota: la tabla muestra los pasos las acciones clave y los productos a desarrollar por el municipio de Cocorná para la implementación del marketing digital territorial. Fuente: elaboración propia.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

5.2 Metodologías de Co-creación

En la siguiente figura se relacionan algunas metodologías de cocreación que pueden ser empleados con los diferentes actores, por medio de estas se busca fortalecer y emplear dinámicas participativas para la creación de contenido digital que apunte al reconocimiento y la visibilidad del municipio en diferentes aspectos turísticos.

Tabla 3.

Metodologías de cocreación

Temas abordados	Temática	Metodología a implementar	Tipo de participación
Branding Participativo	Construcción colectiva de identidad visual, símbolos del territorio, memoria visual	Laboratorio de cocreación, mapeo participativo, mesas creativas	Presencial
Storytelling desde la oralidad	Recuperación de relatos y saberes tradicionales, entrevistas y producción de guiones para contenido digital	Tertulias narrativas, ejercicios de escritura y grabación	Presencial
Ideas Originales	Dinámicas para generar ideas de contenido desde la comunidad, uso de técnicas como Design Thinking rural	Talleres de innovación comunitaria	Presencial
Producción de contenidos	Diseño de piezas para redes sociales (videos, fotos, podcast, infografías), edición básica	Aprendizaje colaborativo mentorías creativas	Presencial y/o virtual

Nota: en la tabla se relacionan algunos temas para implementar temáticas de Co-creación. Fuente: elaboración propia

5.3 Convocatoria de Aliados Locales y Comunitarios

La convocatoria comunitaria amarra el proceso en el territorio, reconociendo el valor de sus actores sociales, para esto es importante incorporar procesos participativos, representativos, transparentes y equitativos al momento de conformar grupos de aliados locales encargados de liderar y apoyar la implementación del Marketing Digital Territorial, partiendo de un enfoque de inclusión, identidad cultural y pertinencia territorial.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co
 Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín
 Código postal: 050012
 Línea conmutador PBX: 018000 423713
 Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713
 Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

5.3.1 Criterios de Selección

Es importante tener en cuenta algunos criterios de selección para los aliados locales entre los cuales se debe resaltar características como la relación territorial, la cual se basa en la incorporación de representantes de algunas veredas, corregimientos o núcleos comunitarios del municipio.

También es importante incorporar aliados locales con perfiles diversos para estos se deben tener en cuenta emprendedores, mujeres, representantes comunales, operadores turísticos, gestores culturales entre otros. Aliados con capacidad de convocatoria y buena comunicación, aspecto importante para movilizar otros actores y generar contenido, además de lo relacionados anteriormente es fundamental que estos aliados tengan interés y compromiso en el proyecto demostrando un alto grado de responsabilidad con cada uno de los procesos adelantados en el mismo, otro factor relevante es que tenga conocimientos y manejo de herramientas básicas sobre elementos tecnológicos además, de conexión mínima a internet.

5.3.2 Garantizar representatividad

En la siguiente tabla se resaltan algunos aspectos relevantes que otorgan representatividad al proceso de selección de aliados locales y como al tener en cuenta estos aspectos se dará un valor agregado al proceso

Tabla 4.

Aspectos y estrategias a tener en cuenta en el proceso de selección de aliados.

Aspecto	Estrategia
Equidad de género	Garantizar que al menos el 50% de los aliados convocados sean mujeres, y que tengan representación tanto en los espacios de decisión como en la producción de contenido.
Participación juvenil	Incluir activamente a jóvenes rurales y urbanos en roles creativos, narrativos y técnicos. Priorizar a quienes tengan afinidad por medios digitales.
Reconocimiento a líderes tradicionales y culturales	Identificar y vincular a portadores de saberes locales para que aporten al contenido cultural y patrimonial. No exigir dominio tecnológico, sino acompañamiento de un joven comunicador.
Cobertura territorial equilibrada	Asegurar participación de las tres zonas clave del municipio: zona urbana, Cañón del Melcocho y Río Santo Domingo.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Nota: la tabla muestra aspectos relevantes al momento de la selección de aliados. Fuente: elaboración propia.

5.3.3 Acciones para la convocatoria de aliados

Al momento de diseñar acciones claves y eficientes para la convocatoria de los aliados locales y comunitarios se deben tener presente aspectos relevantes como el diseño de la convocatoria, esta debe ser pública y de fácil acceso, socializada en zonas y puntos estratégicos, diseñar formularios sencillos y comprensibles para la inscripción y participación, además de incorporar un registro con enfoque diferencial con el fin de lograr cada uno de los aspectos, a continuación se detalla las acciones principales a tener en cuenta al momento de realizar la convocatoria.

- ✓ Elaborar una convocatoria clara y accesible, difundida por medios comunitarios, redes sociales de la Alcaldía, emisora local, carteles en veredas, grupos de WhatsApp, instituciones educativas y organizaciones de base.
- ✓ Realizar reuniones informativas en zonas turísticas como la zona urbana, el Cañón del Melcocho, Río Santo Domingo entre otros, para dar a conocer el objetivo del proceso y motivar la inscripción de las personas interesadas.
- ✓ Diseñar un formulario físico y digital para recolectar datos básicos nombre, zona, rol comunitario, motivación para participar, disponibilidad, medios tecnológicos, entre otros.
- ✓ Asegurar que el proceso sea incluyente y abierto, pero regulado mediante criterios de equidad e interés común.

5.4 Formación en Herramientas de Marketing Digital

La formación digital promueve la apropiación tecnológica necesaria para generar y gestionar contenidos. El diseño de la identidad digital da coherencia visual y narrativa a los esfuerzos de promoción, por medio de esta guía se proponen también fortalecer las competencias digitales de los actores comunitarios, funcionarios públicos y ciudadanos en general interesados en participar y hacer parte del proceso de marketing digital en Cocorná, de esta manera se mejora el desempeño personal y profesional en entornos digitales.

La formación en herramientas digitales se puede manejar por niveles partiendo de un nivel básico, intermedio y avanzado, esto teniendo en cuenta que puede ser un proceso de aprendizaje progresivo para los participantes, algunas de las temáticas sugeridas para dar inicio serían la alfabetización digital la cual está dirigida a personal con poca o nula experiencia en manejo de herramientas tecnológicas o conocimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)

Otra de las temáticas sugeridas está relacionada con el manejo de herramientas de producción y comunicación, dirigida principalmente a usuarios que tienen una interacción más frecuente con medios tecnológicos pero que requieren fortalecer sus habilidades, en un escenario más avanzado, se pueden abordar temáticas relacionadas con la gestión de la información, seguridad digital y creación de contenido dirigido a líderes, funcionarios y emprendedores digitales que quieran profundizar en el tema para mejorar aún más la creación de contenido digital.

En la siguiente tabla se hace relación de algunos temas sugeridos los cuales se pueden abordar teniendo en cuenta el nivel o las capacidades en las que se encuentren las personas interesadas.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Tabla 5.

Temas de formación en pro del marketing digital territorial

Nivel 1: Básico - Alfabetización Digital
Modalidad: Presencial o virtual
Enfoque pedagógico: Aprendizaje significativo, con acompañamiento paso a paso.
Temas:
Introducción a las TIC
Uso básico del computador y dispositivos móviles
Navegación segura en internet
Manejo de correo electrónico
Principios de ciudadanía digital
Nivel 2: Intermedio - Productividad y Comunicación
Modalidad: Híbrido, clases virtuales y talleres presenciales
Enfoque pedagógico: Aprendizaje por proyectos, uso de simuladores y plataformas reales.
Temas:
Manejo de aplicaciones ofimáticas (Word, Excel, PowerPoint / Google Docs)
Plataformas de comunicación digital (WhatsApp Business, Zoom, Meet)
Uso de redes sociales para fines comunitarios o institucionales
Almacenamiento en la nube y trabajo colaborativo
Ética digital y manejo responsable de la información
Nivel 3: Avanzado - Innovación, Seguridad y Creación de Contenido
Modalidad: Virtual autogestionado con tutorías y talleres presenciales
Enfoque pedagógico: Aprendizaje basado en problemas y resolución de retos reales.
Temas:
Creación y edición de contenido digital (Canva, CapCut, blogs, videos)
Herramientas de gestión de proyectos digitales
Seguridad digital y protección de datos personales
Introducción al análisis de datos y visualización, Excel avanzado
Marketing digital básico y presencia en línea

Nota: la tabla muestra algunas opciones de formación relacionados con el marketing digital, los cuales pueden ser abordados por niveles. Fuente: elaboración propia.

5.5 Diseño y Ejecución de Competencias Digitales

Este componente está pensado para reforzar los conocimientos que se pueden tener en el uso ejecución de las herramientas digitales, las cuales son un factor determinante a la hora de diseñar el contenido digital en pro del turismo y la cultura del municipio, es ideal fomentar los espacios de Co-creación de la marca propia “Cocorná dulce aventura” y la identidad digital comunitaria enfatizando en campañas de marketing territorial en las cuales se resalte la sociedad, la naturaleza y los valores culturales de Cocorná

5.6 Lanzamiento y Ejecución de Campañas Digitales

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Emplear diferentes medios audiovisuales para el lanzamiento y difusión de contenido y campañas digitales las cuales permitan la visibilidad del territorio por medio de los mismos actores, de esta manera el marketing deja de ser externo y se vuelve endógeno y participativo, para esto es importante activar las campañas en plataformas gestionadas por la comunidad, usando recursos medios disponibles sin depender de infraestructuras o metodologías grandes y complejas.

Cada una de las narrativas construidas se puede difundir en distintos formatos visuales y sonoros mostrando imágenes reales, personas locales y relatos positivos del territorio.

5.7 Seguimiento Evaluación y Sostenibilidad

Con la finalidad de promover una apropiación colectiva del proceso es necesario involucrar a los actores comunitarios en el seguimiento y evaluación del proceso, para lo cual se emplean herramientas digitales básicas para monitoreo (formularios, hojas de cálculo, redes sociales), accesibles para cada uno de los equipos locales.

6 Enfoques en la Implementación del Marketing Digital Territorial

6.1 Enfoque Diferencial

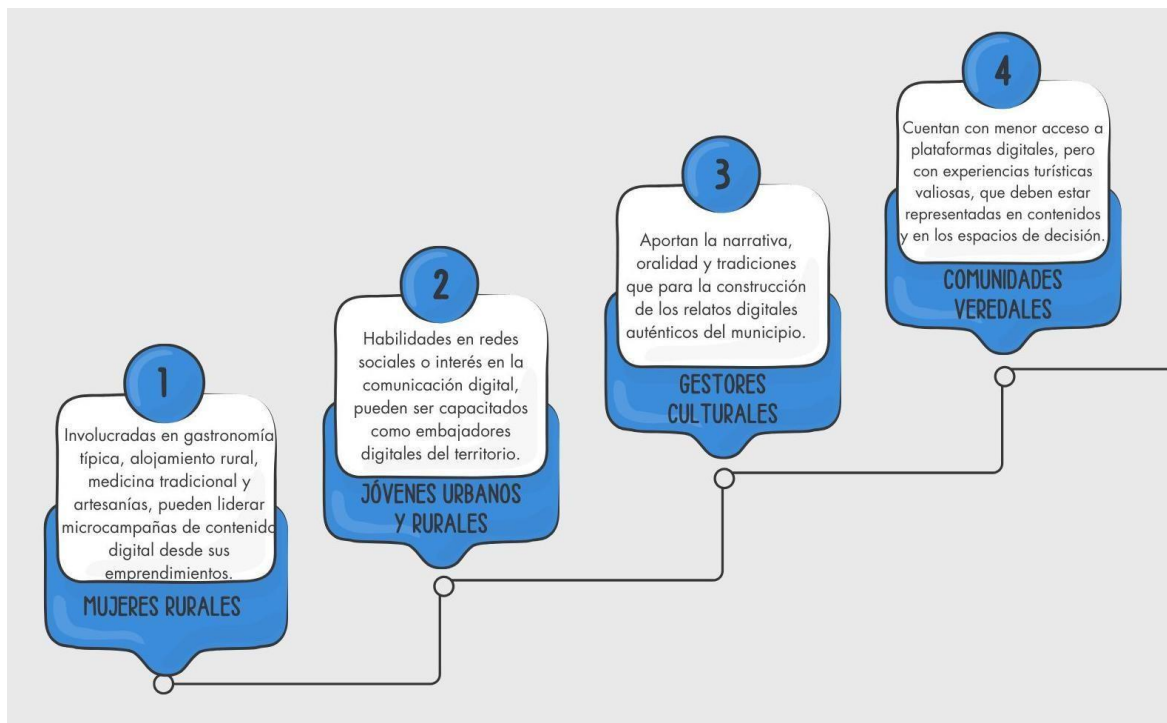
Este enfoque está orientado principalmente a la inclusión de mujeres, jóvenes, comunidades rurales y líderes culturales tradicionales, El plan de desarrollo y sostenibilidad turístico de Cocorna (Cocorna, 2024) reconoce estos actores como factor determinante en el sistema turístico local, por tanto, su participación directa es clave en el diseño, ejecución y monitoreo de las campañas digitales.

Además, reconoce que el municipio está compuesto por grupos poblacionales con características, trayectorias y capacidades diversas, que deben ser visibilizadas y empoderadas en los procesos de desarrollo turístico y promoción digital. La inclusión no es solo un principio ético, sino una estrategia operativa que garantiza la sostenibilidad, la pertinencia social y la equidad en los beneficios del turismo.

En la siguiente figura se muestra como cada uno de los actores puede contribuir y hacer parte de la implementación del marketing digital para el municipio de Cocorná.

Figura 3.

Contribución de actores al marketing digital



Fuente: elaboración propia.

6.2 Pertinencia Cultural

En este criterio es importante resaltar la autenticidad el respeto y la promoción del patrimonio cultural del municipio, criterios que son fundamentales para un buen posicionamiento de los destinos turísticos que se encuentran naciendo con una vocación representada en la cultura y la naturaleza. Esto implica que los contenidos digitales producidos en pro de la promoción turística de Cocorná deben estar arraigados a las realidades, prácticas y símbolos culturales del territorio. No es solo mostrar atractivos visuales, sino de contar las historias que representen lo que Cocorná es para su gente.

Para esto es esencial promocionar la identidad del territorio desde las voces locales, evitando estereotipos, apropiaciones indebidas o simplificaciones comerciales, incluir el patrimonio inmaterial en las campañas digitales, como parte integral de la marca turística “Cocorná Dulce Aventura” (Cocorna, 2024), además de lo relacionado anteriormente se puede documentar los oficios tradicionales, recetas locales, celebraciones religiosas, cuentos de caminos, nombres veredales, entre otros, y así enriquecer mucho más la visión del territorio como destino turístico teniendo presente sus prácticas culturales y ancestrales.

Al manejar medios audiovisuales y digitales para su publicación es fundamental establecer principios éticos para el uso de imágenes, historias y símbolos culturales, lo que se traduce a contar con consentimiento informado y reconocimiento de autores locales para no vulnerar los derechos de privacidad de las personas que hagan parte de estos procesos.

6.3 Viabilidad Económica

Teniendo en cuenta que Cocorná posee restricciones presupuestales y baja disponibilidad de infraestructura TIC, la estrategia de marketing digital debe basarse en herramientas tecnológicas que sean de acceso libre, fácil aprendizaje y bajo consumo de datos. De esta forma es posible garantizar la sostenibilidad del proyecto sin depender exclusivamente del presupuesto municipal.

A Continuación, se presenta un análisis con respecto a los aspectos más relevantes en relación con la viabilidad económica en este se analizan las ventajas y posibles oportunidades de cada uno al momento de la implementación del marketing digital territorial en el municipio de Cocorná.

Tabla 6.

Análisis de ventajas y oportunidades del marketing digital territorial.

Aspecto	Descripción	Ventajas	Oportunidades
Disponibilidad de herramientas	Uso de plataformas gratuitas o freemium como Canva, CapCut, InShot, WhatsApp Business, Google Forms y Google My Business.	No requieren inversión en licencias.	Acceso a versiones educativas o comunitarias.
		Amplio acceso desde dispositivos móviles.	Vinculación con programas de formación gratuitos del SENA.
Nivel de accesibilidad tecnológica	Herramientas diseñadas para ser utilizadas en celulares de gama media y con baja exigencia de conexión.	Adaptadas a contextos rurales.	Posibilidad de crear kits digitales comunitarios con bajo costo (celular, trípode, micrófono).
		No requieren banda ancha constante.	
Formación técnica requerida	Nivel de dificultad bajo o intermedio; uso intuitivo y posibilidad de autoaprendizaje o tutoriales básicos.	Permite rápida apropiación.	Fortalecimiento de capacidades locales.
		Ideal para jóvenes con experiencia en redes.	Articulación con universidades para prácticas formativas.
Sostenibilidad presupuestal	No depende de recursos recurrentes del municipio; puede mantenerse con voluntariado, autogestión y alianzas estratégicas.	Alta viabilidad para municipios de quinta categoría.	Gestionar convenios interinstitucionales para capacitación o dotación básica.
		Independencia del gasto público.	
Escalabilidad del modelo	Puede ampliarse progresivamente por zonas (urbana, Melcocho, Santo	Implementación gradual y flexible.	Replicar en otros procesos institucionales o comunitarios.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co
 Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín
 Código postal: 050012
 Línea conmutador PBX: 018000 423713
 Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713
 Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Aspecto	Descripción	Ventajas	Oportunidades
	Domingo) sin que los costos aumenten significativamente.	Bajo riesgo financiero.	Ejemplo para otros municipios similares.
Calidad del contenido posible	Aunque las herramientas son gratuitas, permiten resultados profesionales si se combinan con formación y creatividad local.	Buen nivel de diseño y edición accesible.	Desarrollo de un banco de contenido comunitario permanente.
		No requiere software profesional.	Promoción de talento local creativo.

Nota: la tabla muestra el análisis de ventajas y oportunidades de los aspectos más relevantes en la implementación del marketing digital territorial en el municipio de Cocorná. Fuente: elaboración propia,

Este análisis permite evidenciar que el uso de herramientas digitales gratuitas y de bajo costo es una alternativa viable y estratégica para Cocorná. Además de representar una solución económica, permite fortalecer capacidades locales, promover autonomía tecnológica y asegurar la sostenibilidad de la estrategia de marketing digital sin depender de grandes inversiones.

6.4 Sostenibilidad Ambiental y Digital

Según la política Nacional de turismo sostenible, el problema central identificado es la deficiente sostenibilidad ambiental de las actividades y servicios turísticos en Colombia, que afecta la integridad del capital natural, las condiciones de vida de las comunidades locales, la productividad de los emprendimientos y negocios turísticos, la competitividad de los destinos, y la sofisticación de la demanda del sector. Con ello, se genera una baja corresponsabilidad en relación con la sostenibilidad en el sector y con el aprovechamiento del turismo como ventaja competitiva para los territorios del país y como medio para dar cumplimiento a los ODS (Ministerio de comercio, 2025)

Por medio de este criterio se busca la promoción responsable del uso del territorio y de la tecnología, es por esto, que la estrategia de marketing no solo puede promocionar el territorio, sino que lo debe hacer de forma responsable, alineada con los principios de conservación, turismo regenerativo y gestión de impactos, esto implica también el uso consciente y responsable de las tecnologías, evitando saturación de contenidos o contaminación visual.

La sostenibilidad ambiental y digital busca:

- ✓ Establecer campañas que eduquen sobre el uso responsable de los recursos naturales, como es el cuidado de ríos, respeto por la fauna, manejo de residuos en senderos, entre otras actividades de conservación ambiental
- ✓ Desarrollo de contenido digital con enfoque en turismo de bajo impacto y experiencias lentas.
- ✓ Ejecutar buenas prácticas tecnológicas, en relación al uso de datos abiertos, bajo consumo energético en plataformas, mantenimiento de canales ordenados y accesibles.
- ✓ Incluir mensajes basados en la ética ambiental y cultural en las piezas comunicativas que se publiquen.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

7 Marco Normativo

Para la implementación del Marketing Digital Territorial en Cocorná es necesario realizar una fundamentación normativa y jurídica por medio de la cual se pueda respaldar la promoción del turismo sostenible con enfoque participativo, cultural e inclusivo. Es por esto que se han identificado las principales leyes, artículos y ordenanzas más relevantes para su respaldo, entre estas está la Ordenanza 2 de 2023, por medio de la cual se adopta la Política Pública de Turismo Sostenible de Antioquia. (Gobernación de Antioquia, 2023), allí se reconoce la importancia de fortalecer capacidades locales, proteger el patrimonio cultural y natural, y fomentar el uso de tecnologías accesibles para visibilizar los territorios con vocación turística.

Por otro lado se ha identificado la Ley 2068 de 2020 (Ley General de Turismo) (Función Pública - Gestor Normativo, 2020), que impulsa la innovación digital en destinos emergentes, y la Ley 2294 de 2023 (Plan Nacional de Desarrollo) (Función Pública - Gestor normativo, 2023), que promueve la sostenibilidad como eje del desarrollo regional.

Además de estas, se ha incorporado el Plan de Desarrollo Municipal 2024–2027 "Juntos por Cocorná", como guía fundamental para la implantación del turismo sostenible en el territorio, teniendo en cuenta que es la ruta clara para su desarrollo y promoción.

Estas disposiciones brindan respaldo legal para que municipios como Cocorná articulen esfuerzos interinstitucionales, gestionen recursos y promuevan el turismo desde la identidad, la equidad y la conservación.

Tabla 7.

Marco normativo y jurídico.

Ley	Denominación	Descripción
Ley 2068 de 2020	Ley General de Turismo	La presente ley tiene por objeto fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector. (Función Pública - Gestor Normativo, 2020)
Ley 2294 de 2023 – Artículo 18. Línea de inversión territorial.	Plan Nacional de Desarrollo "Colombia potencia mundial de la vida".	Como parte de la Política de Turismo créase la Línea de Inversión Territorial en la cual, para cada vigencia anual, deben presentarse los proyectos de las entidades territoriales, Cabildos Indígenas, las asociaciones de Cabildos Indígenas y/o Autoridades Tradicionales Indígenas, Consejos Indígenas y Organizaciones Indígenas de derecho público de carácter especial que los represente desde el gobierno propio, respecto de los cuales se demanden recursos para promoción y competitividad, sostenibilidad ambiental y social, provenientes de las fuentes fiscales

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Ley	Denominación	Descripción
		previstas en esta ley, o del Presupuesto General de la Nación. (Función Pública - Gestor normativo, 2023)
Ordenanza de 2023 02	Política de Turismo Sostenible de Antioquia	ARTÍCULO 2o. OBJETIVOS ESPECÍFICOS Desarrollar y consolidar la promoción turística del departamento como destino mediante la aplicación de mecanismos y estrategias de marketing. (Gobernación de Antioquia, 2023) ARTÍCULO 7o. GOBERMANZA. La administración y gobernanta de la presente política buscará una coordinación integral de los actores envueltos en sus procesos de implementación, seguimiento, evaluación, lineamiento técnico, ajuste programático y financiación. Para el logro de este objetivo, esta política realizará una segmentación especializada de las competencias a ejecutar dentro del marco de su puesta en marcha. (Gobernación de Antioquia, 2023)
	Plan de Desarrollo Municipal 2024–2027 "Juntos por Cocorná".	Capítulo II en la comprensión de nuestras realidades - El turismo como camino. (Alcaldía de Cocorá, 2024)

Nota: La tabla muestra el marco normativo y jurídico asociado a la implementación de marketing digital territorial en el municipio de Cocorná. Fuente: elaboración propia

8 Resultados Esperados indicadores y metas

El propósito principal de la implementación del Marketing Digital Territorial en Cocorná se basa fundamentalmente en generar resultados concretos que fortalezcan el posicionamiento del municipio como destino turístico sostenible, inclusivo y competitivo.

Es por esto que por medio de la adopción e implementación de esta guía se espera dar un paso importante para consolidar una comunidad digital activa y a su vez, el municipio pueda fortalecer las capacidades locales en comunicación y promoción logrando una mayor visibilidad y reconocimiento del territorio en las diferentes plataformas digitales.

En relación a lo anterior se debe aumentar significativamente las interacciones en redes sociales y plataformas digitales en las cuales se resalte la promoción del contenido turístico del municipio de Cocorná, a través de campañas de narrativa e identidad digital del municipio principalmente con enfoques de sostenibilidad ambiental y cultural.

A continuación, se detallan los principales resultados esperados.

Figura 4.

Resultados esperados en la implementación del marketing digital territorial.

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024

Resultados esperados



Fuente: elaboración propia.

Estos resultados están alineados con los principios del Plan de Desarrollo Turístico “Cocorná Dulce Aventura” y contribuyen a fortalecer el valor público del turismo como motor de desarrollo comunitario, cultural y ambientalmente responsable.

En la siguiente tabla se presenta una proyección estimada al 2027 con relación a cada uno de los resultados esperados.

Tabla 8.

Proyección de resultados estimada al 2027.

Resultado	Indicador	Meta 2027
Mayor visibilidad del destino	Alcance e interacciones en redes sociales	300%
Participación comunitaria	Número de actores locales vinculados	100 actores
Producción de contenido	Videos, piezas, relatos publicados	200 unidades
Mejora en experiencia del turista	Valoración positiva en encuestas y redes	4.5/5
Fortalecimiento institucional	Actores técnicos y comunitarios activos	5 alianzas sostenibles

Nota: la tabla muestra una proyección estimada en relación a los resultados esperados al 2027. Fuente: elaboración propia

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co
 Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín
 Código postal: 050012
 Línea conmutador PBX: 018000 423713
 Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713
 Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024



9 Conclusión

La implementación del Marketing Digital Territorial en Cocorná debe entenderse como una estrategia que va más allá de la promoción del municipio como destino turístico, es también una herramienta para la inclusión, la participación activa y la sostenibilidad de los procesos turísticos partiendo de la interrelación de la comunidad y los entes institucionales los cuales son determinantes para el correcto funcionamiento y apropiación de la misma.

Este modelo debe ser adaptable, replicable y sensible a las condiciones técnicas y sociales del municipio, con el compromiso de todos los actores por construir un destino que se comunica al mundo desde sus propias voces y saberes.

Es importante que desde la administración municipal se diseñe un mecanismo de seguimiento y evaluación que permita medir el impacto generado por el marketing digital analizando factores claves como participación, visibilidad y experiencia del turista, por cada uno de estos aspectos generar informes de resultados verificables y con propuestas y oportunidades de mejora.

10 Anexos

- ✓ Recursos metodológicos para la implementación del marketing digital en Cocorná

11 Referencias Bibliográficas

- Alcaldía de Cocorá. (1 de 06 de 2024). *Plan de Desarrollo 2024 - 2027, juntos por Cocorná*. Obtenido de Plan de Desarrollo 2024 - 2027, juntos por Cocorná: https://cocornaantioquia.micolombiadigital.gov.co/sites/cocornaantioquia/content/files/000963/48143_plan-desarrollo-municipal-cocorna-completo_compressed.pdf
- Antioquia, G. d. (2025). *Corregimientos de Antioquia*. Obtenido de Corregimientos de Antioquia: <https://corregimientos.antioquia.gov.co/cocorna/>
- Antioquia, Gobernación de. (14 de 03 de 2023). *ORDENANZA 2 DE 2023*. Obtenido de ORDENANZA 2 DE 2023: https://compilacionjuridica.antioquia.gov.co/compilacion/compilacion/docs/ORD_ASAMA_NT_0002_2023.htm
- Cocorná, A. d. (25 de 04 de 2024). *El Cañón del Río Santo Domingo tiene Mesa de Turismo*. Obtenido de El Cañón del Río Santo Domingo tiene Mesa de Turismo: <https://www.cocorna-antioquia.gov.co/noticias/el-canon-del-rio-santodomingo-tiene-mesa-de-turismo>
- Cocorna, A. d. (2024). *Plan de Desarrollo Y Sostenibilidad Turística*. Obtenido de Plan de Desarrollo Y Sostenibilidad Turística.
- Copymate. (27 de 02 de 204). *Marketing territorial – promoción de regiones como elemento de estrategias de desarrollo local*. Obtenido de Marketing territorial – promoción de regiones como elemento de estrategias de desarrollo local: <https://copymate.app/es/blog/multi/marketing-territorial-promocion-de-regiones-como-elemento-de-estrategias-de-desarrollo-local/>
- Función Pública - Gestor Normativo. (31 de 12 de 2020). *Ley General de Turismo*. Obtenido de Ley General de Turismo: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558>
- Función Pública - Gestor normativo. (19 de 05 de 2023). *LEY 2294 DE 2023*. Obtenido de LEY 2294 DE 2023: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510>
- Geon, R. (07 de 2015). *Qué es y cómo se desarrolla un plan de marketing territorial*. Obtenido de Qué es y cómo se desarrolla un plan de marketing territorial: https://www.researchgate.net/publication/336785421_Que_es_y_como_se_desarrolla_un_plan_de_marketing_territorial_-_Yessika_Caro_-_Emilian_Amilcar_-_Alix_Gomez
- Gobernación de Antioquia. (14 de 03 de 2023). *Ordenanza 2 de 2023 - Por medio de la cual se adopta la política pública de turismo sostenible para el departamento de Antioquia y se dictan otras disposiciones*. Obtenido de Ordenanza 2 de 2023 - Por medio de la cual se adopta la política pública de turismo sostenible para el departamento de Antioquia y se dictan otras disposiciones.: https://compilacionjuridica.antioquia.gov.co/compilacion/compilacion/docs/ORD_ASAMA_NT_0002_2023.htm
- Ministerio de comercio, i. y. (2025). *POLÍTICA DE TURISMO SOSTENIBLE: UNIDOS POR LA NATURALEZA*. Obtenido de POLÍTICA DE TURISMO SOSTENIBLE: UNIDOS POR LA NATURALEZA: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/politica-de-turismo-sostenible-9.aspx>
- Pública, F. (2016). *La importancia de generar valor público en las sociedades del siglo XXI*. Obtenido de La importancia de generar valor público en las sociedades del siglo XXI: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/red/publicaciones/la-importancia-de-generar-valor-publico-en-las-sociedades-del-siglo-xxi>

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co

Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín

Código postal: 050012

Línea conmutador PBX: 018000 423713

Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713

Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024



UNESCO. (30 de 04 de 2025). *Cultura, Proteger el patrimonio y fomentar la creatividad*. Obtenido de Cultura, Proteger el patrimonio y fomentar la creatividad:
<https://www.unesco.org/es/culture>

Dirección Territorial Antioquia

Correo Sede: ventanillaunica@esap.edu.co
Dirección: Calle 56 No 45-34 La Candelaria, Medellín
Código postal: 050012
Línea conmutador PBX: 018000 423713
Línea nacional gratuita PBX: 018000 423713
Código: EI-FO-028 / Versión: 1 / Fecha: 08/11/2024