



**LA DECISIÓN DE INVERTIR EN DESTINOS TURÍSTICOS
INFLUENCIA DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL
CASO: VILLA LA ANGOSTURA- PATAGONIA ARGENTINA**

RESUMEN: La política de incentivo de inversiones privadas en destinos turísticos constituye una herramienta fundamental que orienta su desarrollo. Es un factor de competitividad en la medida que garantice la sustentabilidad del destino en términos de viabilidad económica, social, ambiental y política; y depende de gran manera, de la estrategia comunicacional de se utilice para promocionarla.

La presente investigación indaga cómo es la estrategia de promoción de inversiones en Villa la Angostura por parte de las instituciones del gobierno y cómo es percibido por parte de quienes decidieron iniciar su negocio, profundizando en sus motivaciones, expectativas y la información requerida al momento de tomar la decisión. Conocer los factores clave de la estrategia comunicacional de atracción de inversores de Villa la Angostura que inciden significativamente en la decisión de invertir en el destino, permitirá generar políticas públicas más enfocadas a los objetivos de desarrollo locales, mejorando la competitividad de los destinos turísticos.

Palabras claves: ESTRATEGIA COMUNICACIONAL, PROMOCIÓN, INVERSIÓN PRIVADA, DECISIÓN, TURISMO.

**THE DECISION TO INVEST IN TOURIST DESTINATIONS
INFLUENCE OF THE COMMUNICATIONAL STRATEGY.
CASE: VILLA LA ANGOSTURA- PATAGONIA ARGENTINA**

ABSTRACT: The incentive policy for private investments in tourist destinations is a fundamental tool that guides their development. It is a factor of competitiveness as it guarantees the sustainability of the destination in terms of economic, social, environmental and political viability; and it depends in a great way on the communication strategy used to promote it.

The present investigation inquires how the investment promotion strategy in Villa la Angostura is carried out by government institutions and how it is perceived by those who decided to start their business, deepening in their motivations, expectations and the information required at the time of taking the decision. Knowing the key factors of the communication strategy of attraction of investors of Villa la Angostura that significantly affect the decision to invest in the destination, will allow generating public policies more focused on local development objectives, improving the competitiveness of tourist destinations.

Keywords: COMMUNICATION STRATEGY, PROMOTION, PRIVATE INVESTMENT, DECISION, TOURISM.