

Instituto de
Ciencias Sociales (INSOD)

Observatorio de Turismo

PINAMAR | VILLA GESELL | GRAL. MADARIAGA

UADE
UNIVERSIDAD ARGENTINA

**Plan de Desestacionalización del
Turismo de la costa bonaerense
Pinamar–Villa Gesell–General Madariaga**

INFORME DE AVANCE II

MARZO 2026

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	7
OCHO ARGUMENTOS PARA DESESTACIONALIZAR	8
Por qué es posible y necesario, desestacionalizar la costa bonaerense	8
Introducción: el problema y la apuesta	8
Los números que definen el punto de partida	8
Argumento I	9
El turista ya fidelizado es la base de la demanda futura	9
Argumento II	10
El corredor posee activos naturales estructuralmente desestacionalizadores	10
Argumento III	12
La saturación estival es una amenaza que convierte la desestacionalización en una necesidad de supervivencia	12
El argumento ambiental como límite y como oportunidad	13
Argumento IV	13
El patrimonio cultural es un motor de demanda independiente del clima	13
Una colección patrimonial única en la costa argentina	13
Los eventos culturales como prueba de factibilidad	14
La narrativa de Felicitas Guerrero: un producto cultural con alcance nacional	14
Argumento V General Madariaga habilita la fórmula "Mar + Campo" que ningún otro destino costero puede ofrecer	15
Una economía de complementos, no de sustitutos	15
Una producción local que se alinea con las tendencias más potentes	15
El enoturismo como ancla de temporada media	15
Argumento VI	16
La infraestructura ociosa es un activo latente de alto valor	16
Capacidad hotelera premium disponible	16
El teatro como sala de convenciones	16
La conectividad aérea: el diferenciador que no se aprovecha	17
Argumento VII	18
Las tendencias globales y de la nueva demanda convergen exactamente donde el corredor tiene más para ofrecer	18
El turista contemporáneo huye de la masificación	18
JOMO: el placer de no estar en todas partes	18
El bienestar como la industria de viajes de más rápido crecimiento	18
El teletrabajador y el nómada digital como segmento permanente	18
El turismo senior: el segmento más desestacionalizador del mercado	19
Argumento VIII	20
Existe una base institucional y de actores para la gobernanza que hace viable la	

implementación	20
Un ecosistema de actores comprometidos	20
Antecedentes de articulación regional preexistentes	20
La UADE como ancla académica del modelo	20
Los municipios ya han dado señales de alineación	20
La convergencia de los ocho argumentos	21
Conclusión: un argumento de fondo	22
Construyendo propuestas para desestacionalizar	23
Metodología	26
Metodología: Criterios de priorización de ejes estratégicos	26
Propuestas generales para los municipios de Pinamar, Villa Gesell y Madariaga	28
Mapa de proyectos	28
Gestión de datos turísticos	28
Implementación de programas de calidad turística	29
Desarrollo emprendedor	29
Articulación intermunicipal	32
Webapp integrada del corredor (Pinamar, Villa Gesell y Madariaga)	33
Ejes estratégicos seleccionados	38
EJE 1: TURISMO DE NATURALEZA	38
LÍNEAS DE ACCIÓN DEL EJE NATURALEZA	39
A. Desarrollo de senderos interpretativos	39
B. Programa de avistaje de aves y fauna autóctona e Interpretación Ambiental	39
C. Experiencias de turismo regenerativo y educación ambiental	47
D. Actividades náuticas de bajo impacto	48
E. Certificación de guías naturalistas	48
F. Marco legal	49
G. Formación en Turismo con la Naturaleza: construcción de experiencias, gestión y comercialización	49
H. Incubadora de emprendimientos de baja Inversión para el Turismo con la Naturaleza y Regenerativo	51
I. Laboratorio participativo de productos turísticos. Diseño del proceso de co-creación con emprendedores de turismo alternativo	52
Indicadores de Seguimiento y Evaluación	53
EJE 2: TURISMO CULTURAL	54
LÍNEAS DE ACCIÓN DEL EJE CULTURAL	54
A. Desarrollo de circuitos culturales interpretativos del corredor	54
A1. Ruta de los Fundadores (Pinamar – Ostende – Valeria del Mar – Cariló)	54
A2. Circuito Gaucho del Tuyú (General Madariaga)	57
Proyecto ejecutivo	58
A3. Caminos de Felicitas Guerrero	58
Recorrido tipo · etapas principales	59
A4. Ruta de la Memoria Geselina (Villa Gesell – Mar de las Pampas – Mar Azul)	63
A5. Ruta de la arquitectura moderna de Pinamar	65

B. Calendario anual coordinado de eventos culturales	66
C. Ruta de experiencias gastronómicas identitarias	66
C1. Concurso y Festival de la Empanada del Tuyú (Madariaga)	68
C2. Talleres de chocolate artesanal (Villa Gesell)	68
C3. Semana gastronómica del Bosque y el Mar (Pinamar)	69
D. Programa de capacitación en museos y espacios culturales	69
E. Cultura para las infancias	70
H. Innovación e interpretación cultural del patrimonio	72
I. Programa de visitas teatralizadas	74
J. Fortalecimiento de festivales culturales existentes	74
EJE 3 – TURISMO RURAL Y REGENERATIVO (integración con el eje cultural)	77
LÍNEAS DE ACCIÓN DEL EJE RURAL	78
A. Programa de incorporación de establecimientos rurales al turismo	78
B. Desarrollo de experiencias rurales en establecimientos productivos	78
Tarde de campo	79
Experiencia rural de día completo	79
Retiro rural	80
C. Rutas de producción local	80
D. Fortalecimiento del enoturismo	82
E. Experiencias gastronómicas del ámbito rural	82
F. Articulación con Mercado de la Estación y ferias	83
G. Desarrollo del circuito rural productivo del Tuyú	83
H. Programa de turismo educativo rural	84
EJE 4: TURISMO DE BIENESTAR	86
LÍNEAS DE ACCIÓN DEL EJE BIENESTAR	87
A. Desarrollo de retiros de yoga, meditación y mindfulness	87
B. Fortalecimiento de spas y centros de bienestar	89
Experiencias a promover:	90
C. Experiencias en la naturaleza (forest bathing, caminatas conscientes)	90
D. Paquetes de desconexión digital	91
E. Integración del Parque Termal de Villa Gesell	93
F. Bienestar deportivo en entornos naturales	94
Tipologías de experiencias a promover:	94
EJE 5: TURISMO MICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos)	96
LÍNEAS DE ACCIÓN DEL EJE MICE	97
A. Creación de un Bureau Regional MICE	97
B. Desarrollo de sedes y capacidad para eventos	98
C. Programa de incentivos fiscales para eventos en temporada baja	100
D. Capacitación a prestadores en protocolo MICE	101
E. Articulación con asociaciones profesionales y empresas	103
F. Relevamiento de la oferta MICE	104
G. Campaña de marketing y posicionamiento MICE	105
H. Observatorio regional de turismo MICE	106

I. Creación de Calendario Único Regional de Eventos Corporativos (CUREC)	107
J. Fondo de Captación de Eventos Estratégicos	108
K. Programa "Madariaga Open Air Meetings"	109
L. Programa de retiros de bienestar corporativo	110
M. Programa de trabajo remoto temporal (Working / Coworking MICE)	111
EJE 6: GOBERNANZA Y ARTICULACIÓN	113
Estructura de Gestión	113
A. CALENDARIO ANUAL INTEGRADO	117
B. SISTEMA DE INFORMACIÓN COMPARTIDO	119
C. MARCA REGIÓN	120
D. FONDO COMÚN DE PROMOCIÓN	120
EJE 7: DEPORTE	123
A. DESARROLLO DE CIRCUITOS DEPORTIVOS PERMANENTES	123
B. APROVECHAMIENTO DE LAS CANCHAS DE GOLF EN PINAMAR	128
C. BÁSQUET FORMATIVO Y COMPETITIVO	128
D. Natación: aguas abiertas	129
Bibliografía	130

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 01: Plataforma Rutas del Tuyú 365	34
Imagen 02: Plataforma Rutas del Tuyú 365 (2)	35
Imagen 03: Plataforma Rutas del Tuyú 365 (3)	35
Imagen 04: Plataforma Rutas del Tuyú 365 (4)	36
Imagen 05: Reservas naturales zona Sudeste Provincia de Buenos Aires	39
Imagen 06: Sitio AICA Reserva Natural Provincial Laguna Salada Grande	40
Imagen 07: Paisaje Protegido Parque Cariló	41
Imagen 08: Sitio AICA Estancia Medaland	41
Imagen 09: Sitio RHRAP Estancia Medaland	42
Imagen 10: Sitio RHRAP Estancia Medaland (2)	43
Imagen 11: Reserva Natural Municipal Faro Querandí	45
Imagen 12: Reserva Natural Municipal Faro Querandí (2)	45
Imagen 13: Localización de reservas en la zona de análisis del informe	46
Imagen 14: Circuito Pinamar	55
Imagen 15: Circuito Ostend	55
Imagen 16: Circuito Cariló	55
Imagen 17: Circuito Gra. Madariaga	56
Imagen 18: Circuito Juancho	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Indicadores clave del diagnóstico	9
Tabla 02: Indicadores clave del diagnóstico (2)	10
Tabla 03: Matriz de estacionalidad de los recursos naturales del corredor	12
Tabla 04: Matriz de eventos en temporada baja	14
Tabla 05: Análisis del potencial del destino Gral. Madariaga	16
Tabla 06: Análisis de la infraestructura disponible para potenciar la temporada baja	17
Tabla 07: Análisis de tendencias	19
Tabla 08: Indicadores de factibilidad institucional relevados en el diagnóstico	21
Tabla 09: Resumen de los 8 argumentos para desestacionalizar	22
Tabla 10: Objetivos y metas a corto y mediano plazo	26
Tabla 11: Criterios de priorización de los ejes estratégicos	27
Tabla 12:: Indicadores de seguimiento y evaluación	52
Tabla 13: Circuito territorial	59
Tabla 14: Propuesta de valor diferencial	62
Tabla 15: Etapas del recorrido - Memoria Geselina	63
Tabla 16: Análisis de segmentos	64
Tabla 17: Nodos del corredor	66
Tabla 18: Tipos de experiencias - Matriz de acciones	66
Tabla 19: Calendario de experiencias - Estacionalidad	66

INTRODUCCIÓN

El presente informe corresponde a la Etapa Propositiva del Plan de Desestacionalización del Turismo de la Costa Bonaerense, elaborado para el corredor Pinamar–Villa Gesell–General Madariaga. Constituye el segundo informe de avance del proceso de planificación, cuya primera etapa —la fase diagnóstica— permitió caracterizar en profundidad el territorio, su oferta turística, su demanda y su ecosistema de actores.

La Etapa Propositiva tiene como propósito central traducir las conclusiones del diagnóstico en un conjunto articulado de propuestas estratégicas, ejes de intervención y líneas de acción concretas, orientadas a distribuir los flujos turísticos a lo largo de los doce meses del año. El informe avanza desde la fundamentación hacia la operacionalización: primero se presenta el marco argumentativo que justifica la factibilidad de la desestacionalización; luego se desarrollan las propuestas generales para el conjunto del corredor; y finalmente se detallan los siete ejes estratégicos seleccionados, con sus respectivas líneas de acción, indicadores de seguimiento y actores responsables.

El corredor enfrenta una paradoja que este Plan se propone resolver: posee recursos, actores e identidades suficientemente diferenciadas para funcionar como destino de doce meses, pero opera como destino de dos. Superar esa paradoja no exige inventar un territorio nuevo: exige articular lo que ya existe, comunicarlo con precisión y gobernarlo con voluntad. Ese es el mandato central de la Etapa Propositiva.

Este documento ha sido elaborado a partir de la información relevada en la fase de diagnóstico, las reuniones de trabajo con los equipos técnicos de los tres municipios y el análisis de tendencias del mercado turístico nacional e internacional. Las propuestas aquí presentadas son el resultado de un proceso técnico que busca ser viable, concreto y orientado a resultados verificables.

Nota metodológica sobre la lectura del informe

Cada eje estratégico incluye: (a) fundamentación y ventajas competitivas del corredor en ese segmento; (b) líneas de acción con descripción, actividades específicas, plazos y actores responsables; y (c) una tabla de indicadores de seguimiento con metas a 2027 y 2029. Las propuestas generales —gestión de datos, calidad turística, desarrollo emprendedor y articulación intermunicipal— aplican de manera transversal a todos los ejes.

OCHO ARGUMENTOS PARA DESESTACIONALIZAR

Por qué es posible y necesario, desestacionalizar la costa bonaerense

"Desestacionalizar no significa forzar el turismo en meses que no le pertenecen. Significa descubrir que el corredor siempre tuvo doce razones para ser visitado, pero solo publicó una."

Introducción: el problema y la apuesta

El corredor Pinamar–Villa Gesell–General Madariaga enfrenta una paradoja singular: es uno de los destinos turísticos más visitados de la Argentina y, al mismo tiempo, funciona como un destino a tiempo parcial. Durante enero y febrero, sus playas, calles y servicios colapsan. Durante los otros diez meses, gran parte de su infraestructura hiberna, sus trabajadores emigran o se reconvierten, y su economía opera a una fracción de su capacidad.

Este documento no parte del supuesto de que la desestacionalización es deseable en abstracto. Parte de una pregunta más precisa y más urgente: dado lo que el diagnóstico reveló sobre este territorio, sus recursos, sus actores y su demanda, ¿existen condiciones reales y verificables para que el corredor genere motivos genuinos de visita durante los 12 meses del año? La respuesta es sí. Y la evidencia es múltiple, convergente y sólida.

Esta fundamentación organiza esa evidencia en ocho argumentos que, leídos en conjunto, configuran una tesis clara: el corredor no necesita inventar nada extraordinario para desestacionalizar. Necesita articular lo que ya tiene, dirigirlo a los segmentos adecuados, y gobernarlo con una estructura que hoy no existe pero que es perfectamente factible de construir.

Los números que definen el punto de partida

Antes de desarrollar los argumentos, es necesario fijar el piso empírico sobre el que se asienta toda la argumentación. Los siguientes datos emergen directamente del diagnóstico:

<p>+ del 70% de la visitación anual <i>se concentra en enero y febrero</i></p>	<p>+ del 30% de ocupación promedio en los meses de marzo a noviembre</p>
<p>97% intención de retorno <i>de turistas en Pinamar (2022-2025)</i></p>	<p>91% de ocupación en feb. 2023 con caída al 51% en marzo</p>
<p>5.757 ha. Reserva Faro Querandí Activo natural subutilizado, sitio AICA (Áreas importantes para la conservación de las aves)</p>	<p>720 Butacas, Teatro de Villa Gesell disponibles 9 meses al año para eventos</p>

Tabla 01: Indicadores clave del diagnóstico

Fuente: elaboración propia en base a diagnóstico

Argumento I

El turista ya fidelizado es la base de la demanda futura

El primer argumento a favor de la factibilidad no viene de la oferta sino de algo mucho más valioso: la lealtad excepcional de la demanda existente. Los estudios de demanda turística de Pinamar realizados por UADE entre 2022 y 2025 revelan un dato que pocas veces se encuentra en el turismo argentino: la intención de retorno al destino supera el 97% en todos los años relevados, alcanzando un extraordinario 99% en 2023. Se trata de uno de los índices de fidelización más altos del turismo nacional.

"La serie histórica revela que Pinamar mantiene un perfil de visitante muy estable, predominantemente familiar, procedente del AMBA, que busca descanso y contacto con la naturaleza. La fidelización es extremadamente alta, sustentada en una percepción positiva de seguridad y hospitalidad."
Informe de Avance I, 2025

Este dato tiene una implicancia estratégica que suele subestimarse: un turista que vuelve todos los veranos ya conoce el destino, ya lo ama, ya confía en él. No necesita ser convencido de su calidad. **Solo necesita un motivo específico para volver en otra época.** El costo de conversión es radicalmente más bajo que el de captar un turista nuevo.

Si el corredor logra que incluso el 15% de sus turistas fieles repita la visita en una época diferente del año, la demanda en temporada baja se multiplicaría de manera significativa sin necesidad de abrir nuevos mercados. La base está.

El trabajo es darle una razón adicional para volver.

Adicionalmente, el diagnóstico confirma que el turista de temporada baja ya existente tiene un perfil valioso: es de nivel socioeconómico medio-alto, busca experiencias más que precio bajo, valora la tranquilidad y la autenticidad, y está dispuesto a pagar por calidad.

No es un turista que hay que atraer bajando tarifas: **es un turista que hay que cautivar subiendo la propuesta de valor.**

Es necesario aclarar que en los tres destinos existen diversos "subdestinos" que atraen públicos diversos, de distintos segmentos socioeconómicos. El desarrollo particular de cada uno de ellos, podría significar mayor tracción de turistas, en la diversidad de capacidad de gasto y en la direccionalidad del gasto turístico.

Lo que el diagnóstico confirma sobre el turista de temporada baja
Perfil: parejas (38-44%) y familias (41-45%). Procedencia: 70-80% del AMBA.
Motivaciones en baja temporada: tranquilidad, naturaleza, eventos temáticos. No busca sol y playa exclusivamente.
El turista de baja temporada es de perfil socioeconómico medio-alto, buscando experiencia, no precios bajos. (Informe de Avance I)
Alta satisfacción con seguridad (77-91%) y hospitalidad (84-94%). Percepción de calidad ya construida.

Tabla 02: Indicadores clave del diagnóstico (2)

Fuente: elaboración propia en base a diagnóstico

Argumento II

El corredor posee activos naturales estructuralmente desestacionalizadores

No todos los recursos turísticos son iguales frente al fenómeno de la estacionalidad. Algunos son profundamente dependientes del clima veraniego (temperatura del mar, playas concurridas, noche activa). Otros son, por su propia naturaleza, indiferentes a la estación o incluso mejoran en temporada baja. El corredor posee una abundancia notable de estos segundos.

La Reserva Natural Faro Querandí: un activo global subutilizado

Con 5.757 hectáreas y estatus de sitio AICA (Área Importante para la Conservación de Aves según BirdLife International), la Reserva Faro Querandí es el activo natural de mayor potencial desestacionalizador del corredor. Las

aves migratorias no siguen el calendario turístico argentino: el otoño y la primavera son las estaciones de mayor actividad ornitológica.

El birdwatching es un segmento de turismo con características muy particulares: alta disposición al gasto, viajeros que recorren miles de kilómetros por un avistaje específico, y una comunidad global activa en plataformas como eBird con millones de registros. Un sitio AICA en la costa bonaerense, a tres horas de AMBA, es una oportunidad de inserción en circuitos internacionales que hoy no se está aprovechando en absoluto.

Las lagunas de Madariaga: ecosistema de cuatro estaciones

Las lagunas de Madariaga (Salada Grande, Los Horcones, La Larga, El Carbón) son sitios donde también convergen aves migratorias en otoño. La Laguna Los Horcones, en particular, es conocida por la presencia de flamencos y cisnes de cuello negro, especies con enorme atractivo visual para visitantes no especializados.

La pesca deportiva de pejerrey en estas lagunas es una actividad que funciona durante todo el año y que atrae un segmento específico (pescadores deportivos) con motivación autónoma de viaje. El diagnóstico identificó al Club de Pescadores San Nicolás y al Club de Pesca y Náutica de Laguna Salada Grande como actores clave con alta influencia y alto interés en el desarrollo turístico.

Los bosques de pino: recurso terapéutico en todas las estaciones

Los bosques de Cariló, Mar de las Pampas y el Pinar del Norte de Villa Gesell son, en temporada baja, espacios de mayor valor experiencial que en verano. Sin el calor, el ruido y la densidad de enero, el bosque en otoño-invierno ofrece algo que los destinos urbanos no pueden dar: silencio, frescura, aromas de pino y una intimidad con la naturaleza que la superpoblación estival destruye.

La práctica del shinrin-yoku (baño de bosque), originada en Japón y validada científicamente como reductora de cortisol y mejoradora de la función inmune, está en pleno auge global. Los bosques de coníferas producen fitoncidas, compuestos aromáticos con propiedades terapéuticas documentadas.

El corredor tiene exactamente el recurso que este segmento en crecimiento busca, y tiene más disponible en invierno que en verano.

Matriz de estacionalidad de los recursos naturales del corredor

Reserva Faro Querandí – birdwatching: Óptima en otoño y primavera (migración de aves). Funciona todo el año.

Lagunas de Madariaga – avistaje y pesca: Todo el año. Mejor en otoño por la temperatura y los niveles de agua.

Bosques de pino (Cariló, Mar de las Pampas, Pinar del Norte): Funcionan todo el año. Experiencia de bosque es MEJOR en baja temporada: menor densidad, mayor silencio, aromas más intensos.

Médanos de Pinamar Norte: Todo el año. La luz de otoño-invierno es preferida por fotógrafos. Sin calor extremo.

Playas tranquilas (Mar Azul, sector Norte): Viables en primavera y otoño para caminatas, yoga, meditación. Diferentes a la playa de verano pero valiosas.

Tabla 03: Matriz de estacionalidad de los recursos naturales del corredor

Fuente: elaboración propia en base a diagnóstico

Argumento III

La saturación estival es una amenaza que convierte la desestacionalización en una necesidad de supervivencia

Existe una tendencia a enmarcar la desestacionalización exclusivamente como una oportunidad económica de temporada baja. Es también eso. Pero el diagnóstico revela que la hiperconcentración estival se ha convertido en una amenaza al modelo turístico mismo del corredor, lo que transforma la desestacionalización de una aspiración en una necesidad de supervivencia del destino.

La saturación ya genera rechazo documentado

El análisis de escucha activa en redes sociales y foros de viajes realizado en el diagnóstico es revelador. Los turistas de temporada alta describen el corredor con términos que no son elogios: "imposible transitar", "tráfico eterno", "playas abarrotadas", "cola para todo", "no se consigue lugar en la playa", "ruido constante". En temporada media: "había mucha más gente de la que esperaba", "los precios ya eran altos y encima lleno".

Esta saturación no solo afecta la experiencia del visitante: erosiona la propuesta de valor que hizo famoso al destino. Si la tranquilidad, la naturaleza accesible y la hospitalidad son los atributos que generan una intención de retorno del 97%, la saturación estival es la principal amenaza a esos atributos.

El colapso de la relación calidad-precio en el servicio central

Uno de los datos más llamativos del diagnóstico de Pinamar es la caída drástica en la satisfacción con los servicios de balneario: de 94% en 2023 a apenas 45-50% en 2025. Este servicio es, conceptualmente, el producto central del destino. Una caída tan pronunciada en tan poco tiempo sugiere que la saturación está degradando la experiencia en el núcleo mismo del modelo.

La paradoja de la exclusividad perdida

El turismo de los sectores premium del corredor (Cariló, Mar de las Pampas, Las Gaviotas, Mar Azul) se basa en la percepción de exclusividad, calma y contacto con la naturaleza. Con ocupaciones de 84-99% en verano en esas localidades, la exclusividad que justifica las tarifas premium desaparece. El producto se degrada en el momento de mayor demanda. **Solo la temporada baja puede ofrecer lo que esos turistas realmente pagan: un bosque sin multitudes, una playa sin ruido, un restaurante sin espera**

"Al distribuir la presión turística entre más épocas del año, se reduce el impacto ambiental en las zonas costeras, que están bajo una gran carga: erosión, sobrecarga de acuíferos, degradación de ecosistemas dunales."

Informe de Avance I, 2025

El argumento ambiental como límite y como oportunidad

La Reserva Faro Querandí, los médanos dunales y los ecosistemas litorales del corredor son recursos frágiles que están siendo sometidos a presión estival creciente. La capacidad de carga de estos ecosistemas es finita.

Una estrategia de desestacionalización es, al mismo tiempo, una estrategia de gestión ambiental: distribuir los flujos en el tiempo reduce la presión sobre ecosistemas sensibles y los hace más resilientes, preservando los activos naturales que son el fundamento de toda la propuesta turística.

Argumento IV

El patrimonio cultural es un motor de demanda independiente del clima

Si los activos naturales ofrecen una lógica temporal diferente a la estival, el patrimonio cultural del corredor ofrece algo aún más radical: una propuesta turística que no tiene ninguna relación con la temperatura del agua. La cultura no tiene temporada.

Una colección patrimonial única en la costa argentina

Pinamar es la única ciudad balnearia de Argentina con un acervo de arquitectura moderna documentada de la segunda mitad del siglo XX: casas de Clorindo Testa, el Hotel Playas de los años 40, el Viejo Hotel Ostende, la Casa Capotesta, la Casa La Tumbona.

El diagnóstico confirma que aproximadamente el 75% de los atractivos relevados en Pinamar son de naturaleza cultural e histórica, no natural. La ciudad tiene más que mostrar en materia de historia y arquitectura que en materia de naturaleza.

Villa Gesell construyó una narrativa fundacional extraordinaria: un hombre que plantó un bosque sobre los médanos como acto de voluntad casi literaria. La historia de Carlos Gesell, el Museo de los Pioneros, el Pinar del Norte como legado viviente de esa forestación: son relatos que funcionan con igual fuerza en julio que en enero.

General Madariaga es la única ciudad del corredor con una identidad gauchesca consolidada, eventos nacionales de primer nivel (Fiesta Nacional del Gaucho), patrimonio ferroviario y una producción local que conecta directamente con las tendencias de turismo de proximidad y gastronomía de origen. Su dimensión cultural es incomparable con cualquier otro destino costero.

Los eventos culturales como prueba de factibilidad

El diagnóstico no solo identifica potencial: documenta casos de factibilidad comprobada. Eventos culturales ya existentes en temporada baja generan flujos turísticos significativos:

Evento de temporada baja	Evidencia de factibilidad
Choco Gesell (agosto)	Ocupación de 61% en Villa Gesell. Evento gastronómico de temporada baja que atrae visitantes del AMBA específicamente por el evento.
Pascuas en el Bosque	Ocupación del 81% en 2024. Demuestra que fines de semana largos con propuesta clara generan demanda comparable al verano.
Invierno Medieval (julio)	Evento cultural diferenciado que genera ocupación estable en invierno, aunque con volatilidad (31%-52%).
Fiesta Nacional del Gaucho (diciembre)	Alta tracción regional y nacional. Atractivo suficiente para generar viajes desde AMBA específicamente para el evento.
Fiesta del Talar (octubre-noviembre)	Alta convocatoria en primavera, período de baja turística costera. Prueba de demanda latente fuera de temporada.
Encuentros Corales (octubre)	Nicho específico de alta fidelización. Turistas que viajan por el evento, no por el clima.

Tabla 04: Matriz de eventos en temporada baja

Fuente: elaboración propia en base a diagnóstico

Estos datos son de enorme relevancia: no solo prueban que la demanda fuera de temporada existe, sino que responde de manera predecible a propuestas específicas. El corredor ya tiene prueba de concepto. La pregunta ya no es "¿puede funcionar el turismo en temporada baja?" sino "¿cuántos eventos ancla necesitamos para mantener flujos estables todo el año?"

La narrativa de Felicitas Guerrero: un producto cultural con alcance nacional

La historia de Felicitas Guerrero y su vínculo con el territorio del Tuyú ofrece una oportunidad singular de articulación entre el corredor y circuitos culturales de Buenos Aires (Basílica Santa Felicitas, Parque Lezama, Palermo histórico). Es una narrativa que conecta la memoria porteña con el paisaje pampeano y que funciona como producto turístico en cualquier mes del año. No hay ningún otro destino costero argentino con una conexión histórica tan directa con la élite cultural del siglo XIX rioplatense.

Argumento V General Madariaga habilita la fórmula "Mar + Campo" que ningún otro destino costero puede ofrecer

El tercer municipio del corredor es, paradójicamente, el menos conocido turísticamente y el que contiene la clave de diferenciación más poderosa. General Madariaga no compite con Pinamar ni con Villa Gesell: los complementa de una manera que ningún otro destino costero argentino puede replicar.

Una economía de complementos, no de sustitutos

El visitante que pasa cinco días en Pinamar en otoño ya conoce la playa, ya caminó por el bosque, ya comió en los restaurantes del centro. **¿Qué razón tiene para quedarse un día más? Exactamente la que Madariaga puede darle: campo, tradición, producción artesanal, bodega, lagunas, identidad gaucha.** No es el mismo viaje ampliado: es un viaje diferente que se puede hacer desde la misma base de alojamiento.

Esta complementariedad es el núcleo de la estrategia de desestacionalización para el segmento de turismo cultural y gastronómico. El corredor puede ofrecer en un mismo fin de semana largo lo que normalmente requeriría dos viajes a destinos distintos: playa y bosque el sábado, campo y bodega el domingo.

Una producción local que se alinea con las tendencias más potentes

El diagnóstico identificó en Madariaga una producción local inusualmente diversificada para un municipio de su escala: vino (Bodega Gamboa, Antiguo Legado), kiwi (Paraje Macedo), aceite de oliva alto oleico, miel, chacinados artesanales. Esta producción se alinea directamente con dos tendencias de consumo de enorme crecimiento:

- Turismo gastronómico de origen: viajes motivados por el consumo de productos y experiencias culinarias en su lugar de producción. El Mercado de la Estación, con feria de productores los sábados, es ya un embrión de este producto.
- Consumo responsable y proximidad: creciente demanda de alimentos locales, artesanales y de conocido origen. Los turistas de AMBA que buscan "lo genuino" encontrarán en Macedo una experiencia de autenticidad que ningún shopping ni mercado urbano puede replicar.

El enoturismo como ancla de temporada media

La Bodega Gamboa y el emprendimiento Antiguo Legado en Paraje Macedo son los únicos productores vitivinícolas de la costa bonaerense. Esto les otorga una singularidad que es, en sí misma, un atractivo turístico. La vendimia ocurre en otoño: el período de mayor crisis de ocupación del corredor.

Un "Circuito de la Vendimia del Tuyú" que combine visita a la bodega, degustación, almuerzo criollo y alojamiento en Pinamar o Villa Gesell es un

producto turístico de temporada baja que no existe en ningún otro destino costero de Argentina.

El potencial de Madariaga como diferenciador estratégico del corredor
Única bodega vitivinícola de la costa bonaerense: diferenciación irreplicable.
Única ciudad costera con Fiesta Nacional Gauchesca: atractivo de alcance nacional.
Sistema lagunar con avistaje de flamencos y cisnes: producto de naturaleza diferente al mar.
Patrimonio ferroviario (Estación Juancho): nicho de turismo de patrimonio industrial.
Producción diversificada (kiwi, oliva, miel): base para turismo gastronómico de origen.
Proximidad a Pinamar (45 minutos): excursión de día completo desde cualquier alojamiento costero.

Tabla 05: Análisis del potencial del destino Gral. Madariaga

Fuente: elaboración propia en base a diagnóstico

Argumento VI

La infraestructura ociosa es un activo latente de alto valor

Uno de los argumentos más concretos y menos discutibles a favor de la factibilidad de la desestacionalización es la existencia de infraestructura de calidad que permanece inutilizada nueve meses al año. Esta infraestructura no requiere ser construida: solo necesita ser activada con propuestas específicas y una gestión coordinada.

Capacidad hotelera premium disponible

El corredor cuenta con siete hoteles de 4 y 5 estrellas en Pinamar, más el Intersur Hotel de Villa Gesell (con salón para 500 personas), múltiples establecimientos boutique en Cariló y Mar de las Pampas, y el Howard Johnson de Madariaga con centro de convenciones. Esta infraestructura, diseñada para soportar la demanda estival, opera en mínimos durante nueve meses al año.

En términos económicos, esto implica que los costos fijos de estos establecimientos se cubren fundamentalmente en dos meses. Cada visitante adicional en temporada baja es una contribución casi pura al margen operativo. Los incentivos del sector privado hotelero para participar activamente en la desestacionalización están, por tanto, intrínsecamente alineados con el objetivo del plan.

El teatro como sala de convenciones

El Teatro Municipal de Villa Gesell tiene 720 butacas y el Teatro Cultura de la Torre de Pinamar, 400. Ambos son instalaciones de calidad que en temporada

baja están disponibles para congresos, jornadas profesionales y eventos corporativos. Comparadas con los costos de salas equivalentes en Buenos Aires, estas instalaciones ofrecen una relación calidad-precio extraordinaria. El segmento MICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos) programa deliberadamente fuera de temporada alta: la disponibilidad y las tarifas del corredor son exactamente lo que este segmento busca.

La conectividad aérea: el diferenciador que no se aprovecha

Villa Gesell es el único destino costero de la provincia de Buenos Aires con aeropuerto operativo y servicio regular de pasajeros (Humming Airways, con vuelos desde AMBA). Este activo es de enorme valor para el segmento MICE y para el turismo de bienestar premium: permite llegar al destino en 45 minutos en avión, eliminando la barrera psicológica de las 3 horas de auto que convierte una escapada de fin de semana en una decisión de planificación compleja.

En temporada baja, esta conectividad está subutilizada. Un programa que vincule la conectividad aérea con productos específicos de temporada baja (retiros de bienestar, eventos corporativos, escapadas de desconexión) podría transformar el aeropuerto en el primer eslabón de una cadena de valor desestacionalizadora.

Infraestructura disponible para activar fuera de temporada
7 hoteles 4–5 estrellas en Pinamar con salones: subutilizados 9 meses al año.
Teatro Municipal de Villa Gesell (720 butacas): disponible para congresos y eventos culturales.
Teatro Cultura de la Torre, Pinamar (400 butacas): idem.
Intersur Hotel Villa Gesell: salón para 500 personas. Único espacio de esa escala en la costa.
Howard Johnson Madariaga: único centro de convenciones formal del partido.
Aeropuerto de Villa Gesell: conectividad aérea con AMBA. Sin competencia en la costa bonaerense.
Spas en hoteles de Cariló y Mar de las Pampas: activos de bienestar que operan casi exclusivamente en verano.
Canchas de golf (Golf Link, Villa Gesell Golf Club): infraestructura deportiva de alta calidad disponible todo el año.

Tabla 06: Análisis de la infraestructura disponible para potenciar la temporada baja
Fuente: elaboración propia en base a diagnóstico

Argumento VII

Las tendencias globales y de la nueva demanda convergen exactamente donde el corredor tiene más para ofrecer

La factibilidad de la desestacionalización no depende solo de los activos del corredor: también depende de hacia dónde se mueve la demanda global y nacional. El diagnóstico realizó un análisis exhaustivo de tendencias que, leído junto con los recursos del territorio, produce una alineación estratégica notable.

El turista contemporáneo huye de la masificación

El informe Expedia 2025 describe el fenómeno de los "Detour Destinations": los viajeros, especialmente de las generaciones más jóvenes, evitan activamente los destinos masificados y buscan alternativas auténticas, menos concurridas y más únicas. El corredor en temporada baja es exactamente eso: la misma playa, el mismo bosque, la misma hospitalidad, pero sin la aglomeración que degrada la experiencia. Para este segmento, enero en Pinamar es el problema; mayo en Pinamar es la solución.

JOMO: el placer de no estar en todas partes

Frente al FOMO (Fear of Missing Out), el diagnóstico identificó una tendencia contrapuesta y en crecimiento: JOMO (Joy of Missing Out). Viajeros que buscan activamente la desconexión, la quietud y el disfrute sin presión de documentar ni compartir. El otoño-invierno del corredor, con sus playas vacías, sus bares tranquilos y sus bosques silenciosos, es la geografía perfecta para el turista JOMO. No es un problema de "poca animación": es exactamente el producto que este segmento demanda.

El bienestar como la industria de viajes de más rápido crecimiento

El sector del turismo de bienestar alcanzó 814.000 millones de dólares en 2023 y sigue creciendo por encima del turismo convencional. *El Informe Global Consumer Trends 2026 de Euromonitor confirma que los viajeros demuestran creciente interés en rituales de bienestar, prácticas de mindfulness y turismo terapéutico.* El corredor tiene los recursos físicos para este segmento: bosques terapéuticos, entornos silenciosos, aire marino, naturaleza accesible desde el AMBA. Solo le falta el marco experiencial y la comunicación dirigida.

El teletrabajador y el nómada digital como segmento permanente

Un fenómeno acelerado por la pandemia y consolidado en los últimos años es la emergencia del teletrabajador como perfil turístico permanente: personas que pueden trabajar desde cualquier lugar y que eligen sus lugares de residencia temporal por calidad de vida, no por proximidad a la oficina. El Plan Pinamar 2050 identifica específicamente el potencial de atraer a este segmento mediante infraestructura digital (smart city, conectividad) y calidad ambiental.

El corredor en temporada baja ofrece exactamente lo que este segmento busca: alquileres accesibles, calidad ambiental alta, comunidad local activa, cercanía a Buenos Aires para reuniones presenciales esporádicas. Un

teletrabajador que elige Pinamar o Villa Gesell por un mes en otoño genera impacto económico en alojamiento, gastronomía y servicios locales comparable al de varios turistas de fin de semana.

El turismo senior: el segmento más desestacionalizador del mercado

Existe un segmento que rara vez se menciona en los planes turísticos de destinos balnearios y que representa el mayor potencial desestacionalizador de todos: el turismo de personas mayores. Los adultos de más de 60 años no tienen vacaciones escolares que los atene a enero y febrero. Tienen tiempo, tienen ingresos (jubilaciones, rentas), valoran la tranquilidad y la salud, y no les interesa la densidad de turistas. Son el perfil perfecto para la temporada baja del corredor. Programas de turismo senior con descuentos en alojamiento, actividades de bienestar, excursiones culturales y gastronomía regional podrían generar una demanda estable en los meses de menor actividad.

Tendencia global	Oportunidad específica en el corredor
Detour Destinations (Expedia 2025)	El corredor en baja temporada: mismo destino, sin masificación. Exactamente lo que el teletraveller busca.
JOMO (Joy of Missing Out)	Playas vacías, bosques silenciosos, bares tranquilos. El corredor fuera de temporada es el producto JOMO por definición.
Turismo de Bienestar (\$814B globales)	Bosques de pino, entornos naturales, spas subutilizados, proyecto del Parque Termal de Villa Gesell.
Teletrabajo y nómades digitales	Cercanía a AMBA, calidad ambiental, alquileres accesibles fuera de temporada, conectividad aérea.
Turismo senior	Sin restricción de calendario escolar. Busca tranquilidad, salud y cultura. La baja temporada es ideal.
Set Jetting y contenido digital	Arquitectura moderna de Pinamar, paisajes de médanos y bosque: alto potencial visual para TikTok e Instagram fuera de temporada.

Tabla 07: Análisis de tendencias

Fuente: elaboración propia en base a diagnóstico

Argumento VIII

Existe una base institucional y de actores para la gobernanza que hace viable la implementación

La desestacionalización requiere coordinación. Y la coordinación requiere actores dispuestos, con capacidad técnica y con mecanismos institucionales que los articulen. El diagnóstico revela que esta base, aunque fragmentada, existe en el corredor.

Un ecosistema de actores comprometidos

En General Madariaga, el diagnóstico identificó 111 actores clave con mapeo detallado de influencia e interés. **Los actores con mayor influencia y capacidad de veto (municipio, asociaciones de fiestas, clubes de pesca, bodegas, hoteles) muestran alto compromiso con el plan de desestacionalización.** En Villa Gesell, la Unión de Comercio, Industria y Turismo (UCIT), la AHRCA y las asociaciones hoteleras son actores altamente comprometidos. En Pinamar, la inclusión de UADE como actor veto en el mapeo es un hallazgo positivo que indica reconocimiento institucional del rol técnico-académico.

Antecedentes de articulación regional preexistentes

El diagnóstico documentó que ya existen antecedentes de trabajo conjunto entre los tres municipios: el Plan Estratégico Regional "Tuyú Mar y Campo", el Consorcio Regional y el Consejo Regional son estructuras que han existido en el pasado y que, aunque inactivas, demuestran que la voluntad política de cooperar ya se ha materializado históricamente. No se parte de cero.

La base institucional y la hoja de ruta ya existen. Lo que falta es la voluntad política y empresarial para dar el salto y convertir la vieja idea de "un solo destino" en una realidad tangible. Esta afirmación del propio diagnóstico es, en sí misma, una afirmación de factibilidad: los obstáculos identificados son de voluntad y gestión, no de recursos o de imposibilidad técnica.

La UADE como ancla académica del modelo

La presencia de UADE Costa Argentina en el corredor, con formación en Turismo, Administración y Hotelería, y con un Hotel-Escuela como laboratorio práctico, es un activo institucional de primer orden. El convenio para el Observatorio Turístico del Corredor, con producción de estadísticas, encuestas y análisis de demanda, es ya una realidad. El corredor tiene capacidad técnica instalada para tomar decisiones basadas en evidencia y para evaluar el impacto de sus políticas.

Los municipios ya han dado señales de alineación

El hecho mismo de que este Plan de Desestacionalización exista, que los tres municipios hayan participado activamente en la Fase de Diagnóstico (incluyendo reuniones en la FIT 2025 y en las oficinas de turismo), y que exista un equipo técnico con mandato explícito de producir propuestas implementables, es en sí mismo una señal de factibilidad política. La voluntad está. La pregunta es la arquitectura que le dará forma y sostenibilidad.

Indicadores de factibilidad institucional relevados en el diagnóstico
111 actores identificados y mapeados en General Madariaga. Alta influencia y compromiso en actores clave.
UCIT, AHRCA y Asociación de Hoteles de Mar de las Pampas: actores veto de Villa Gesell comprometidos con el plan.
UADE Costa Argentina: actor veto en Pinamar con capacidad técnica y Observatorio Turístico ya operativo.
Antecedentes de articulación regional: Plan "Tuyú Mar y Campo", Consorcio Regional, propuestas de regionalización (Cambre, 2004+).
Participación activa de los tres municipios en la fase de diagnóstico: señal de voluntad política.
Conectividad aérea (Humming Airways) como actor privado con interés directo en la desestacionalización.

Tabla 08: Indicadores de factibilidad institucional relevados en el diagnóstico

Fuente: elaboración propia en base a diagnóstico

La convergencia de los ocho argumentos

Los ocho argumentos presentados en este documento son independientes entre sí: cada uno es, por sí solo, un argumento válido para la factibilidad. Pero su verdadero poder emerge cuando se los lee en conjunto, porque apuntan todos en la misma dirección y se refuerzan mutuamente

Argumento	Fundamento de factibilidad
Argumento I: Demanda fidelizada	Base de turistas con >97% de retención. Costo de conversión mínimo para motivar visitas adicionales.
Argumento II: Activos naturales desestacionalizadores	Reserva AICA, lagunas migratorias, bosques terapéuticos. Recursos que mejoran o equivalen en baja temporada.
Argumento III: Saturación estival como amenaza	La degradación de la experiencia de verano hace urgente la distribución de flujos. Sostenibilidad ambiental.
Argumento IV: Patrimonio cultural sin estacionalidad	Arquitectura, historia, eventos ya probados. El 75% de los atractivos de Pinamar son culturales, no climáticos.
Argumento V: Fórmula "Mar + Campo" exclusiva	Madariaga ofrece una complementariedad irrepetible en la costa argentina. Enoturismo, gauchesca, lagunas.

Argumento VI: Infraestructura ociosa como activo	Hoteles, teatros, aeropuerto, spas: listos para usarse, con incentivos alineados del sector privado.
Argumento VII: Tendencias globales convergentes	JOMO, bienestar, nómades digitales, turismo senior: los segmentos en crecimiento quieren lo que la baja temporada ofrece.
Argumento VIII: Base institucional existente	Actores comprometidos, antecedentes de cooperación, UADE como ancla técnica, voluntad política demostrada.

Tabla 09: Resumen de los 8 argumentos para desestacionalizar

Fuente: elaboración propia

"El corredor no necesita reinventarse. Necesita descubrirse en todas las estaciones. Los recursos, los actores y la demanda ya están. Lo que falta es la coordinación, la narrativa y la voluntad de mirar al territorio completo, no solo el verano."

Conclusión: un argumento de fondo

La desestacionalización no es una quimera académica ni una aspiración de planificadores desconectados de la realidad. En el corredor Pinamar–Villa Gesell–General Madariaga, es una estrategia cuya factibilidad está sustentada por evidencia empírica, por condiciones estructurales del territorio y por tendencias de demanda que se alinean con precisión notable con lo que el corredor tiene para ofrecer.

La pregunta que corresponde hacer, no es si la desestacionalización es posible. La pregunta correcta es: dados los ocho argumentos presentados, ¿qué justifica continuar con un modelo que concentra el 70% de la actividad en dos meses, degrada los recursos que generan esa actividad, y deja ociosa durante nueve meses una infraestructura de calidad que tardó décadas en construirse?

"El corredor no necesita reinventarse. Necesita descubrirse en todas las estaciones. Los recursos, los actores y la demanda ya están. Lo que falta es la coordinación, la narrativa y la voluntad de mirar al territorio completo, no solo el verano."

Desestacionalización turística en la Costa Bonaerense
PINAMAR | VILLA GESELL | GRAL. MADARIAGA

Diseño de Plan de mitigación de la estacionalidad turística

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales - INSOD

El Plan de Desestacionalización no propone crear un destino diferente. Propone revelar el destino que el corredor siempre fue pero que nunca supo, o nunca quiso, mostrar completo.

Pinamar sin turistas en mayo es uno de los entornos más hermosos de la costa argentina. Villa Gesell en invierno es un bosque de pinos junto al mar que pocas ciudades del mundo pueden igualar. General Madariaga en otoño es campo, producción local y tradición viva.

La desestacionalización es, en última instancia, un acto de justicia con el propio territorio: reconocer que sus valores no se agotan en dos meses y construir una propuesta que lo honre en toda su complejidad y su riqueza a lo largo de las cuatro estaciones.

Construyendo propuestas para desestacionalizar

Objetivo General de la etapa

Desarrollar una hoja de ruta estratégica para mitigar la estacionalidad turística en el corredor Pinamar–Villa Gesell–General Madariaga, mediante la diversificación de la oferta, la articulación público-privada y la construcción de productos turísticos diferenciados que incentiven la visita durante los 12 meses del año.

Objetivos Específicos

1. Distribuir la demanda turística a lo largo del año

Actualmente, más del 70% de la visitación se concentra en enero y febrero, generando saturación en infraestructura, servicios y recursos naturales, mientras que el resto del año presenta ocupaciones inferiores al 30%. Este objetivo busca equilibrar la distribución mensual de visitantes, reduciendo la presión estival y activando los períodos de marzo a diciembre.

Resultados esperados:

- Incrementar la ocupación hotelera en temporada baja (junio-agosto) del 25% actual al 40% en 2027
- Lograr que al menos el 35% de los visitantes anuales lleguen fuera de enero-febrero para 2029
- Generar flujos sostenidos en fines de semana largos y temporadas intermedias

Actores responsables: Secretarías de Turismo de los 3 municipios, cámaras hoteleras, prestadores de servicios

2. Diversificar la oferta turística

El modelo actual de "sol y playa" como único atractivo genera dependencia extrema del clima veraniego y del buen tiempo. Es necesario desarrollar productos complementarios que funcionen independientemente de la temperatura del mar y que apelen a motivaciones diversas: cultura, naturaleza, gastronomía, bienestar, deportes, reuniones.

Resultados esperados:

- Crear al menos 10 nuevas experiencias turísticas operativas en temporada baja (para ser operadas en forma privada, mixta con participación del estado, organizaciones, etc.)
- Lograr que el 60% de los visitantes declaren motivaciones distintas a "sol y playa" en 2029
- Posicionar al menos 3 productos turísticos diferenciados (naturaleza, cultura, bienestar) con reconocimiento regional

Actores responsables: Secretarías de Turismo, prestadores privados, ONGs ambientales, productores locales, UADE

3. Fortalecer la articulación intermunicipal

Los tres municipios han trabajado históricamente de manera independiente, compitiendo por el mismo mercado en lugar de complementarse. Este objetivo busca construir una identidad regional integrada que aproveche las ventajas comparativas de cada territorio: Pinamar (infraestructura, eventos, arquitectura), Villa Gesell (naturaleza, bosque, conectividad aérea) y General Madariaga (cultura gaucha, ruralidad, productos locales).

Resultados esperados:

- Conformar estructura de gobernanza intermunicipal operativa (Concejo + Mesa Técnica)
- Elaborar y ejecutar calendario anual coordinado de eventos
- Lanzar marca regional integrada reconocida
- Generar al menos 3 productos turísticos que articulen los 3 municipios

4. Profesionalizar la gestión turística

El diagnóstico evidenció heterogeneidad en la calidad de los servicios, escasa formación en idiomas, ausencia de protocolos estandarizados y falta de sistemas de información comparables entre municipios. La profesionalización es condición necesaria para elevar la competitividad y atraer segmentos de mayor gasto durante todo el año.

Resultados esperados:

- Capacitar prestadores turísticos en atención al cliente, calidad y hospitalidad
- Implementar sistema unificado de estadísticas turísticas en los 3 municipios
- Formar guías especializados en naturaleza, cultura y turismo rural

5. Generar condiciones habilitantes

Muchos prestadores desean operar fuera de temporada pero enfrentan barreras estructurales: costos fijos elevados, falta de demanda mínima, ausencia de conectividad, infraestructura deficiente. Este objetivo busca crear el ecosistema necesario para que la operación anual sea viable económicamente.

Resultados esperados:

- Lograr que el 70% de los comercios y servicios turísticos operen todo el año en 2029
- Implementar programa de incentivos fiscales para prestadores de temporada baja
- Desarrollar infraestructura de apoyo en 5 atractivos clave (señalética, accesos, servicios)

Objetivo	Meta 2027	Meta 2029
Distribución de la demanda	Incrementar ocupación hotelera en temporada baja (jun-ago) del 25% al 40%	Lograr que al menos el 35% de los visitantes anuales lleguen fuera de enero-febrero
Diversificación de la oferta	Crear al menos 10 nuevas experiencias turísticas operativas en temporada baja	Lograr que el 60% de los visitantes declaren motivaciones distintas a 'sol y playa'
Articulación intermunicipal	Estructura de gobernanza intermunicipal operativa (Consejo + Mesa Técnica)	Al menos 3 productos turísticos que articulen los 3

		municipios con demanda sostenida
Profesionalización	Sistema unificado de estadísticas turísticas activo; 100 prestadores capacitados en calidad	Guías especializados certificados en naturaleza, cultura y turismo rural
Condiciones habilitantes	70% de comercios y servicios turísticos con operación al menos 9 meses al año	Programa de incentivos fiscales para temporada baja aprobado y en ejecución

Tabla 10: Objetivos y metas a corto y mediano plazo

Metodología

Priorización de Ejes Estratégicos

Criterios de selección:

La priorización de ejes se realizó mediante análisis multicriterio que consideró:

- Potencial de desestacionalización: Capacidad del eje para generar demanda durante todo el año, especialmente en temporada baja.
- Recursos disponibles: Existencia de activos naturales, culturales o infraestructura que permitan desarrollar el eje sin inversiones prohibitivas.
- Tendencias de demanda: Alineación con comportamientos emergentes del turista contemporáneo (autenticidad, bienestar, naturaleza, experiencias).
- Complementariedad territorial: Posibilidad de articular los tres municipios aprovechando sus diferencias.
- Viabilidad de implementación: Factibilidad técnica, política y económica de concretar acciones en el corto y mediano plazo.

Metodología: Criterios de priorización de ejes estratégicos

La priorización de ejes se realizó mediante análisis multicriterio que consideró los siguientes factores:

- Potencial de desestacionalización: capacidad del eje para generar demanda durante todo el año, especialmente en temporada baja.
- Recursos disponibles: existencia de activos naturales, culturales o infraestructura que permitan desarrollar el eje sin inversiones prohibitivas.

- Tendencias de demanda: alineación con comportamientos emergentes del turista contemporáneo (autenticidad, bienestar, naturaleza, experiencias).
- Complementariedad territorial: posibilidad de articular los tres municipios aprovechando sus diferencias.
- Viabilidad de implementación: factibilidad técnica, política y económica de concretar acciones en el corto y mediano plazo.

Eje estratégico	Potencial desestacional	Recursos disponibles	Demanda emergente	Complement. territorial	Viabilidad
1. Turismo de Naturaleza	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★
2. Turismo Cultural	★★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★
3. Turismo Rural y Regenerativo	★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★
4. Turismo de Bienestar	★★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★
5. Turismo MICE	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★	★★★
6. Gobernanza y Articulación	★★★★★	★★★	★★★	★★★★★	★★★★
7. Turismo Deportivo	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★

Tabla 11: Criterios de priorización de los ejes estratégicos

Desestacionalización turística en la Costa Bonaerense

PINAMAR | VILLA GESELL | GRAL. MADARIAGA

Propuestas estratégicas

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales - INSOD

Propuestas generales para los municipios de Pinamar, Villa Gesell y Madariaga

Mapa de proyectos

[Ver mapa de proyectos](#)

Gestión de datos turísticos

Programa de captación, procesamiento y analítica de datos

La recolección, procesamiento y analítica de datos turísticos resulta de gran importancia y valor para la actividad, fundamentalmente ligado a la toma de decisiones estratégicas en base a los datos estadísticos. En tal sentido, se considera fundamental construir un abordaje sobre esta problemática adaptada a las posibilidades presupuestarias y operativas del destino.

Se recomienda, como primera instancia la generación de un espacio de sensibilización y capacitación a los distintos integrantes de la cadena de valor turístico con el objetivo de generar interés y valorización de la obtención de datos estadísticos para el planteamiento de estrategias diversas por parte de los actores del turismo. A su vez, el trabajo sobre el marco asociativo

pensando en un escenario donde el sector privado colabora con el sector público en la recolección de datos para luego contar con conclusiones que sirvan a todos los espacios del turismo.

En la actualidad cada organismo local cuenta con su metodología de captación y procesamiento de datos, en tal sentido sería de interés realizar un intercambio y transferencia de conocimiento al respecto. Luego, con el tiempo se podrá pensar en la creación de un Observatorio de datos turísticos capaz de generar información para la toma de decisiones

Indicador de seguimiento

Meta 2027: sistema unificado de estadísticas con datos mensuales de ocupación activa en los 3 municipios. Meta 2029: Observatorio Turístico del Corredor operativo con publicación de informes trimestrales.

Implementación de programas de calidad turística

Generar un programa local de calidad turística orientado a los prestadores de los tres destinos con el objetivo de fortalecer la cadena de valor turística y profesionalizar los servicios ofrecidos por las organizaciones, adaptado a la realidad local.

Podría tomarse como referencia los [programas de calidad turística](#) de los partidos de Villa Gesell y La Costa (provincia de Buenos Aires), los cuales fueron diseñados considerando las particularidades y la matriz microempresarial de los emprendedores del destino.

Al mismo tiempo, vincular al destino con programas de calidad turística desarrollados tanto por la Dirección de Normalización y Calidad Turística de la provincia como por la Subsecretaría de Turismo de la Nación, a través del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT).

Como se indicó en el informe diagnóstico, y considerando el perfil de destino emergente que tiene el municipio con una oferta turística aún en vías de profesionalizarse, sería recomendable trabajar con las herramientas iniciales del SACT, como es el caso de los Sellos y Directrices. Particularmente, se sugiere trabajar con los siguientes programas:

Desarrollo emprendedor

Generación de una incubadora de emprendimientos de baja inversión

Para estimular el fortalecimiento de la oferta turística mediante la incorporación de nuevos actores fundamentalmente ligados a emprendimientos relacionados con experiencias con la naturaleza, actividades recreativas con la naturaleza, visitas guiadas culturales, etc.

Se deberá evaluar la elaboración de un marco normativo que impulse el desarrollo emprendedor en el distrito.

Programa de capacitación para emprendedores turísticos

El Programa de Capacitación para Emprendedores Turísticos surge de la necesidad estratégica del corredor, de fortalecer la profesionalización del sector turístico, especialmente en el ámbito del alojamiento. El diagnóstico local ha evidenciado la importancia de brindar herramientas que permitan a los prestadores mejorar la calidad de sus servicios, adaptarse a las demandas actuales de los visitantes y generar experiencias turísticas competitivas.

Además, este programa busca consolidar un modelo de articulación público-privado en el que el área de Turismo municipal asuma un rol activo como facilitador y acompañante del sector privado. Esta sinergia busca potenciar el crecimiento económico del destino, mejorar su posicionamiento y garantizar la sostenibilidad del sector turístico.

Resulta clave, fomentar la profesionalización de los emprendedores turísticos locales con un enfoque inicial en los servicios de alojamiento, para garantizar estándares de calidad, competitividad y sostenibilidad.

Se desprenden algunos ejes temáticos que se consideran importantes:

- Gestión y Administración de Alojamientos Turísticos
- Atención al Cliente y Hospitalidad
- Calidad y Sostenibilidad en Alojamientos
- Marketing y Promoción de Alojamientos
- Innovación en Experiencias Turísticas

Es fundamental que en el trabajo colectivo entre los tres Organismos públicos de turismo, se articule con diversos organismos e instituciones para facilitar la implementación de estas capacitaciones. Esta articulación asegura la calidad y pertinencia de los contenidos ofrecidos, promoviendo el fortalecimiento del sector turístico local.

A continuación se nombran algunas posibles:

- FEHGRA (Federación Empresaria Hotelera Gastronómica)
- Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires
- Universidad Argentina de la Empresa (UADE)

Programa de alfabetización digital del ecosistema emprendedor

A partir de distintas problemáticas y necesidades surgidas en la etapa diagnóstica, en relación a los integrantes de la cadena de valor turística, se evidencia la necesidad de fortalecer a integrantes del sector en temáticas relacionadas con:

- Manejo de programas informáticos de gestión (Excel para principiantes, Excel avanzado, Word, etc.)
- Estrategias de comunicación y comercialización en redes sociales (Facebook, Instagram, Tick Tock, Whatsapp) orientada a aquellos que gestionan sus propias redes sociales para el uso comercial.
- Páginas web: Se recomienda la realización de una capacitación tendiente a analizar y reflexionar sobre la importancia de las páginas web como herramienta de comercialización y centralizador de las acciones en redes sociales. La intención es que los emprendedores posean los conocimientos básicos para orientar a aquellos técnicos que tomen a su cargo la realización de las mismas.
- Capacitación en fotografía para principiantes con la intención de orientar por un lado en el entrenamiento para la realización de fotografía mediante el uso de teléfonos móviles así como elementos básicos para obtención de fotografías de calidad, retoque fotográfico, etc.

Estas acciones se plantean con carácter de importancia alta la identificación de que gran parte de los emprendedores realizan y toman a su cargo estas actividades en la cotidianeidad del emprendimiento.

En el marco del trabajo colaborativo entre el sector público y privado, se propone la realización de talleres de co-creación de productos.

Buró de Desarrollo de Productos

Se propone constituir un espacio donde el sector público y el privado confluyan en la creación, diseño e implementación de productos turísticos. Bajo la conformación de proyectos ejecutivos, este Buró aportará el compromiso y la activación de la iniciativa privada, logrando que los prestadores turísticos se identifiquen con la oferta del destino.

Incluso se debería estudiar la posibilidad de constituir un "Buró de desarrollo de productos" donde el sector público y el privado confluyan en el trabajo de creación, diseño e implementación de dichos productos, con el objetivo de fortalecer la oferta de destino.

Bajo la conformación de proyectos ejecutivos en el fortalecimiento de la oferta se propone un Programa de experiencias con el objetivo de potenciar y unificar la construcción de la identidad local aportando la minimización de las

problemáticas relevadas. Dicho programa aportará el compromiso y activación de la iniciativa privada y lograr que los prestadores turísticos se identifiquen con la oferta del destino.

Articulación intermunicipal

"Corredor Costa del Tuyú: Mar, Bosque y Campo"

Esta propuesta de articulación para el Corredor Costa del Tuyú busca consolidar una gobernanza sólida entre Villa Gesell, Pinamar y General Madariaga, trascendiendo la gestión aislada para operar como una unidad estratégica de desestacionalización.

Para ello, se establece una estructura jerárquica de tres niveles:

- Consejo de Gestión para la conducción político-estratégica,
- Mesa Técnica operativa liderada por un Coordinador General encargado de ejecutar los proyectos
- Consejo Asesor que garantiza la participación activa del sector privado y la sociedad civil.

Este esquema permite que la toma de decisiones, la asignación de presupuestos tripartitos y la gestión de financiamiento externo cuenten con el respaldo técnico y la validación social necesarios para sostener el plan de acción más allá de los cambios de gestión, garantizando un equilibrio real en la distribución de recursos y oportunidades en la región.

El eje operativo del proyecto se fundamenta en la implementación de herramientas de coordinación efectivas, destacando la creación de un Calendario Anual Integrado y un Sistema de Información Compartido que actúan como el motor de inteligencia turística del corredor. Bajo la identidad de marca "Mar, Bosque y Campo", se pretende unificar la comunicación para posicionar un destino que ofrece experiencias todo el año, evitando la competencia interna mediante una rotación territorial de eventos ancla y temáticos.

Este trabajo de articulación se refuerza mediante una alianza estratégica con la UADE, integrando programas de pasantías aplicadas y capacitación continua, como así también generación de información y/o investigaciones. A través de este vínculo, se busca generar conocimiento especializado en áreas como el turismo MICE, deportivo y el desarrollo rural, fortaleciendo el capital humano de los tres municipios.

Marca regional "Costa del Tuyú: Mar, Bosque y Campo"

La creación de la marca regional "Costa del Tuyú: Mar, Bosque y Campo" responde a la necesidad de proyectar una identidad unificada que sintetice la diversidad de Villa Gesell, Pinamar y General Madariaga bajo el concepto de **"un destino, tres experiencias, 365 días"**. Esta marca no busca reemplazar las identidades locales, sino potenciarlas bajo un paraguas comunicacional

robusto que posicione al corredor como una opción competitiva durante todo el año, transformando la cercanía geográfica en una ventaja estratégica que invita al turista a transitar de la playa al bosque y de allí a la tradición rural en un mismo viaje.

La implementación técnica incluye el desarrollo de un manual de identidad visual y tono de comunicación que garantice coherencia en todos los soportes, desde plataformas digitales y señalética hasta campañas bilingües orientadas al mercado internacional y al segmento MICE.

Bajo la supervisión de la Mesa Técnica, esta marca se convierte en un activo valioso del corredor, permitiendo comercializar productos turísticos conjuntos y eventos ancla que fortalezcan la presencia del Corredor en el mercado nacional y regional.

Fondo Común de Promoción

El Fondo Común de Promoción (FCP) se constituye como un recurso financiero que integra aportes municipales tripartitos, contribuciones del sector privado y patrocinios para consolidar la marca regional **"Mar, Bosque y Campo"**. Este mecanismo permite superar la fragmentación presupuestaria, financiando campañas de marketing de alto impacto, presencia en ferias internacionales y pautas digitales segmentadas que los municipios no podrían afrontar de forma aislada, garantizando así una promoción planificada y constante del corredor durante todo el año.

La gestión del fondo es ejecutada por la Mesa Técnica bajo estrictos criterios de transparencia, consenso intermunicipal y rendición de cuentas periódica. La inversión de estos recursos se apoya con el uso de datos del Observatorio Turístico, priorizando la captación del segmento MICE.

Esta iniciativa busca desestacionalizar el destino, teniendo presencia y acciones promocionales todo el año, con el objetivo de traccionar flujos turísticos hacia el destino también fuera de la temporada estival.

Webapp integrada del corredor (Pinamar, Villa Gesell y Madariaga)

Rutas del Tuyú 365 es una plataforma digital de turismo cultural e identitario para el corredor Villa Gesell – Pinamar – General Madariaga. Su propósito es articular en un único entorno digital los tres productos turísticos del corredor —la Ruta de la Memoria Geselina, los Caminos de Felicitas Guerrero y la Ruta de Experiencias Gastronómicas Identitarias— sumando nuevas experiencias como el Holograma histórico de Carlos Gesell, los circuitos del programa Pinamar Cultural y los sitios patrimoniales del corredor.

La plataforma opera durante los 365 días del año, independientemente de la estacionalidad costera, y está diseñada para tres perfiles de usuario: el visitante externo en proceso de planificación de viaje, el turista ya en destino

que busca actividades, y el residente local interesado en el patrimonio del territorio.

[Proyecto ejecutivo](#)

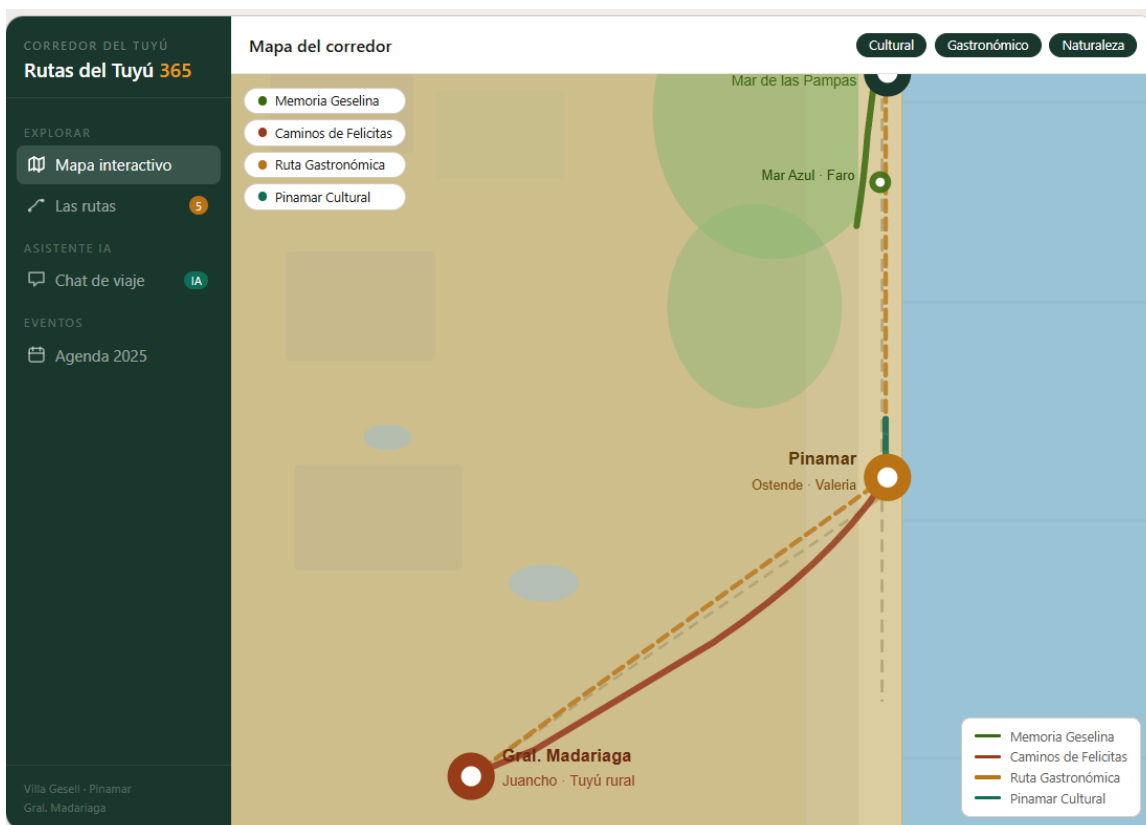


Imagen 01: Plataforma Rutas del Tuyú 365

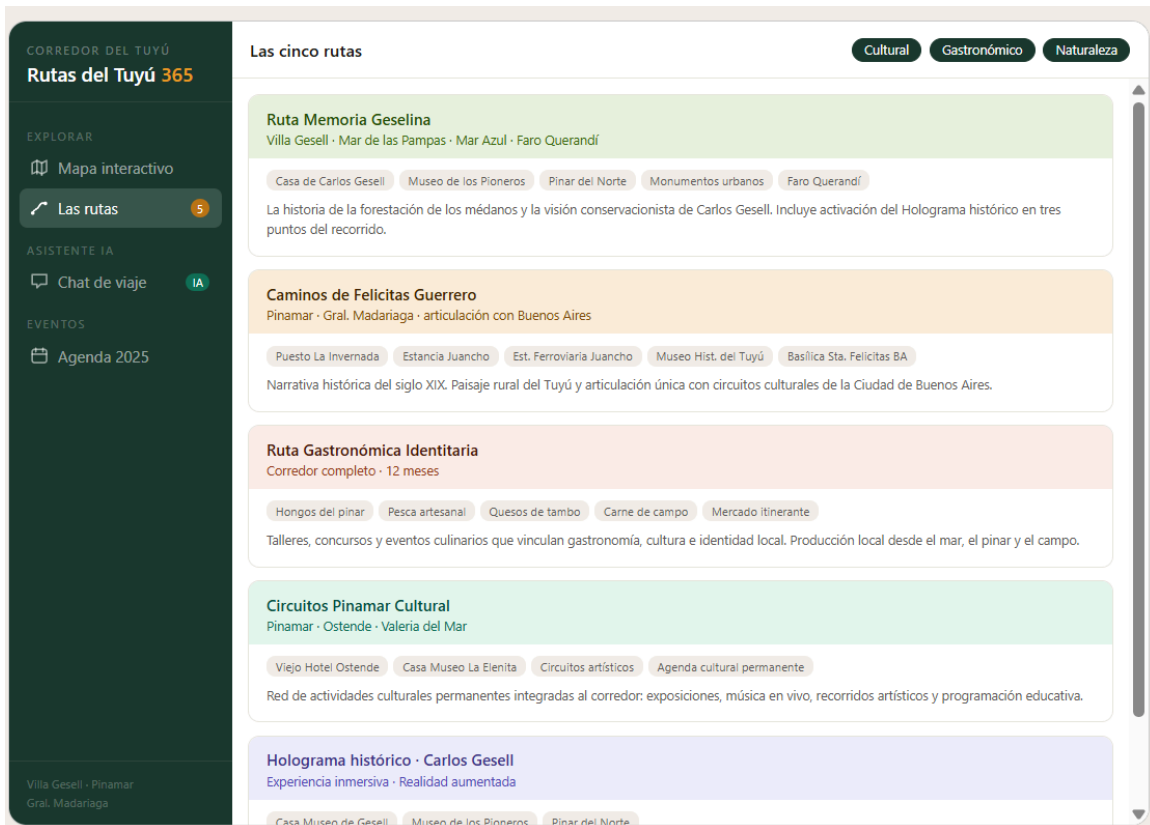


Imagen 02: Plataforma Rutas del Tuyú 365 (2)

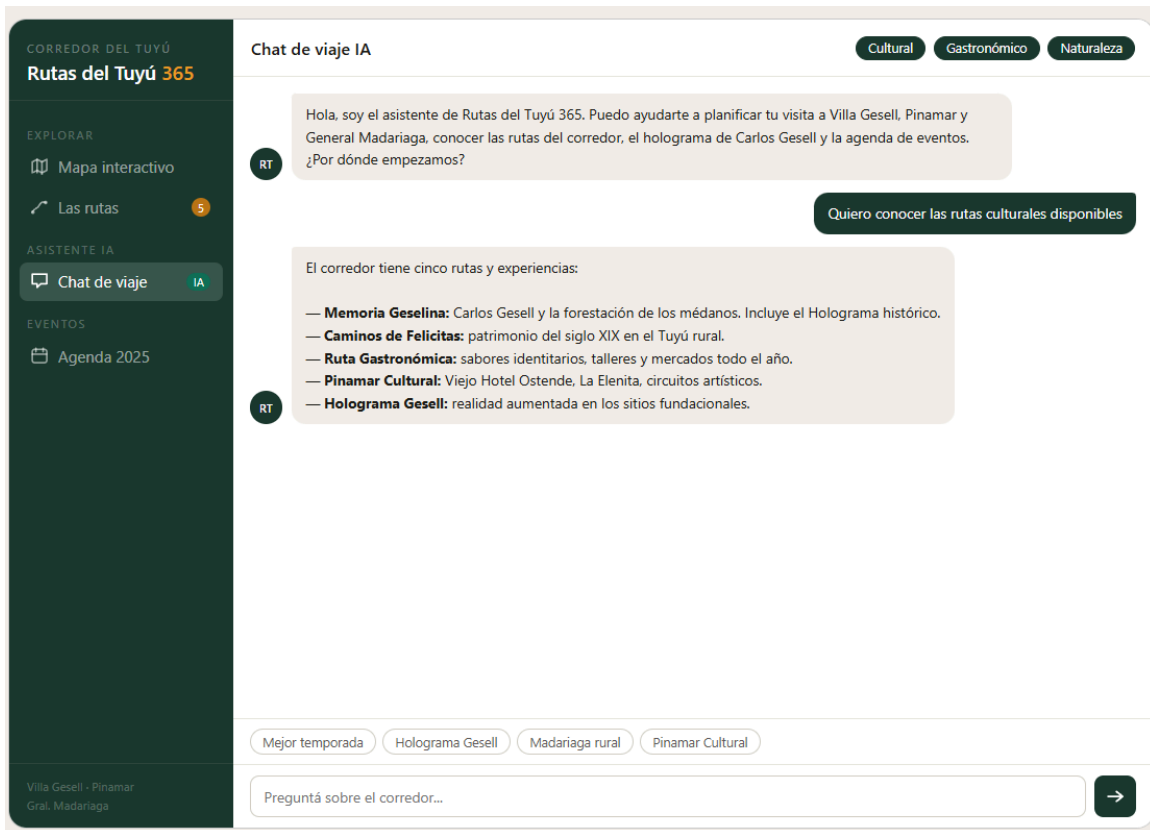


Imagen 03: Plataforma Rutas del Tuyú 365 (3)

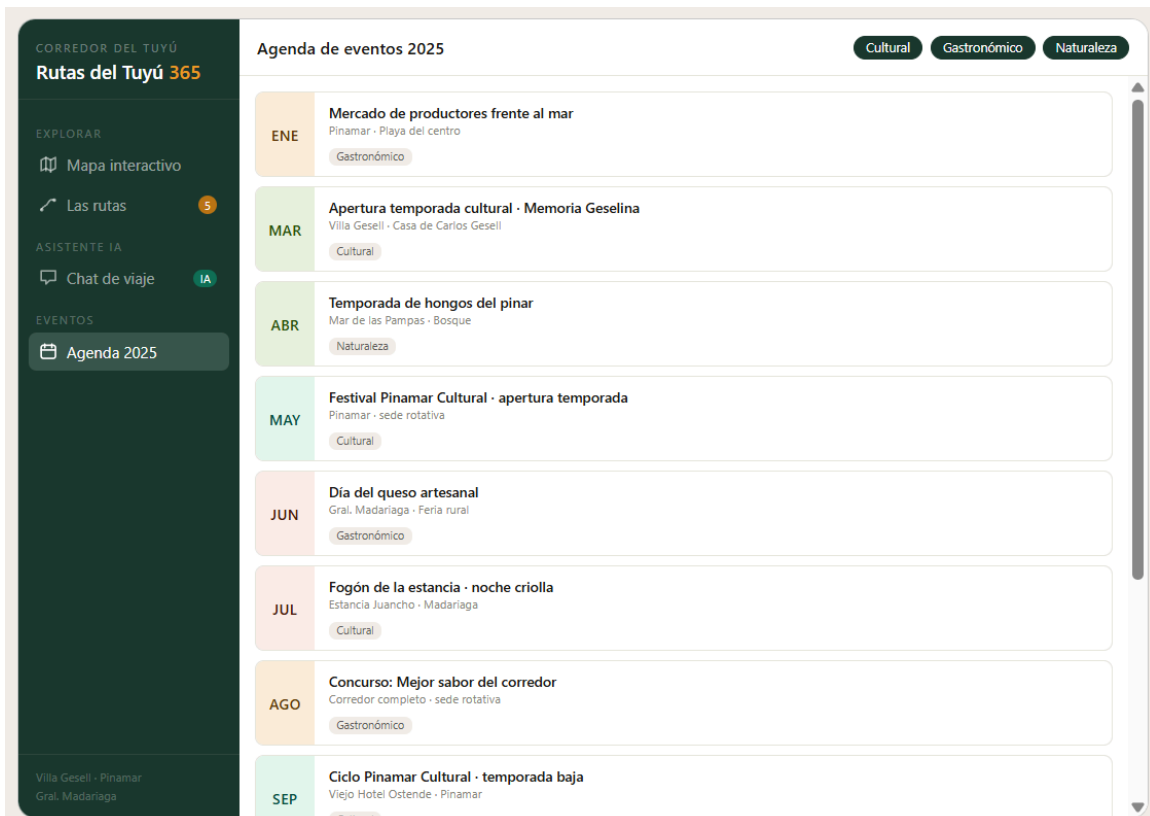


Imagen 04: Plataforma Rutas del Tuyú 365 (4)

Ejes estratégicos de abordaje

Ejes estratégicos seleccionados

EJE 1: TURISMO DE NATURALEZA

Fundamentación

El corredor posee activos naturales de alto valor que permanecen subutilizados: la Reserva Natural Faro Querandí (5.757 ha), el sistema de lagunas de Madariaga (Salada Grande, Los Horcones, La Larga), los médanos de Pinamar Norte, el Pinar del Norte de Villa Gesell y los bosques de Mar de las Pampas. Estos recursos funcionan todo el año y son resilientes a las condiciones climáticas. Las tendencias globales muestran crecimiento sostenido del ecoturismo, avistaje de fauna y experiencias de naturaleza, con demanda dispuesta a viajar en cualquier estación.

Ventajas competitivas

- Biodiversidad marina y terrestre documentada
- Espacios naturales accesibles desde los centros urbanos
- Baja estacionalidad: funcionan los 12 meses
- Demanda creciente en mercados de proximidad (AMBA)

- Coherencia con tendencias de sostenibilidad

LÍNEAS DE ACCIÓN DEL EJE NATURALEZA

A. Desarrollo de senderos interpretativos

Descripción de la acción:

Crear y señalizar senderos autoguiados y guiados en espacios naturales clave, con cartelería interpretativa sobre flora, fauna, geomorfología e historia. Los senderos deben diseñarse con criterios de accesibilidad universal (al menos uno por municipio) y capacidad de carga definida para garantizar sostenibilidad.

Sitios prioritarios:

- Reserva Faro Querandí (Mar Azul): sendero costero de 3 km
- Pinar del Norte (Villa Gesell): circuito botánico de 2 km
- Paseo Los Horcones (Madariaga): sendero lagunar de 1,5 km
- Médanos de Pinamar Norte: circuito interpretativo de dunas

Posibles actividades específicas

- Relevamiento técnico y diseño de trazas (se puede utilizar el Manual de diseño de senderos autoguiados elaborado por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires) Link:
- Instalación de cartelería bilingüe (español-inglés) con código QR
- Capacitación de guías locales en interpretación ambiental
- Elaboración de material didáctico para escuelas
- Protocolo de mantenimiento y monitoreo
- Diseñar un material orientado específicamente al público de trekking y senderismo para difundir los senderos de manera unificada entre los tres destinos.

Plazo: 12 meses

() nota: existe un proyecto elaborado por integrantes de la Secretaría de Turismo de Villa Gesell para el desarrollo de senderismo en Pinar del Norte combinado con las pasarelas costeras existentes.*

B. Programa de avistaje de aves y fauna autóctona e Interpretación Ambiental

Descripción de la acción:

Posicionar el corredor en el circuito nacional e internacional de birdwatching, aprovechando que Faro Querandí es sitio AICA (Área Importante para la Conservación de Aves) y las lagunas de Madariaga concentran especies

migratorias. Incluye formación de guías especializados, elaboración de listado de especies, infraestructura de observación (torres, refugios) y promoción en plataformas especializadas (eBird, Aves Argentinas).

Posibles actividades específicas:¹

- Relevamiento científico de especies (aves, mamíferos, reptiles) en colaboración con universidades
- Formación de 10 guías certificados en avistaje
- Construcción de 3 torres/miradores de observación
- Elaboración de "Guía de Aves del Corredor" impresa y digital
- Inserción en rutas de turismo de naturaleza de Argentina
- Organización de "Festival de Aves" en temporada migratoria (abril-mayo)

Público objetivo:

- Observadores de aves nacionales e internacionales (segmento de alto gasto promedio)
- Fotógrafos de naturaleza
- Familias con interés educativo
- Escuelas y grupos científicos

Plazo: 18 meses

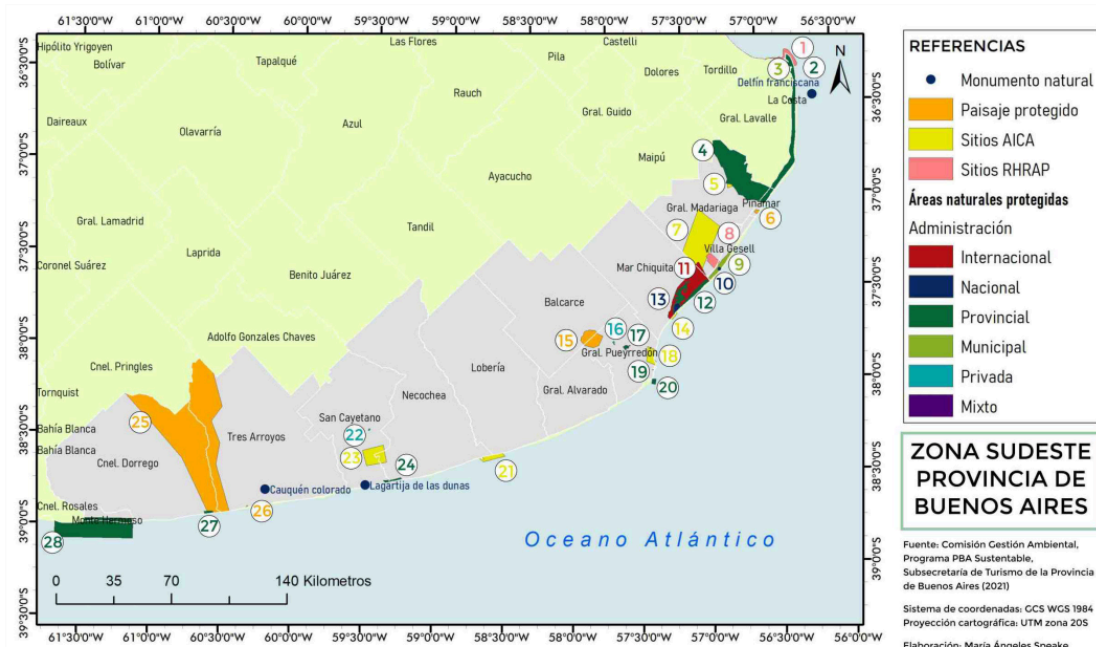


Imagen 05: Reservas naturales zona Sudeste Provincia de Buenos Aires

¹De Cabo, F. y Speake, M. A. (eds.) (2021). Áreas naturales de la provincia de Buenos Aires / Lucero, J., Martín Varisto, Y., Matamala, R., Pedetti, M., Ravea, N., Capeletti, Y. y Di Luciano, G.- 1° Edición. La Plata: Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica

GENERAL LAVALLE, GENERAL MADARIAGA

SITIO AICA RESERVA NATURAL PROVINCIAL LAGUNA SALADA GRANDE

Sitio AICA (BirdLife International)

Fecha de creación: - Superficie: 8.000 ha

Sitio AICA con Criterio A1 y A4: Criterio A1:

Especies globalmente amenazadas. Se sabe o se cree que el sitio alberga un número significativo de especies amenazadas a nivel mundial, que contiene una población de una especie categorizada por la Lista Roja de la UICN como En Peligro Crítico, En Peligro o Vulnerable. **Criterio A4: Congregaciones.** Se sabe o se cree que el sitio alberga congregaciones de $\geq 1\%$ de la población mundial de una o más especies de forma regular o predecible.

Se han registrado tres especies globalmente amenazadas, el flamenco austral (*Phoenicopterus chilensis*), el burrito negruzco (*Porzana spiloptera*) y el espartillero enano (*Spatonnoica maluroides*). Existen datos no confirmados sobre la presencia la monjita dominicana (*Heteroxolmis dominicana*). Un endemismo de Argentina, el espartillero pampeano (*Asthenes hudsoni*) habita el área. Ocurren importantes concentraciones del cisne cuello negro (*Cygnus melanocorypha*), y esta-

cionalmente de varios chorlos y playeros. Los bosques de tala son habitados por numerosas especies de passeriformes.

Flora emblemática: el paisaje está dominado por una llanura con pasturas en su mayor parte adventicias con la presencia de numerosos bañados, algunos de ellos de envergadura, dominados por el duraznillo, el repollito de agua y la totora, además de varias isletas dispersas de bosques de tala (*Celtis tala*) y coronillo (*Scutia buxifolia*) que prosperan en su mayor parte sobre albardones de conchilla. El bosque más extenso se ubica bordeando la costa este de la laguna.

En ciclos más húmedos la laguna desborda, abasteciendo a los numerosos bañados que la circundan y generando un rosario de pequeños humedales aptos para la reproducción y refugio de las aves, reptiles, anfibios, mamíferos y peces.

Actividades: conservación, pesca, turismo y recreación, ganadería.

Imagen 06: Sitio AICA Reserva Natural Provincial Laguna Salada Grande

PINAMAR

PAISAJE PROTEGIDO PARQUE CARILÓ

Paisaje Protegido de Interés Provincial

Fecha de creación: 1998 | Superficie: 490 ha | Ley Provincial 12.099

Características generales: se declaró de interés provincial el paisaje protegido y el desarrollo ecoturístico de la localidad Parque Cariló. La declaración de paisaje protegido, en este caso, tiene por objeto

conservar y preservar la integridad del paisaje geomorfológico y urbanístico Parque Cariló.

Flora emblemática: bosque con predominancia de pinos (especie exótica).

Imagen 07: Paisaje Protegido Parque Cariló

GENERAL MADARIAGA

SITIO AICA ESTANCIA MEDALAND

Sitio AICA (BirdLife International)

Fecha de creación: - | Superficie: 10.000 ha

Sitio AICA con Criterio A1: Especies globalmente amenazadas. Se sabe o se cree que el sitio alberga un número significativo de especies amenazadas a nivel mundial, que contiene una población de una especie categorizada por la Lista Roja de la UICN como En Peligro Crítico, En Peligro o Vulnerable.

Se cuenta la presencia del chorlito pecho colorado (*Charadrius modestus*), el chorlo pampa (*Pluvialis dominica*), el chorlito cabezón (*Oreopholus ruficollis*) y la mayor abundancia de playerito canela (*Tryngites subruficollis*) del país. Poblaciones abundantes de ñandú (*Rhea americana*), presencia del espartillero enano (*Spartonoica maluroides*), y una representativa población de monjita dominicana (*Heteroxolmis dominicana*).

Dada la importancia a nivel poblacional del playerito canela, la conservación de esta área se vuelve clave

en relación a esta y otras especies migratorias que la utilizan como territorio de invernada. Asimismo, para especies típicas de pastizal como la monjita dominicana y otras especies endémicas de este bioma.

Características generales: ecorregión pampeana. Pastizal, humedal.

Flora emblemática: la estancia está situada en el sudeste de las pampas inundadas y contiene cuatro comunidades vegetales predominantes de pastizal como las praderas saladas (*Distichlis* spp. y *Stenotaphrum secundatum*), praderas húmedas (*Cyperus*, *Eleocharis* sp., *Paspadium* sp. y *Phyla canescens*), espartillares (*Stipa* spp.) y pastizal psamófilo (*Spartina densiflora* y *Juncus acutus*). Yuxtapuestos entre estas comunidades se encuentran muchos arroyos y lagunas.

Actividades: pastoreo bovino y ovino, agricultura.

Imagen 08: Sitio AICA Estancia Medaland

SITIO RHRAP ESTANCIA MEDALAND

Sitio de Importancia Regional de la Red Hemisférica de Reservas para las Aves Playeras (RHRAP)

Fecha de creación: octubre 2018 | Superficie: 3.800 ha

Fundamento de la designación: el sitio alberga 1,8% de la población mundial de *Calidris subruficollis* y más del 1% de la población del cono sur de *Oreopholus ruficollis*.

Características generales: Estancia Medaland es un rancho ganadero privado, situado cerca de la costa atlántica argentina, de pastizales naturales, propiedad de las hermanas Amanda y

2

Imagen 09: Sitio RHCAP Estancia Medaland

² https://whsrn.org/es/whsrn_sites/estancia-medaland/

María Eugenia Arbelaiz, que han administrado la propiedad ganadera durante muchas décadas.

La importancia del sitio para las aves playeras de pastizal salió a la luz por primera vez en la década de 1970 cuando los ornitólogos examinaron el área. Los conteos revelaron un alto número de chorlitos dorados americanos (*Pluvialis dominica*) y playeros canela (*Calidris subruficollis*). Los conteos de playero canela alcanzaron los 2.000 individuos en un solo día. En un censo exhaustivo en 2017 se relevó que tanto el chorlito dorado americano como el playero canela se registraron en números altos. Los números de playero canela fueron especialmente notables, con un total de 1.010 individuos, o el 1,8% de la población mundial de la especie. También se descubrió que el sitio alberga más del 1% de la población del cono sur del chorlito cabezón (*Oreopholus ruficollis*), un ave playera de pastizales restringida a América del Sur.

Información adicional: conteos recientes llevados a cabo por la Alianza del Pastizal del Cono Sur revelaron números mucho más bajos, dejando a la

Estancia Medaland por debajo del umbral requerido para una nominación como sitio de la RHRAP. No obstante, Ángeles Loredo, quien lideró la exitosa nominación del sitio, confiaba en que Estancia Medaland seguía siendo un sitio clave para las aves playeras migratorias de pastizal y sugirió que era crucial llevar a cabo un censo exhaustivo. Para verificar la importancia continua del sitio, en diciembre de 2017, un equipo de siete biólogos de aves playeras realizó un censo de este tipo. El equipo estuvo conformado por Natalia Martínez-Curci, Ángeles Loredo, Juan P. Isacch, Matías Pretelli, Matilde Cavalli, Germán García y Nicolás Chiaradia. Juan P. Isacch había estudiado previamente aves playeras de pastizal en la Estancia Medaland en la década de 1990. El censo dio cuenta que tanto el chorlito dorado americano como el playero canela se registraron en números altos así como se descubrió que el sitio alberga más del 1% de la población del cono sur del chorlito cabezón (*Oreopholus ruficollis*).

Administrador del sitio: Amanda y María Eugenia Arbelaiz.



Estancia Medaland. Fotografías: Ángeles Loredo



Chorlito pecho canela (*Charadrius modestus*) (izq.) y chorlito cabezón (*Oreopholus ruficollis*) (der.)

Fotografías: Natalia Martínez-Curci

Imagen 10: Sitio RHCAP Estancia Medaland (2)

VILLA GESELL

RESERVA NATURAL MUNICIPAL FARO QUERANDÍ

Reserva Natural Municipal

Fecha de creación: 1996 | Superficie: 5.757 ha | Ordenanza N° 1487

Características generales: está constituida por dunas, pastizales, bañados y playa junto a la costa atlántica, con una extensión sobre ella de 21 km y un ancho variable de 3 km, donde la amplitud de las playas es uno de los rasgos más característicos. Creada con el objetivo de conservar la biodiversidad y el ecosistema de dunas costeras en su estado natural.

La República Argentina posee un paisaje casi único en el mundo a lo largo de su costa atlántica, conformado por un ecosistema de dunas costeras en un tramo único de 180 km. de extensión (3% de la extensión total del litoral continental), cuyas extraordinarias condiciones físicas, climáticas y panorámicas lo hacen un lugar privilegiado y un verdadero paraíso de la recreación.

Las forestaciones y urbanizaciones llevadas a cabo durante este siglo a lo largo de la Costa Atlántica Bonaerense han contribuido a la modificación del ecosistema nativo. Así, las grandes extensiones de dunas que constituían el paisaje original en estas costas, fueron mermando en la medida en que se iban desarrollando las diversas localidades turísticas de la provincia de Buenos Aires. Esta reserva constituye la última porción importante del ecosistema de dunas costeras que se encuentra en su estado natural, resguarda gran cantidad de especies, algunas endémicas como la lagartija color arena (*Liolaemus Multimaculatus*) y el tuco-tuco, otras raras como la orquídea *Habenaria burkartiana* y algunas en peligro de extinción como la monjita dominica (*Xolmis dominica*). Muchas de ellas constituyen recursos actuales o futuros de notable importancia como lo son las plantas medicinales. Actualmente el área se está revalorizando porque su existencia garantiza el flujo de sedimentos (arena) tan necesario en las playas que se encuentran al norte en donde se manifiestan importantes signos de erosión costera. Otro atributo importantísimo es el reservorio de agua potable que existe bajo las dunas.

Fauna emblemática: la fauna presente dentro de la reserva es de gran riqueza. Podemos encontrar tres

ambientes: 1) playa y costa, 2) dunas y espejos de agua y 3) pastizales, bajos y bañados.

1) Ambiente de playa y costa: empezando por el mar, las especies de peces que pueblan el frente costero son más que abundantes: tiburón bakota, chucho, raya espinosa, pejerrey, brótola, burriqueta, escalandrum, entre otros. Se avistan ballenas francas, delfín piloto, marsopas, toninas, etc. Dentro del resto de los seres vivos que habitan el mar se pueden enumerar gran variedad de moluscos: oliva oreja, voluta negra, almejas, berberechos, etc. Entre los crustáceos: camarones, langostinos y algunos cangrejos. Son visitantes frecuentes de la playa el lobo marino de dos pelos y de un pelo y, algo más raro, el elefante marino. Las aves suman la mayor cantidad de especies en la reserva, llegando a no menos de 200. En esta zona se encuentran, entre otros, el pingüino magallánico, macá, albatro real, petrel negro, ostrero común -quién coloca sus huevos al pie de las dunas y esta zona es la más al norte de su distribución geográfica-, gaviotas, gaviotín, chorlos, entre otros.

2) Ambiente de dunas y espejos de agua: dentro de los mamíferos se encuentran el tuco-tuco, liebre, zorro gris, entre otros. Ya se empiezan a divisar aves como el tero común y real, chimangos, caranchos, sobrepuestos, etc. Empiezan a aparecer los reptiles: culebras, lagartijas, dentro de las cuales se encuentra la *Liolaemus Multimaculatus* que es una especie endémica, lo que significa que sólo habita las dunas del litoral Atlántico Bonaerense y fue declarada Monumento Natural Provincial (>> ver Ficha de la Lagartija de la Dunas en el apartado Monumentos Naturales) y, por último, vemos a algunos anfibios en los espejos de agua como los escuerzos (*Ceratophrys ornata*), especie categorizada por la UICN como 'Casi Amenazada'.

3) Ambiente de pastizales, bajos y bañados: se observan más cantidad de mamíferos como el cuis, carpincho, comadreja, zorro gris, vizcacha, mulita, peludo, coipo y otros roedores. Puede llegar a divisarse el gato montés y, más raro aún, sería el de

Imagen 11: Reserva Natural Municipal Faro Querandí

los pajonales. Dentro de las aves se suman a las anteriores el chajá, los patos, gallaretas, lechucitas, taguató, pico de plata, cisne de cuello negro, dragoncitos, cigüeña, etc. y, ocasionalmente, ñandú.

Actividades: esta reserva tiene una categoría de uso múltiple, donde se realizan aquellas actividades que no afectan el medio natural, tales como la investigación científica, el turismo y la educación, donde es posible además llevar a cabo estudios de manejo y conservación del ecosistema.

Cuenta con dos senderos ecoturísticos autoguiados (que también se pueden realizar de manera guiada):

- Los Senecios: Con una duración de 40 min. donde se pueden interpretar la flora y fauna nativa de este lugar. Cuenta con señalética indicando las huellas de las diferentes especies. Para recorrer este sendero se siguen los postes de madera con la punta pintada de color amarilla.
- Adesmia Incana: Este sendero tiene una duración de 100 min. y una dificultad media-alta. Se destaca la posibilidad de observar diferentes ambientes,

vegetación nativa y exótica. Para recorrer este sendero, se deben seguir los postes de madera con la punta pintada de color rojo.

Asimismo, se brindan charlas informativas y visitas guiadas los sábados 11hs en el puesto de guardaparques (en temporada estival).

En el área se realizan excursiones guiadas en vehículos 4x4 (cuatriciclos, camionetas, camiones, etc.) por la reserva y al Faro Querandí. Asimismo, es un lugar reconocido para practicar pesca deportiva con devolución.

Información adicional: la rigen las ordenanzas Nº 1884/02 (zonificación); 1885/02 (circulación); 1994/04 (plan de manejo); 2690/16 (bono contribución de acceso); 2739/17 y 2867/18 (multas por infracciones); 3006/20 (cuerpo de guardaparques).

Gestiones en desarrollo: el municipio junto con la Administración de Parques Nacionales se encuentra trabajando en el proyecto de jerarquización del área a la categoría de Parque Nacional.

RESERVA NATURAL DE LA DEFENSA FARO QUERANDÍ

Reserva Natural de la Defensa (Ministerio Nacional de Defensa - Administración de Parques Nacionales)

Fecha de creación: 2021 | Superficie: 40 ha

Protocolo Adicional Nº 16 al Convenio Marco de Cooperación entre el Ministerio de Defensa y la Administración de Parques Nacionales

Ecorregión pampeana; ecosistema de dunas costeras, hábitat de numerosas especies de fauna y flora, que lo convierten en un reservorio de paisaje, agua, arena, biodiversidad, playas y espacio para el ecoturismo/turismo de naturaleza.

Resguarda al Faro Querandí, que en 2022 pasará a ser automáticamente Monumento Histórico Nacional en virtud de cumplir 100 años, por Ley 26.650.

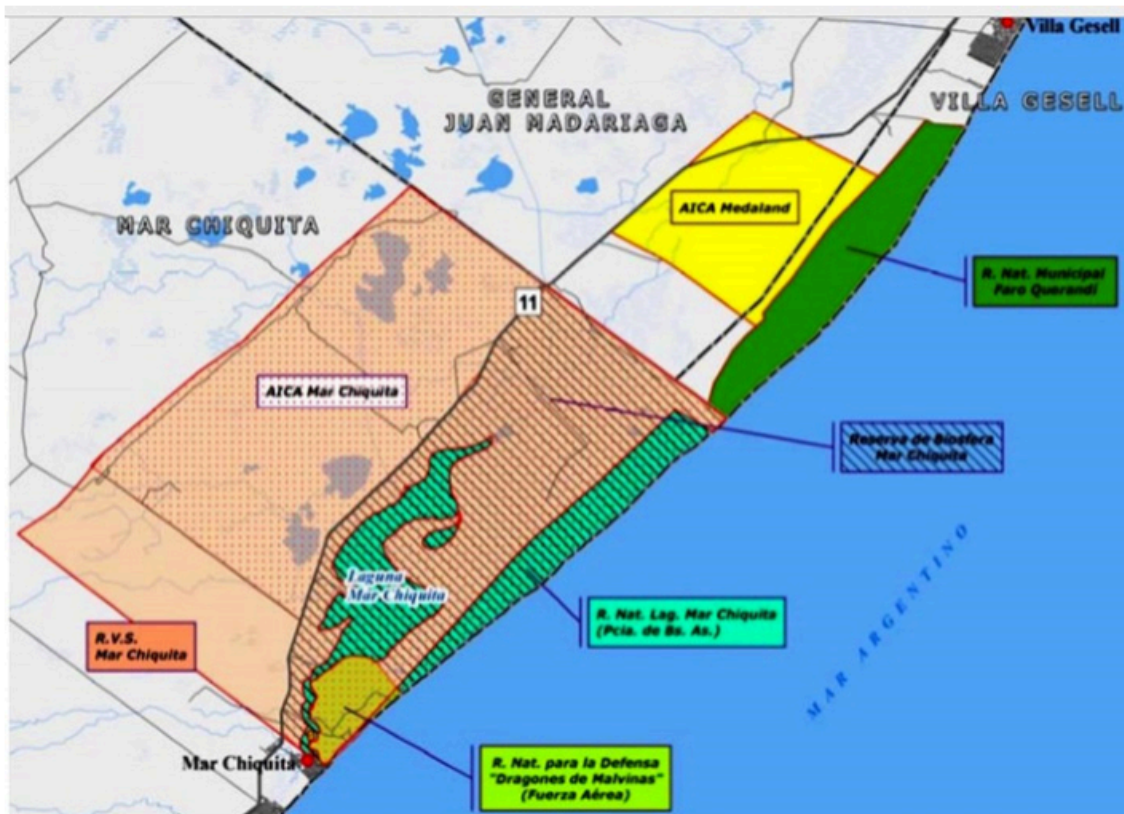
Esta área continúa siendo de interés para adiestramiento e instrucción, actividad esencial para el mantenimiento y desarrollo de las capacidades

de las Fuerzas Armadas, teniendo además un importante valor estratégico para la Defensa Nacional.

Características generales: el predio se encuentra incluido dentro de los límites de la Reserva Natural Municipal Faro Querandí y, junto con áreas protegidas existentes del Partido de Mar Chiquita y General Madariaga, pueden configurar un importante corredor biológico para la provincia de Buenos Aires.

Gestiones en desarrollo: se está por conformar el Comité Local para la elaboración del Plan de Manejo.

Imagen 12: Reserva Natural Municipal Faro Querandí (2)



Localización de las reservas y otras designaciones conservacionistas en la zona. Fuente: Administración de Parques Nacionales (2018). Propuesta para crear el Parque Nacional Faro Querandí - Mar Chiquita.

Imagen 13: Localización de reservas en la zona de análisis del informe

C. Experiencias de turismo regenerativo y educación ambiental

Descripción de la acción:

Desarrollar experiencias que no solo minimicen impactos sino que generen beneficios ambientales: restauración de médanos, limpieza de playas, plantación de especies nativas, monitoreo participativo de fauna. Estas actividades se comercializan como "experiencias de voluntariado turístico" o "viajes con propósito", tendencia en alza entre millennials y generación Z.

Posibles experiencias a desarrollar

- "Guardianes de médanos": Jornadas de restauración de dunas con plantación de especies fijadoras
- "Limpieza consciente de playas": Actividades familiares de recolección de residuos + taller de reciclaje
- "Ciencia ciudadana": Participación en censos de aves o monitoreo de fauna marinas
- Talleres escolares: Programas educativos en reservas para colegios de AMBA

- Programa de bonos verdes, de árboles, etc con empresas de turismo.

Modelo de gestión

- Convenios con ONGs ambientales que coordinen las actividades
- Prestadores turísticos que incorporen estas experiencias en paquetes
- Certificación de "Turista Regenerativo" con beneficios en comercios locales

Plazo: Permanente, inicio en 6 meses

D. Actividades náuticas de bajo impacto

Descripción de la acción:

Desarrollar oferta de kayak, canotaje, vela ligera y pesca responsable en las lagunas de Madariaga y en sectores protegidos de la costa. Estas actividades funcionan especialmente bien en primavera y otoño (cuando la temperatura del mar no invita al baño) y atraen segmentos deportivos y de naturaleza.

Posibles actividades específicas:

- Certificación de prestadores de actividades náuticas bajo protocolos de seguridad.
- Fortalecimiento de prestadores para el diseño de experiencias de alta calidad con el turista (expediciones, experiencias de aprendizaje participativo, experiencias gastronómicas relacionadas a la actividad, etc.).
- Equipamiento básico para 3 bases operativas (Salada Grande, Los Horcones, costa de Gesell).
- Capacitación en rescate acuático y primeros auxilios.
- Elaboración de "Mapa Náutico del Corredor".
- Promoción en clubes náuticos y asociaciones deportivas.

Plazo: 12 meses

E. Certificación de guías naturalistas

Descripción de la acción:

Formar y certificar guías locales especializados en interpretación de naturaleza, garantizando calidad en las experiencias y generando empleo calificado todo el año. Los guías deben dominar contenidos sobre biodiversidad, geología, historia ambiental y técnicas de interpretación.

Perfil del guía naturalista:

- Formación en biología, ecología, turismo o afines (deseable, no excluyente).

- Conocimiento profundo del territorio.
- Habilidades de comunicación y manejo de grupos.
- Idioma inglés (básico-intermedio).
- Primeros auxilios.

Programa de formación (ejemplo)

- Curso de 80 horas (40 teóricas + 40 prácticas).
- Módulos: biodiversidad regional, interpretación ambiental, gestión de grupos, seguridad, inglés técnico.
- Certificación conjunta: Municipios + UADE + Aves Argentinas.
- Recertificación cada 2 años.

Actores responsables:

- UADE (diseño y dictado del curso).
- Aves Argentinas y ONGs (contenidos especializados).
- Municipios (certificación oficial).

F. Marco legal

Descripción de la acción:

Dada la carencia de un marco legal a nivel nacional (por ejemplo Ley Nacional de Turismo Alternativo), se sugiere la construcción entre los tres destinos de un modelo único de Ordenanza Municipal para crear un registro de prestadores de turismo alternativo/activo. A partir de dicho registro se podrá: crear un marco legal para aquellos prestadores que ya desarrollan la actividad y para aquellos potenciales emprendedores.

Se anexa un modelo de ordenanza de otro destino.

A partir de dicha promulgación, se podrá iniciar el camino de habilitación de los emprendimientos a nivel municipal (en tal sentido, habitualmente no existen marcos específicos para la habilitación de este tipo de emprendimientos), implantar la exigencia de contar con un seguro combinado de responsabilidad civil y asistencia al viajero.

Generar programas de capacitación, programas de capacitación en primeros auxilios en zonas agrestes, flora y fauna local, etc.

G. Formación en Turismo con la Naturaleza: construcción de experiencias, gestión y comercialización

Descripción de la acción:

Fortalecer las capacidades técnicas, operativas y comerciales de emprendedores y prestadores de servicios turísticos de Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga, para el diseño y gestión de experiencias innovadoras de

turismo con la naturaleza que contribuyan a la desestacionalización de la actividad turística regional.

Objetivos Específicos:

- Capacitar a los participantes en el diseño de experiencias turísticas innovadoras y significativas en entornos naturales.
- Desarrollar habilidades para la coordinación y acompañamiento seguro de grupos en zonas agrestes.
- Formar en técnicas de primeros auxilios aplicadas a contextos de naturaleza y zonas rurales.
- Brindar herramientas de gestión del riesgo y protocolos de seguridad para actividades al aire libre.
- Capacitar en estrategias de comercialización, marketing digital y posicionamiento de productos turísticos.
- Promover el trabajo en red y la articulación entre prestadores de los tres municipios.
- Fomentar una visión de turismo regenerativo y responsable con el entorno natural y cultural.

[Proyecto ejecutivo](#)

H. Incubadora de emprendimientos de baja Inversión para el Turismo con la Naturaleza y Regenerativo

Descripción de la acción:

Uno de los principales obstáculos para la diversificación de la oferta turística en la costa bonaerense es la falta de acompañamiento estructurado en las etapas iniciales de los emprendimientos. Muchas ideas con potencial no llegan a consolidarse por falta de orientación técnica, acceso a redes de comercialización o incapacidad de validar el modelo de negocio antes de invertir recursos.

La incubadora propuesta apunta a resolver este cuello de botella generando un ecosistema de acompañamiento que combina mentoría especializada, acceso a herramientas de gestión, validación de mercado y vinculación interinstitucional. El énfasis en la baja inversión es estratégico: los mejores productos de turismo con la naturaleza no requieren grandes infraestructuras, sino conocimiento profundo del territorio, habilidades relacionales y capacidad de diseño de experiencias auténticas.

La dimensión regenerativa del programa introduce una perspectiva que va más allá de la sostenibilidad: se trata de emprendimientos que no solo minimizan su impacto, sino que contribuyen activamente a la regeneración del ecosistema local —natural, cultural y económico— posicionando a los tres municipios como referentes regionales de un turismo del futuro.

Objetivo General:

Acompañar el surgimiento y consolidación de emprendimientos turísticos de baja inversión, vinculados al turismo con la naturaleza y al turismo regenerativo, en los municipios de Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga, contribuyendo a la diversificación y desestacionalización de la oferta turística regional.

Objetivos Específicos:

- Identificar y seleccionar ideas de emprendimiento con potencial de viabilidad y alineación con el turismo de naturaleza y regenerativo.
- Acompañar el proceso de validación, diseño y puesta en marcha de cada emprendimiento mediante mentoría especializada.
- Brindar herramientas de gestión empresarial adaptadas a emprendimientos de pequeña escala y baja inversión.
- Facilitar el acceso a redes de comercialización, operadores turísticos y plataformas digitales.

- Fomentar la cooperación entre emprendimientos y la construcción de paquetes turísticos integrados.
- Articular los emprendimientos incubados con el sistema de promoción turística municipal y regional.
- Promover la incorporación de prácticas regenerativas en el diseño y operación de los emprendimientos.
- Conectar los emprendimientos con líneas de financiamiento público disponibles

Proyecto ejecutivo

I. Laboratorio participativo de productos turísticos. Diseño del proceso de co-creación con emprendedores de turismo alternativo

Descripción de la acción:

El Laboratorio Participativo de Productos Turísticos es un espacio de trabajo colaborativo diseñado para que emprendedores de turismo alternativo, ecoturismo, turismo rural, aventura de bajo impacto y turismo regenerativo de los municipios de Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga puedan, de manera conjunta, crear, desarrollar y prototipar productos turísticos concretos orientados a la temporada baja.

El proceso se inscribe en la etapa propositiva del Plan de Desestacionalización de la Costa Bonaerense y traduce los diagnósticos y lineamientos estratégicos del plan en iniciativas tangibles construidas desde y con los propios actores del territorio. No es un curso ni una capacitación tradicional: es un laboratorio, es decir, un espacio de experimentación, ensayo y construcción colectiva donde los participantes son los protagonistas del proceso.

¿Qué es el Laboratorio? Un proceso de co-creación de 5 encuentros distribuidos en 4 meses, donde emprendedores de los tres municipios trabajan juntos para diseñar y prototipar productos turísticos viables para la temporada baja y el turismo con la naturaleza.

¿Para quién? Emprendedores activos o en formación de turismo alternativo, ecoturismo, turismo rural, aventura, bienestar y turismo regenerativo de Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga.

¿Qué se obtiene? Productos turísticos co-diseñados, validados y listos para su prototipado real; una red intermunicipal de emprendedores; y una hoja de ruta para la implementación de cada producto.

Proyecto ejecutivo

Indicadores de Seguimiento y Evaluación

Indicador	Línea base	de	Meta 2027	Meta 2029	Responsable
Número de senderos señalizados y operativos	0		4 (uno por municipio + Querandí)	8 (cubriendo sitios prioritarios)	Secretarías de Turismo + Ambiente
Guías naturalistas certificados	<5 en toda la región		15 guías certificados	30 guías activos todo el año	Municipios + UADE + Aves Argentinas
Visitantes a la Reserva Faro Querandí (fuera de ene-feb)	Dato no disponible		500 visitantes/año en temporada baja	2.000 visitantes/año	Secretaría de Turismo + ONGs
Emprendimientos de naturaleza activos todo el año	< 3		10 emprendimientos operativos	20 emprendimientos consolidados	Mesa Técnica + Buró de Productos
Registros en eBird atribuibles al corredor	Bajo		Incorporación en al menos 2 rutas nacionales	Posicionamiento en circuitos internacionales	UADE + Aves Argentinas
Participantes en programas de turismo regenerativo	0		200 participantes/año	500 participantes/año	ONGs + Municipios

Tabla 12:: Indicadores de seguimiento y evaluación

EJE 2: TURISMO CULTURAL

Fundamentación

El corredor posee un patrimonio histórico, arquitectónico y cultural diferenciado que permanece infrautilizado: la arquitectura moderna de Pinamar (Testa, Capotesta), el patrimonio fundacional de Ostende y Villa Gesell, la identidad gauchesca de Madariaga (Fiesta Nacional del Gaucho, museo ferroviario, tradición) y eventos culturales consolidados (ChocoGesell, Encuentros Corales). El turismo cultural presenta baja estacionalidad natural y atrae segmentos de mayor nivel educativo y gasto promedio.

Ventajas competitivas:

- Identidades territoriales fuertes y diferenciadas.
- Patrimonio arquitectónico único en la costa argentina.
- Eventos culturales consolidados con trayectoria.
- Narrativa histórica atractiva (fundadores, inmigración, gauchesca).

Municipios líderes: Los 3 municipios con productos específicos.

LÍNEAS DE ACCIÓN DEL EJE CULTURAL

A. Desarrollo de circuitos culturales interpretativos del corredor

Descripción de la acción:

Diseñar y señalar circuitos culturales autoguiados y guiados que conecten museos, casas históricas, monumentos, espacios patrimoniales y centros culturales de los tres municipios. Estos circuitos permitirán interpretar la historia, identidad y evolución del corredor turístico, fortaleciendo la experiencia cultural del visitante y generando propuestas turísticas durante todo el año.

Los circuitos incluirán señalética interpretativa, códigos QR con contenidos digitales, audioguías, material educativo y visitas guiadas o teatralizadas.

A1. Ruta de los Fundadores (Pinamar – Ostende – Valeria del Mar – Cariló)

Se propone la creación de una ruta turística capaz de traccionar visitantes durante todo el año. Dicha ruta basada en la puesta en valor de los espacios y la creación de una narrativa, posiblemente acompañada de otras herramientas tecnológicas, servirá de base para la utilización de esta propuestas por parte de guías locales así como de generar visitas autogestivas.

Narrativa

La construcción del balneario y el proceso de urbanización impulsado por los pioneros, especialmente la familia Guerrero-Bunge, así como la relación entre arquitectura, paisaje forestal y desarrollo turístico.

Sitios prioritarios

- Casa Museo La Elenita
- Casa Capotesta
- La Tumbona
- Casa Grande de Cariló
- Museo Histórico de Pinamar
- Viejo Hotel Ostende
- Rambla Sur
- Parque Escultórico de Pinamar
- Otros puntos incluidos en el circuito "Pinamar Cultural"

Idiomas: español (inglés bajo demanda)

Público: turismo cultural, estudiantes, visitantes interesados en arquitectura e historia.

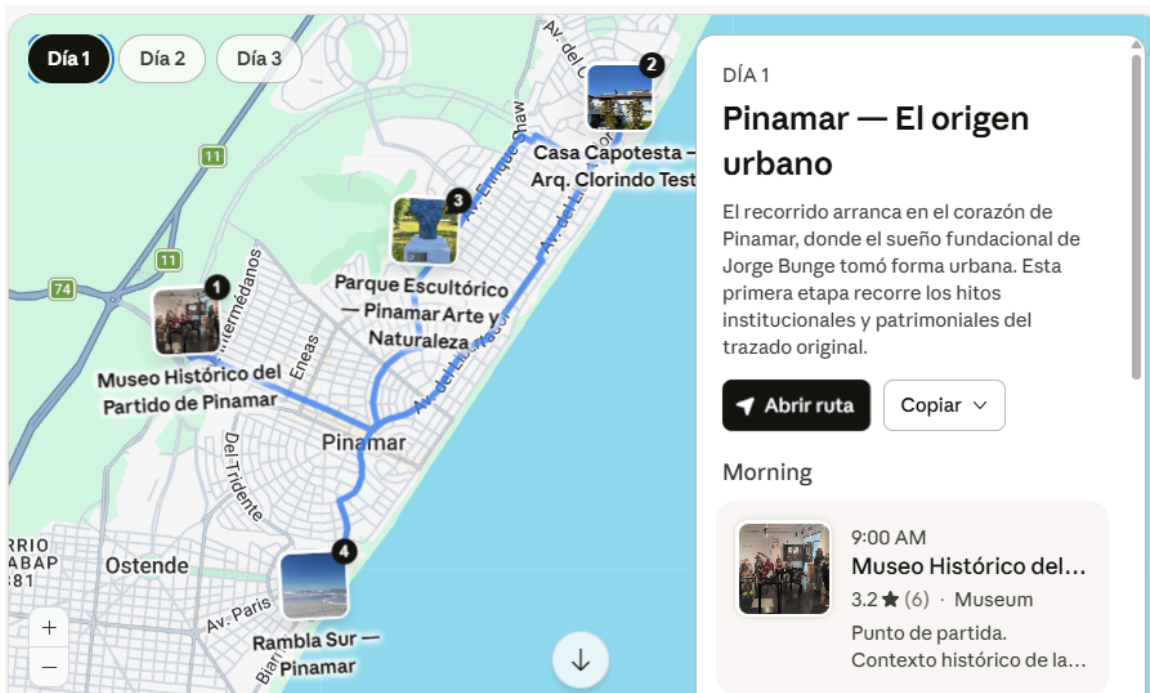


Imagen 14: Circuito Pinamar

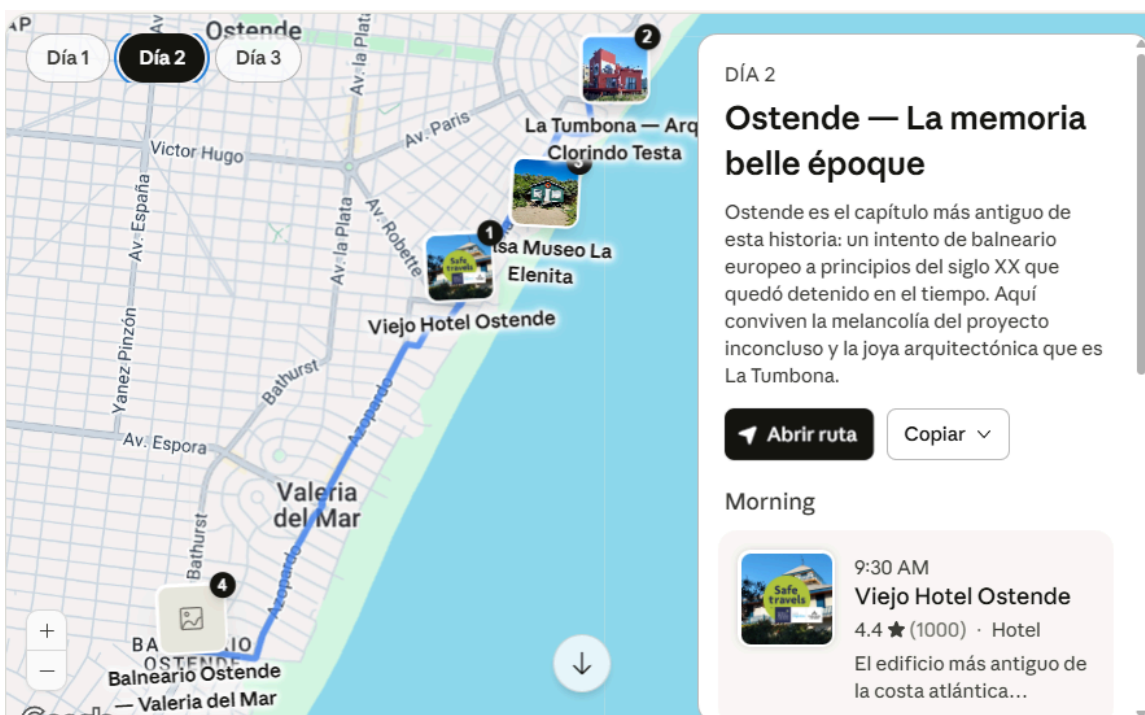


Imagen 15: Circuito Ostend

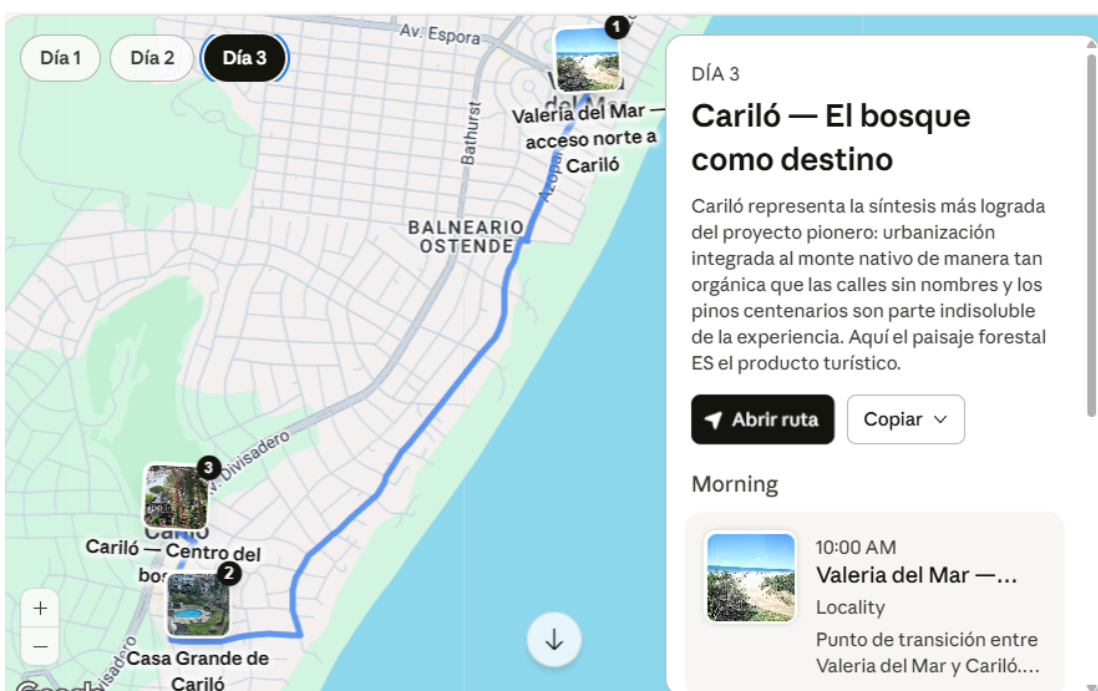


Imagen 16: Circuito Cariló

[Proyecto ejecutivo](#)

A2. Circuito Gaucho del Tuyú (General Madariaga)

Narrativa

La identidad gauchesca del territorio, la vida rural, las tradiciones criollas, la producción local y el rol histórico del ferrocarril en el desarrollo regional.

Sitios prioritarios

- Museo Histórico del Tuyú
- Mercado de la Estación
- Talleres de platería y talabartería
- Estación Ferroviaria de Juancho
- Almacén de Juancho

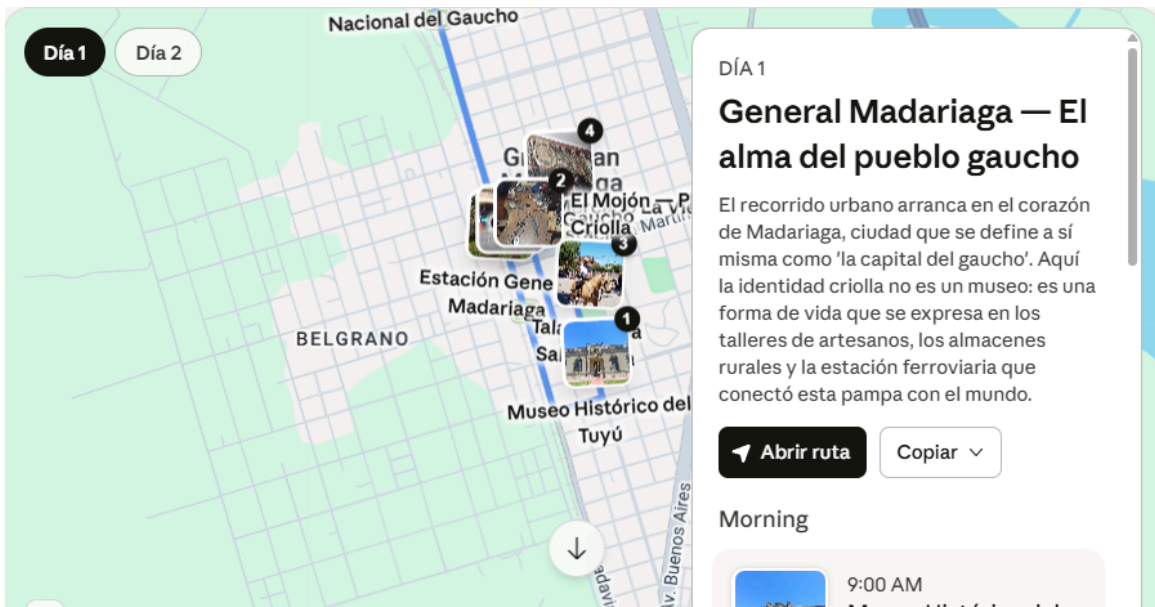


Imagen 17: Circuito Gra. Madariaga

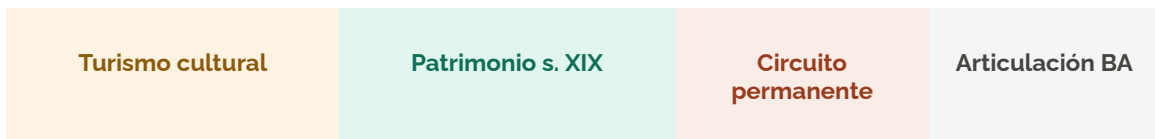


Imagen 18: Circuito Juancho

Proyecto ejecutivo

A3. Caminos de Felicitas Guerrero

Caminos de Felicitas Guerrero: Paisaje rural · Memoria histórica · Patrimonio cultural del Tuyú.



La historia de Felicitas Guerrero entrelaza el esplendor de la élite porteña del siglo XIX con la vastedad silenciosa del paisaje pampeano-costero del Tuyú. Su figura trágica —de salones y estancias a la violencia y la muerte— ofrece una narrativa de alcance nacional que conecta la memoria urbana de Buenos Aires con el territorio rural bonaerense.

Ningún otro destino costero argentino posee una conexión histórica tan directa con la cultura letrada rioplatense del ochocientos. La historia de Felicitas no es un dato archivado: es una narrativa viva, reconocida en todo el país, que puede trasladar al visitante porteño a un territorio que conoce solo de nombre.

«El Tuyú no es solo el lugar donde vivió Felicitas: es el escenario donde su historia se vuelve paisaje, y el paisaje, memoria.»

— Concepto orientador del producto

Circuito territorial

El recorrido articula sitios del partido de Pinamar y General Madariaga en un itinerario de tipo lineal con entrada doble: desde General Madariaga (acceso vía ruta) o desde la costa de Pinamar. Esta flexibilidad permite atender tanto a visitantes que realizan el circuito de forma autónoma como a excursionistas desde la costa.

Recorrido tipo · etapas principales

#	Sitio	Valor interpretativo	Tipo de atractivo
01	Ingreso · Gral. Madariaga	Puerta de acceso al territorio histórico. Contexto geográfico y presentación de la narrativa.	<i>Nodo de ingreso</i>
02	Puesto La Invernada	Sitio rural vinculado a la administración de los campos Guerrero. Nodo paisajístico central.	<i>Patrimonio rural</i>
03	Estancia Juancho	Casco estanciero con valor testimonial directo. Eje interpretativo principal y espacio de experiencia vivencial.	<i>Estancia histórica</i>
04	Parajes rurales del Tuyú	Itinerario de huellas y paisaje: campos, monte, lagunas y cañadas que habitó Felicitas. Inmersión sensorial.	<i>Paisaje cultural</i>
05	Estación Ferroviaria de Juancho	Patrimonio ferroviario rural. Vínculo con la modernización del siglo XIX y la conectividad territorial.	<i>Patrimonio industrial</i>

06	Museo Histórico del Tuyú	Repositorio de memoria regional. Contextualiza la narrativa Guerrero en la historia del partido.	<i>Museo · memoria</i>
07	Cierre · Pinamar / costa	Reingreso al litoral costero. Oportunidad de extensión de estadia y complementación de oferta.	<i>Nodo de cierre</i>

Tabla 13: Circuito territorial

Sitios prioritarios del circuito

Los cinco sitios que estructuran el producto se seleccionaron por su valor patrimonial, su capacidad de carga narrativa y su viabilidad de intervención turística en el corto y mediano plazo.

Puesto La Invernada · *Patrimonio rural · paisaje*

Sitio rural vinculado a la administración de los campos de la familia Guerrero en el Tuyú. Constituye el nodo paisajístico central del recorrido, con alto valor para la fotografía, la interpretación ambiental y la evocación del trabajo rural del siglo XIX. Su conservación y señalización son prioritarias para anclar el relato en el territorio.

Estancia Juancho · *Estancia histórica · interpretación*

Casco estanciero con valor testimonial directo. Funciona como eje interpretativo principal del producto y espacio potencial de experiencia vivencial: visitas guiadas, almuerzos criollos, recreación del ambiente doméstico de la época. Es el atractivo con mayor potencial de permanencia y de generación de valor agregado para el visitante.

Estación Ferroviaria de Juancho · *Patrimonio industrial · ferroviario*

Edificio ferroviario rural que representa la modernización territorial del siglo XIX y las redes de circulación de personas y productos que conectaban el campo con Buenos Aires. Elemento de ambientación histórica de gran potencia visual y narrativa. Requiere puesta en valor básica para su incorporación al circuito.

Museo Histórico del Tuyú · Museo · educación · memoria

Repositorio de memoria regional con colecciones vinculadas a la historia del partido. Cumple el rol de anclaje interpretativo del circuito: contextualiza la narrativa Guerrero en la historia local, regional y nacional. Punto ideal para el cierre intelectual del recorrido o para visitas de carácter educativo.

Parajes rurales del Tuyú · Paisaje cultural · itinerario rural

Itinerario de parajes y huellas del territorio histórico: campos abiertos, monte de tala, lagunas, cañadas y caminos de tierra que conforman el paisaje que habitó Felicitas Guerrero. Experiencia de inmersión sensorial, fotográfica y contemplativa. Este componente es el que más directamente articula narrativa e identidad territorial.

Articulación externa · Ciudad de Buenos Aires

Una de las fortalezas distintivas del producto es su capacidad de articulación con circuitos culturales de la Ciudad de Buenos Aires. Los sitios porteños vinculados a Felicitas Guerrero pueden actuar como puntos de activación narrativa antes del viaje, generando una predisposición y expectativa formada en el visitante.

Nodos de articulación en Buenos Aires

Basilica Santa Felicitas · Barracas

Construida por su madre en su memoria. Nodo devocional e histórico de primer orden. Punto de inicio posible del circuito urbano y primer contacto del visitante con la narrativa.

Parque Lezama · San Telmo

Territorio histórico de la élite colonial y criolla. Vínculo con el universo social y familiar de los Guerrero. Conexión con la historia política y social del Río de la Plata del siglo XIX.

Palermo histórico · circuitos Guerrero

Residencias, espacios sociales y circuitos de la oligarquía terrateniente porteña del ochocientos. Contexto de la vida pública y privada de la familia Guerrero en la capital.

La articulación con Buenos Aires habilita un modelo de marketing interregional inédito para la costa atlántica bonaerense: el visitante porteño puede comenzar su experiencia en la ciudad —conociendo la Basílica o los circuitos históricos— y luego continuarla en el Tuyú, cerrando un círculo narrativo de alto valor emocional.

Propuesta de valor diferencial

01 Narrativa nacional en destino regional

Felicitas Guerrero es reconocida en toda la Argentina. Su historia traslada al visitante porteño a un territorio que conoce solo de nombre, generando motivación de viaje sin necesidad de estímulo artificial.

02 Producto permanente, desestacionalizado

Funciona los 12 meses del año. Complementa y equilibra la oferta costera veraniega de Pinamar, generando flujo turístico en temporada baja y diversificando el perfil del visitante regional.

03 Articulación interregional inédita

Conecta dos destinos turísticos —Buenos Aires y Costa Atlántica— con una narrativa histórica compartida y verificable. Habilita paquetes combinados y alianzas entre operadores de ambas ciudades.

04 Paisaje auténtico y no masificado

El Tuyú conserva su ruralidad, su escala humana y su autenticidad territorial: valores centrales del turismo cultural contemporáneo y del segmento de alto gasto y bajo impacto.

05

Anclaje en patrimonio material e inmaterial

Combina sitios físicos —estancias, museos, estaciones— con memoria oral, archivo fotográfico, narrativa literaria y periodística. El producto tiene capas de profundidad para distintos perfiles de visitante.

Tabla 14: Propuesta de valor diferencial

[Proyecto ejecutivo](#)

A4. Ruta de la Memoria Geselina (Villa Gesell – Mar de las Pampas – Mar Azul)

La historia de Villa Gesell es, ante todo, la historia de un hombre y su relación con un territorio hostil. Carlos Idaho Gesell adquirió en 1931 un médano costero de escasa fertilidad, considerado improductivo, y transformó esa adversidad en proyecto de vida: forestar el paisaje, fijar los médanos y construir un refugio que con el tiempo se convertiría en uno de los destinos turísticos más singulares de la Argentina.

Esa visión pionera, que combinaba emprendimiento privado, experimentación forestal y sensibilidad conservacionista, es la materia prima narrativa del producto. La Ruta de la Memoria Geselina no celebra simplemente a un fundador: recorre el proceso de construcción de un paisaje cultural donde la naturaleza intervenida y la identidad comunitaria son inseparables.

«Gesell no encontró un paisaje: lo creó. Y al crearlo, fundó una comunidad, una identidad y un destino.»

— Concepto orientador del producto

Circuito territorial

El recorrido se estructura como un itinerario urbano-natural que articula el núcleo histórico de Villa Gesell con los entornos forestales de Mar de las Pampas y el hito costero del Faro Querandí, en el extremo sur. Puede realizarse en formato de excursión de un día completo o dividirse en tramos temáticos independientes.

Etapas del recorrido

#	Sitio	Valor interpretativo	Tipo de atractivo
01	Casa de Carlos Gesell	Residencia original del fundador. Testimonio material de la visión pionera y del modo de vida de los primeros pobladores.	<i>Patrimonio histórico</i>
02	Museo de los Pioneros	Repositorio de la memoria colectiva fundacional. Documentos, fotografías y objetos que narran el proceso de construcción del destino.	<i>Museo memoria</i>
03	Monumentos urbanos	Esculturas, placas y espacios públicos que jalonan la historia del destino en el tejido urbano de Villa Gesell.	<i>Patrimonio urbano</i>
04	Pinar del Norte	Masa forestal fundacional. Paisaje vivo que expresa la visión conservacionista de Gesell: el monte como proyecto cultural y territorial.	<i>Patrimonio natural</i>
05	Mar de las Pampas	Continuación natural del bosque costero. Ambiente de alta autenticidad paisajística y punto de conexión entre forestación e identidad.	<i>Paisaje costero</i>
06	Faro Querandí	Hito arquitectónico y simbólico en el extremo sur del circuito. Paisaje de médanos, monte y costa en estado casi prístino.	<i>Patrimonio faro · costa</i>

Tabla 15: Etapas del recorrido - Memoria Geselina

Los seis sitios que estructuran el producto se seleccionaron por su valor patrimonial, capacidad narrativa y viabilidad de integración en un recorrido de turismo cultural permanente.

<p>Turismo cultural urbano</p> <p>Visitantes del AMBA y grandes ciudades, 35-65 años, con interés en historia, paisaje y patrimonio. Estadías de fin de semana largo.</p> <p>Segmento primario</p>	<p>Turismo de naturaleza y slow travel</p> <p>Viajeros que priorizan experiencias auténticas, baja masificación y contacto con el paisaje. Alta afinidad con el relato conservacionista.</p> <p>Segmento secundario</p>	<p>Turismo educativo</p> <p>Grupos escolares, universitarios y profesionales del turismo, arquitectura, ecología y urbanismo con interés en el caso geselino.</p> <p>Segmento terciario</p>
--	---	---

Tabla 16: Análisis de segmentos

Proyecto ejecutivo

A5. Ruta de la arquitectura moderna de Pinamar

Narrativa

El valor patrimonial de la arquitectura moderna que caracteriza a Pinamar y su integración con el paisaje forestal.

Sitios prioritarios

- Casa Capotesta
- Casa La Tumbona
- Arquitectura moderna del centro de Pinamar
- Sectores urbanos fundacionales

Actividades específicas del programa

- Relevamiento y sistematización de los sitios patrimoniales
- Diseño de la narrativa interpretativa de cada circuito
- Instalación de señalética interpretativa con códigos QR
- Desarrollo de audioguías en español e inglés
- Elaboración de mapas culturales del corredor
- Capacitación de guías locales en interpretación cultural
- Producción de material educativo para escuelas

Plazo: 12 meses

B. Calendario anual coordinado de eventos culturales

Descripción de la acción:

Desarrollar un calendario cultural coordinado entre los tres municipios con el objetivo de distribuir eventos culturales a lo largo del año y evitar superposiciones, generando motivos de viaje durante la temporada baja.

Sitios prioritarios:

- Centros culturales municipales
- Museos del corredor
- Espacios públicos y anfiteatros
- Mercado de la Estación
- Pinar del Norte
- Teatro de la Torre

Posibles actividades específicas:

- Creación de una comisión intermunicipal de eventos culturales
- Elaboración de un calendario anual coordinado
- Desarrollo de estrategias de comunicación conjunta
- Evaluación anual del impacto turístico de los eventos

Plazo: 6 meses

C. Ruta de experiencias gastronómicas identitarias

Producción alimentaria local · gastronomía de territorio · cultura e identidad del corredor

El corredor Gesell–Pinamar–Madariaga produce y cocina desde siempre, pero aún no ha convertido esa producción en relato turístico. Los tambos de las sierras chicas del Tuyú, la pesca artesanal atlántica, las huertas de los primeros colonos geselinos, la carne vacuna de campo abierto y los productos de granja de General Madariaga son los ingredientes de una gastronomía de territorio todavía sin nombre propio.

La Ruta de experiencias gastronómicas identitarias propone darle ese nombre: conectar la cocina con el paisaje que la produce, y al visitante con los productores, cocineros y comunidades que la sostienen.

Concepto orientador del producto

El sabor de un lugar es su historia más honesta. Aquí se trata de que el plato cuente lo que el paisaje ya sabe.

NODOS DEL CORREDOR · IDENTIDAD GASTRONÓMICA POR DESTINO		
<p>Villa Gesell · Mar de las Pampas NODO FORESTAL · HUERTA · PESCA</p> <p>Productos identitarios Hongos del pinar · hierbas silvestres · pescados atlánticos artesanales · miel costera · mermeladas de durazno y ciruelas de huerta geselina</p> <p>Experiencias ancla Picnic gastronómico en el pinar · taller de hongos silvestres · cena a fogón en Mar de las Pampas</p>	<p>Pinamar · Ostende · Valeria NODO MARINO · GASTRONOMÍA DE AUTOR</p> <p>Productos identitarios Langostino y corvina de la flota artesanal local · calamar · anchoa de banco · algas costeras · vinos del sur bonaerense</p> <p>Experiencias ancla Desayuno del pescador en muelle artesanal · taller de ceviche y marinados · mercado de productores frente al mar</p>	<p>Gral. Madariaga · Juancho · Tuyú NODO RURAL · CAMPO · ESTANCIA</p> <p>Productos identitarios Carne vacuna de campo natural · quesos artesanales de tambo · embutidos caseros · dulces criollos · yerba mate del productor</p> <p>Experiencias ancla Almuerzo criollo en estancia · taller de elaboración de quesos · fiesta del asado y la tradición rural</p>

Tabla 17: Nodos del corredor

TIPOS DE EXPERIENCIAS · MATRIZ DE ACCIONES		
<p>TALLERES CULINARIOS Cocinar con el productor Talleres vivenciales en fincas, tambos y cocinas de autor. El visitante elabora con el productor y se lleva la receta y el producto.</p>	<p>CONCURSOS Mejor sabor del corredor Concurso gastronómico anual entre restaurantes y cocineros del corredor usando solo insumos locales. Jurado mixto: chefs y comunidad.</p>	<p>EVENTOS DE TEMPORADA Fiestas del producto local Eventos temáticos estacionales: Fiesta del Langostino, Mercado del Pinar, Día del Queso Artesanal, Fogón de la Estancia.</p>
<p>VISITAS A PRODUCTORES De la tierra al plato Recorridos guiados por tambos, huertas, pesqueros y granjas. El visitante ve, toca y prueba el producto en su lugar de origen.</p>	<p>CENAS Y MESAS IDENTITARIAS Mesa de territorio Cenas de autor en entornos singulares: el pinar, la playa al atardecer, el casco de estancia. Menú 100% local con relato de cada producto.</p>	<p>MERCADOS Y FERIAS Mercado del corredor Mercado itinerante mensual que rota entre los tres destinos. Productores, cocineros, artesanos y música en vivo con identidad local.</p>

Tabla 18: Tipos de experiencias - Matriz de acciones

CALENDARIO DE EXPERIENCIAS · ESTACIONALIDAD			
<p>Verano Enero · Febrero · Marzo Mercado frente al mar · Desayuno del pescador · Cena en la playa al atardecer · Mercado del corredor</p>	<p>Otoño Abril · Mayo · Junio Temporada de hongos del pinar · Taller de hongos y quesos · Cena a fogón en el bosque · Día del queso artesanal</p>	<p>Invierno Julio · Agosto · Sept. Fogón de la estancia · Almuerzo criollo en Madariaga · Concurso anual · Talleres de embutidos</p>	<p>Primavera Oct. · Nov. · Diciembre Fiesta del langostino · Picnic en el pinar · Apertura temporada · Mercado de productores itinerante</p>

Tabla 19: Calendario de experiencias - Estacionalidad

(*) Las presentes propuestas son expresadas a modo de ejemplo, se recomienda su implementación de manera articulada con los actores locales.

El producto está diseñado con algunas decisiones conceptuales que vale la pena destacar:

Tres identidades gastronómicas diferenciadas dentro de un mismo corredor. Gesell aporta el pinar y la huerta, Pinamar el mar y la pesca artesanal, y Madariaga el campo abierto y la tradición rural. Esta diversidad es una fortaleza: el corredor no repite, suma. Y juntos forman una cocina de territorio completa que ninguno de los tres destinos podría ofrecer por separado.

Los eventos y concursos como articuladores de la comunidad. El concurso anual entre restaurantes y el mercado itinerante no son sólo atractivos para el visitante: son mecanismos de cohesión entre prestadores, productores y municipios. Generan agenda, cobertura mediática y orgullo local — tres cosas que ninguna campaña de marketing compra por separado.

La articulación con los otros dos productos del corredor es estratégica. La Ruta gastronómica funciona sola, pero se potencia enormemente al combinarse con los Caminos de Felicitas Guerrero y la Ruta de la Memoria Gesellina. Un visitante que hace las tres tiene una experiencia de tres o cuatro días completos con narrativas complementarias: historia, paisaje y sabor en un mismo territorio.

C1. Concurso y Festival de la Empanada del Tuyú (Madariaga)

Sitios prioritarios

- Mercado de la Estación
- Predio de eventos municipales

Actividades

- Concurso gastronómico de empanadas
- Talleres de elaboración de empanadas tradicionales
- Feria de productos regionales
- Degustaciones abiertas al público

C2. Talleres de chocolate artesanal (Villa Gesell)

Sitios prioritarios

- Chocolaterías del centro de Villa Gesell
- Espacios vinculados al evento ChocoGesell

Actividades

- Talleres de elaboración de chocolate
- Experiencias gastronómicas participativas

- Integración con el evento ChocoGesell

C3. Semana gastronómica del Bosque y el Mar (Pinamar)

Sitios prioritarios

- Restaurantes del centro de Pinamar
- Restaurantes de Cariló
- Restaurantes de Valeria del Mar

Actividades

- Menús especiales con productos locales
- Degustaciones gastronómicas
- Encuentros con chefs
- Actividades culinarias para visitantes

Plazo: 10 meses

D. Programa de capacitación en museos y espacios culturales

Descripción de la acción:

Implementar un programa de capacitación dirigido al personal de museos y guías locales con el objetivo de mejorar la calidad de la experiencia cultural del visitante.

Sitios prioritarios

- Museo Histórico del Tuyú
- Museo de los Pioneros
- Museo Histórico de Pinamar
- Centros culturales municipales

Posibles actividades específicas

- Capacitación en atención al visitante turístico
- Capacitación en mediación cultural
- Capacitación en herramientas tecnológicas interactivas
- Capacitación en accesibilidad cultural
- Intercambio de experiencias entre museos del corredor

Plazo

6 meses

Plazo: 10 meses

E. Cultura para las infancias

Descripción de la acción:

Desarrollar propuestas culturales orientadas a las infancias y al turismo familiar, aprovechando espacios museísticos existentes y generando experiencias educativas y lúdicas vinculadas al patrimonio natural y cultural del territorio.

Transformar espacios para experimentar con un enfoque pedagógico que combina entretenimiento con aprendizaje. El concepto aprender haciendo busca reforzar el aprendizaje a través del juego en programas de educación. Buscando estar alineados con los ODS (objetivos de desarrollo sostenible) que buscan garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad, y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

Los espacios culturales son accesibles a todos sin embargo el enfoque en las infancias abre un abanico de posibilidades en destinos que buscan atraer turistas fuera de temporada.

El juego es importante para el desarrollo de las infancias ya que constituye una forma de obtener conocimientos y competencias esenciales. Brindando herramientas para la exploración, la capacidad de acción, su procesos de toma de decisiones y su autoconocimiento. El juego genera que las infancias adopten un rol activo y sean dueños de sus propias experiencias.

Los objetivos son el desarrollo cognitivo, social, emocional, creativo y físico. Los cuales se podrán experimentar a través de las propuestas mencionadas a continuación.

Un gran referente sobre políticas públicas para las infancias es Rosario con su modelo el "tríptico de la Infancia". Al igual que el caso de Rosario, este proyecto es un comienzo para convertir y reinventar espacios públicos que incluyan a los niños, quienes se convertirán en los usuarios principales de la cultura en Madariaga combinando el campo, el gaucho y la paleontología.

[Proyecto ejecutivo](#)

F1. Programa educativo del Museo Tuyú Mapu

El objetivo de este programa es transformar la visita pasiva a los museos en una experiencia completamente activa donde descubrir las exhibiciones de los museos sea a través de diferentes actividades inmersivas.

Sitios prioritarios

- **Museo Tuyú Mapu**

Actividades

- Talleres educativos de arqueología y paleontología
- Programas educativos para escuelas
- Actividades culturales para turismo familiar
- Reacondicionamiento de espacios interactivos

F2. Experiencia inmersiva “Pequeños exploradores”

Esta experiencia busca salir del museo y explorar el territorio para aprender jugando, conociendo el ambiente natural, Integrando un desarrollo holístico donde los niños deben buscar diferentes elementos lo cual estimula la capacidad de resolución de retos simulados.

Sitios prioritarios

- Playas
- Médanos
- Entornos naturales cercanos al museo

Actividades

- Búsqueda de fósiles simulados
- Actividades lúdicas de exploración paleontológica
- Clasificación de hallazgos en el museo
- Entrega de kit del explorador

Formato de la experiencia

Duración: 60 a 90 minutos

Cupo: 20 niños por actividad

Experiencia: Cada niño recibe su kit al llegar, en el sector delimitado de la playa o médanos se enterrarán réplicas de fósiles las cuales deberán buscar los niños utilizando los materiales que se le otorgaron anteriormente. Al finalizar la actividad se les entregará un diploma indicando el compromiso con el entorno natural.

Quienes operan:

- Guías especializados o estudiantes de turismo.
- Museo municipal quien será la base de operaciones
- Secretaría de turismo/cultura quien se encargará de otorgar los permisos para usar los espacios públicos.
- Talleristas quienes se encargan de fabricar las réplicas de los fósiles (pueden ser empleados del mismo museo)

Frecuencia: vacaciones de invierno, temporada alta y fines de semana largos

Idiomas: español

Público: niños de 6 a 12 años, turismo familiar, escuelas.

Plazo: 8 meses

G. Talleres culturales inmersivos

Descripción de la acción

Desarrollar talleres culturales participativos donde los visitantes puedan aprender prácticas culturales locales y vivir experiencias vinculadas con la identidad del territorio.

G1. Taller de platería criolla (Madariaga, escuela municipal de Bellas Artes)

Experiencia artesanal donde los visitantes aprenden técnicas básicas de platería.

Formato del taller: Duración: 2 horas

Cupo: 12 participantes por taller

Frecuencia: dos veces por mes

Idiomas: español

Público: turismo cultural, visitantes interesados en oficios tradicionales.

H. Innovación e interpretación cultural del patrimonio

Descripción de la acción

Incorporar herramientas tecnológicas y formatos innovadores de interpretación cultural que permitan modernizar la experiencia turística en museos, circuitos históricos y espacios patrimoniales del corredor.

Estas herramientas buscan mejorar la comprensión del patrimonio, atraer públicos más jóvenes y generar experiencias inmersivas que complementen las visitas tradicionales. La innovación tecnológica aplicada al patrimonio cultural permite además ampliar la accesibilidad a la información, fortalecer la narrativa histórica del territorio y mejorar la calidad de la experiencia del visitante.

H3. Programa “Museo Vivo del Patrimonio Gaucho”

Descripción de la acción

Desarrollar jornadas culturales en las que el patrimonio gauchesco se presente de forma participativa mediante demostraciones en vivo de oficios tradicionales y prácticas rurales.

El objetivo es transformar el patrimonio cultural en una experiencia viva, permitiendo a los visitantes interactuar con artesanos, productores y portadores de saberes tradicionales.

Sitios prioritarios

- Museo Histórico del Tuyú
- Mercado de la Estación
- Estancias rurales del partido de Madariaga

Posibles actividades específicas

- Demostraciones de platería criolla
- Exhibiciones de talabartería
- Talleres de soguería
- Demostraciones de cocina criolla
- Actividades educativas para escuelas

Plazo: 8 meses

H4. Programa “Noches del Patrimonio”

Descripción de la acción

Organizar jornadas culturales nocturnas en museos y sitios históricos del corredor, inspiradas en iniciativas como “La Noche de los Museos”, que permitan abrir espacios culturales fuera del horario habitual y ofrecer actividades especiales.

Estas jornadas incluirán visitas guiadas nocturnas, intervenciones artísticas, música en vivo y propuestas gastronómicas.

Sitios prioritarios

- Museo del Tuyú
- Casa de Carlos Gesell
- Museo de los Pioneros
- Viejo Hotel Ostende
- Museos y centros culturales del corredor

Posibles actividades específicas

- Apertura nocturna de museos
- Visitas guiadas especiales
- Intervenciones teatrales o musicales
- Integración con gastronomía local
- Promoción conjunta del evento en los tres municipios

Plazo: 6 meses

I. Programa de visitas teatralizadas

Descripción de la acción

Desarrollar recorridos culturales guiados mediante intervenciones teatrales, en las que actores representen personajes históricos vinculados a la historia del territorio.

Estas experiencias permitirán narrar de forma dinámica la historia de los fundadores, pioneros, personajes históricos y tradiciones culturales del corredor, generando experiencias culturales inmersivas para los visitantes.

Sitios prioritarios

- Casa Museo La Elenita
- Viejo Hotel Ostende
- Museo Histórico del Tuyú
- Casa de Carlos Gesell
- Pinar del Norte
- Circuitos históricos del corredor

Posibles actividades específicas

- Desarrollo de guiones históricos para cada circuito
- Formación de actores y guías culturales
- Producción de vestuario histórico
- Programación de funciones durante fines de semana y eventos especiales
- Integración con circuitos culturales interpretativos

Formato de la experiencia

- Duración: 90 minutos
- Cupo: 20 personas por función
- Frecuencia: fines de semana de marzo a noviembre
- Idiomas: español (inglés bajo demanda)

Público: familias, escuelas, turismo cultural

Plazo: 8 meses

J. Fortalecimiento de festivales culturales existentes

Descripción de la acción

Implementar un programa de fortalecimiento de festivales culturales consolidados del corredor con el objetivo de mejorar su posicionamiento turístico, ampliar su programación y generar mayor impacto económico y cultural.

Este programa buscará profesionalizar la organización de eventos, mejorar la infraestructura y ampliar su alcance mediante estrategias de promoción conjunta entre los tres municipios.

Fiesta Nacional del Gaucho – General Madariaga

Actividades propuestas

- Inserción en el calendario nacional de fiestas populares
- Mejora de infraestructura para espectáculos y visitantes
- Ampliación de la programación artística
- Transmisión por streaming de actividades principales
- Articulación con agencias de viajes y operadores turísticos

ChocoGesell – Villa Gesell

Actividades propuestas

- Ampliación de la duración del evento
- Masterclass con chocolatiers reconocidos
- Concurso nacional de chocolate artesanal
- Integración con talleres gastronómicos del destino

Encuentros Corales – Villa Gesell

Actividades propuestas

- Invitación a coros nacionales e internacionales
- Organización de workshops y clínicas corales
- Conciertos en espacios patrimoniales y naturales

Invierno Medieval – Mar Azul

Actividades propuestas

- Ampliación de la programación cultural
- Incorporación de feria de artesanos
- Desarrollo de propuestas gastronómicas temáticas

Festival de Arquitectura y Paisaje – Pinamar

Creación de un evento cultural centrado en el valor patrimonial de la arquitectura moderna de Pinamar y su integración con el paisaje forestal.

Actividades propuestas

- Charlas y conferencias sobre arquitectura
- Recorridos guiados por obras emblemáticas
- Exposiciones fotográficas y artísticas
- Participación de arquitectos y especialistas

Concurso de Asadores – General Madariaga

Evento gastronómico tradicional que pone en valor las técnicas de cocción criolla y la cultura del asado vinculada a la identidad rural del territorio. El concurso convoca a asadores locales y visitantes, generando una experiencia gastronómica participativa que combina cocina tradicional, música folclórica y encuentro comunitario.

El evento ya forma parte de la agenda cultural local, pero presenta potencial para fortalecer su posicionamiento como atractivo turístico regional mediante estrategias de comunicación y articulación con otros eventos gastronómicos del corredor.

Acciones propuestas

- Mayor difusión del evento en canales turísticos regionales y provinciales.
- Incorporación del concurso dentro del calendario cultural conjunto del corredor.
- Promoción del evento a través de redes sociales, portales turísticos y medios regionales.
- Integración con otras experiencias gastronómicas del territorio, como el Festival de la Empanada del Tuyú y actividades del Mercado de la Estación.
- Articulación con agencias de viajes y operadores turísticos para incluir el evento dentro de propuestas de fin de semana cultural y gastronómico.
- Producción de material audiovisual para difusión turística.

CRITERIO TRANSVERSAL DE ACCESIBILIDAD

Esto implica considerar, desde el diseño de cada acción, aspectos vinculados a la accesibilidad física, sensorial, cognitiva y comunicacional, promoviendo un turismo cultural inclusivo.

Entre los criterios a considerar se incluyen:

- Señalética accesible y claro
- Materiales interpretativos en formatos accesibles
- Incorporación progresiva de audioguías y recursos digitales
- Adaptación de circuitos y espacios cuando las condiciones del Patrimonio lo permitan capacitación del personal en atención a visitantes

EJE 3 – TURISMO RURAL Y REGENERATIVO (integración con el eje cultural)

Fundamentación

General Madariaga aporta un activo diferencial único dentro del corredor turístico conformado por Pinamar, Villa Gesell y Madariaga: su identidad rural, tradición criolla, producción local (vino, kiwi, miel, aceite alto oleico, productos artesanales) y paisaje de campo característico de la llanura pampeana.

Esta dimensión se encuentra prácticamente ausente en la oferta turística de los municipios costeros, permitiendo desarrollar productos complementarios bajo la lógica "mar + campo", ampliando la propuesta de valor regional.

El turismo rural presenta baja estacionalidad, atrae segmentos de ingresos medios y medios-altos y se vincula con tendencias actuales del turismo orientadas a la autenticidad, el contacto con la naturaleza, la gastronomía regional y las experiencias regenerativas.

Entre los recursos territoriales existentes se destacan espacios vinculados a la identidad local como:

- El histórico Boliche de Juancho, que actualmente funciona como espacio gastronómico y cultural con propuestas de peñas y comidas regionales.
- El Mercado de la Estación, que reúne productores y artesanos locales.
- Emprendimientos gastronómicos rurales como Altos del Tuyú, que ofrece casa de té y almuerzos criollos en entorno rural.
- Paisajes naturales como Paseo Los Horcones, con potencial para actividades recreativas e interpretación del paisaje.

A esto se suman áreas productivas como el paraje rural Macedo, donde se desarrollan plantaciones de kiwi y emprendimientos vitivinícolas como Antiguo Legado, además de la presencia de Bodega Gamboa, activo estratégico para el desarrollo del enoturismo regional.

También se identifican:

- Huertas productivas
- Emprendimientos agroecológicos
- Establecimientos dedicados a la producción de aceite alto oleico

Que pueden integrarse a circuitos de turismo productivo y gastronómico.

El Puesto La Invernada presenta además un alto potencial para el desarrollo de experiencias vinculadas al turismo rural y regenerativo.

Por otra parte, la presencia de la Escuela Agraria de General Madariaga constituye un actor estratégico para el desarrollo de propuestas de turismo

educativo vinculadas a la producción agropecuaria, la alimentación y el conocimiento del territorio.

Ventajas competitivas

- Identidad rural y tradición criolla
- Eventos tradicionalistas consolidados (Fiesta Nacional del Gaucho, Fiesta del Talar)
- Producción local diversificada
- Proximidad a destinos costeros consolidados
- Paisaje rural complementario al paisaje costero

Municipio líder: General Madariaga

LÍNEAS DE ACCIÓN DEL EJE RURAL

A. Programa de incorporación de establecimientos rurales al turismo

Descripción de la acción:

Actualmente en el partido de General Madariaga no existen establecimientos rurales que funcionen de manera sistemática como estancias turísticas abiertas al público. Sin embargo, existen establecimientos productivos y chacras con potencial para desarrollar actividades vinculadas al turismo rural.

Se propone implementar un programa de incentivo y acompañamiento destinado a productores rurales interesados en incorporar actividades turísticas complementarias a sus actividades productivas.

Sitios prioritarios:

- Establecimientos rurales del partido
- Chacras productivas del paraje Macedo
- Establecimientos vinculados a producción de miel, kiwi o vino

Posibles actividades específicas:

- Relevamiento de establecimientos rurales con potencial turístico
- Jornadas informativas con productores rurales
- Capacitaciones en turismo rural y hospitalidad
- Asistencia técnica para adecuación de infraestructura
- Desarrollo de protocolos de seguridad y operación turística
- Definición de estándares de calidad para establecimientos turísticos rurales

Plazo: 12 meses

B. Desarrollo de experiencias rurales en establecimientos productivos

Descripción de la acción:

Desarrollar experiencias turísticas vinculadas al paisaje rural, las actividades productivas y las tradiciones del territorio.

Sitios prioritarios:

- Puesto La Invernada
- Chacras del paraje Macedo
- Huertas productivas
- Establecimientos rurales participantes

Posibles actividades específicas:

- Recorridos interpretativos por establecimientos rurales
- Caminatas o cabalgatas guiadas
- Demostraciones de prácticas rurales
- Degustación de productos regionales

Tipologías de experiencias sugeridas

Tarde de campo

Duración: 4 a 5 horas

Incluye:

- Recorrido por establecimiento rural
- Demostraciones de prácticas rurales
- Cabalgata o caminata guiada
- Merienda con productos regionales

Establecimientos potenciales:

- Puesto La Invernada
- establecimientos rurales participantes

Experiencia rural de día completo

Duración: jornada completa (8 a 10 horas)

Incluye:

- Visita a establecimiento rural
- Interpretación del paisaje productivo
- Almuerzo regional
- Actividades culturales o productivas
- Visita complementaria al Museo del Tuyú o al Mercado de la Estación

Público: familias, turismo cultural, grupos organizados.

Retiro rural

Duración: 2 a 3 noches

Incluye:

- Alojamiento rural
- Gastronomía regional
- Actividades de campo
- Talleres culturales o productivos

Público:

- Turismo de bienestar
- Grupos corporativos
- Turismo de naturaleza

Experiencias innovadoras complementarias

Observación del cielo rural

Actividades nocturnas de observación astronómica aprovechando la baja contaminación lumínica del ámbito rural.

Encuentros culturales alrededor del fogón

Actividades nocturnas con relatos, música y degustación de productos regionales que recuperan tradiciones del ámbito rural.

Plazo: 12 meses

C. Rutas de producción local

Descripción de la acción

Crear circuitos turísticos que permitan al visitante conocer procesos productivos locales, interactuar con productores y adquirir productos con identidad territorial.

Rutas propuestas:

Ruta del vino del Tuyú

Sitios prioritarios:

- Bodega Gamboa
- Antiguo Legado

Actividades:

- Visitas guiadas a viñedos

- Catas de vinos
- Explicación del proceso productivo
- Eventos gastronómicos en viñedos

Ruta del kiwi

Sitios prioritarios:

- Plantaciones del paraje Macedo

Actividades:

- Visitas a plantaciones
- Interpretación del proceso productivo
- Degustación de productos derivados

Ruta de la miel

Sitios prioritarios:

- Apiarios del partido

Actividades:

- Explicación del proceso de producción
- Degustación de mieles diferenciadas
- Venta de productos derivados

Ruta del aceite alto oleico

Sitios prioritarios:

- Establecimiento productor de aceite

Actividades:

- Interpretación del proceso productivo
- Degustaciones
- Venta directa

Ruta de la artesanía criolla

Sitios prioritarios:

- Talleres de platería
- Talleres de talabartería

Actividades:

- Demostración de técnicas artesanales

- Interpretación de oficios tradicionales
- Compra directa de productos

Experiencia complementaria

Productor a la mesa

Encuentros gastronómicos donde productores presentan sus productos y se elaboran platos regionales.

Plazo: 12 meses

D. Fortalecimiento del enoturismo

Descripción de la acción:

La Bodega Gamboa constituye un activo estratégico para el desarrollo del enoturismo en la región. El emprendimiento Antiguo Legado, en el paraje Macedo, puede consolidarse como segundo nodo dentro de este circuito.

Posibles actividades específicas:

- Mejora de infraestructura para recepción de visitantes
- Desarrollo de experiencias de cata y maridaje
- Eventos gastronómicos en viñedos
- Articulación con restaurantes de la costa
- Creación de identidad regional "Vino del Tuyú"
- Señalética turística en rutas
- Material promocional conjunto

Plazo: 12 meses

E. Experiencias gastronómicas del ámbito rural

Descripción de la acción:

Desarrollar propuestas gastronómicas basadas en la tradición culinaria regional y los productos locales.

Sitios prioritarios

- Boliche de Juancho
- Altos del Tuyú
- Puesto La Invernada
- Paseo Los Horcones

Posibles actividades

- Almuerzos regionales
- Encuentros gastronómicos y culturales

- Talleres de cocina regional
- Degustaciones de productos del territorio
- Experiencias gastronómicas alrededor del fogón

Plazo: 6 meses

F. Articulación con Mercado de la Estación y ferias

Descripción de la acción:

Fortalecer el Mercado de la Estación como espacio turístico y de comercialización de productos locales.

Posibles actividades:

- Ampliación a domingos en temporada media
- Mejora de infraestructura
- Incorporación de gastronomía
- Programación cultural

Integración regional

- Feria de productos regionales en Pinamar
- Feria de artesanos en Villa Gesell

Plazo: 6 meses

G. Desarrollo del circuito rural productivo del Tuyú

Descripción de la acción:

Diseñar un circuito turístico que conecte distintos espacios rurales del partido integrando producción local, gastronomía regional, patrimonio cultural y paisaje.

Sitios prioritarios:

- Paraje Macedo
- Bodega Gamboa
- Antiguo Legado
- Puesto La Invernada
- Paseo Los Horcones
- Boliche de Juancho
- Altos del Tuyú

Actividades:

- Diseño del circuito turístico
- Señalización interpretativa
- Elaboración de material informativo

- Capacitación de guías locales

Experiencia innovadora

Circuitos de bicicleta rural

Recorridos que conecten paisaje, producción y gastronomía.

Plazo: 12 meses

H. Programa de turismo educativo rural

Descripción de la acción:

Desarrollar un programa de turismo educativo rural articulado con la Escuela Agraria de General Madariaga.

Sitios prioritarios:

- Escuela Agraria
- Huertas productivas
- Chacras del paraje Macedo

Actividades:

- Visitas educativas guiadas
- Talleres de huerta y agroecología
- Actividades de producción de alimentos
- Interpretación del paisaje rural

Plazo: 12 meses

Tipologías de productos que se van a incentivar

1. Experiencia “Mar + Campo”

Combinación de estadía en la costa con experiencias rurales en Madariaga.

Incluye:

- Alojamiento en Pinamar o Villa Gesell
- Excursión rural a Madariaga
- Gastronomía regional
- Visita a espacios productivos

2. Fin de semana rural del Tuyú

Experiencia de inmersión rural.

Actividades:

- Visitas a establecimientos productivos
- Gastronomía regional
- Mercado de la Estación
- Actividades culturales

Público: familias, parejas, grupos.

3. Experiencia enoturística del Tuyú

Itinerario de medio día:

- Visita a Bodega Gamboa
- Visita a Antiguo Legado
- Almuerzo maridaje
- Paseo por Paseo Los Horcones

Temporada ideal: primavera y otoño.

Actores responsables del eje rural:

- Municipalidad de General Madariaga
- Secretaría de Turismo
- Secretaría de Producción
- Productores rurales del partido
- Bodega Gamboa
- Antiguo Legado
- Productores de kiwi y miel
- Establecimiento productor de aceite alto oleico
- Boliche de Juancho
- Altos del Tuyú
- Mercado de la Estación
- Escuela Agraria de General Madariaga
- Guías de turismo y operadores turísticos
- Alojamientos turísticos de Pinamar y Villa Gesell

EJE 4: TURISMO DE BIENESTAR

Fundamentación

El turismo de bienestar (wellness) se ha consolidado como una de las tendencias de mayor crecimiento a nivel global, impulsada por cambios en los hábitos de consumo y una creciente preocupación por el bienestar integral. Se caracteriza por:

- Demanda activa durante todo el año.
- Disposición a pagar precios premium.
- Búsqueda de experiencias integrales orientadas al bienestar físico, mental y emocional.

El turismo de bienestar se vincula con una transformación global en los hábitos de consumo, donde las personas priorizan cada vez más el autocuidado, el equilibrio personal y la salud integral. Según el informe Global Consumer Trends 2026 de Euromonitor³, los consumidores buscan estilos de vida más equilibrados como respuesta a contextos de incertidumbre y altos niveles de estrés, lo que impulsa la demanda de productos y servicios orientados a la relajación, el bienestar mental y la mejora de la calidad de vida. Las personas también están reevaluando cómo invierten su tiempo, dinero y energía, priorizando experiencias que contribuyan a estilos de vida más saludables, lo que abre oportunidades para el desarrollo de propuestas vinculadas al bienestar y el autocuidado.

En este contexto, la industria turística ha comenzado a responder a esta demanda con propuestas cada vez más orientadas al bienestar. De acuerdo con Forbes⁴, los viajeros muestran un interés creciente por experiencias que integren prácticas de bienestar como la meditación, la respiración consciente, el journaling o actividades de mindfulness, incorporadas en hoteles, spas y resorts para promover un equilibrio físico y mental durante el viaje.

A nivel global, este segmento muestra además un fuerte crecimiento económico. Según Forbes⁵, el turismo de bienestar alcanzó un valor aproximado de 814,6 mil millones de dólares en 2022 y se proyecta que continúe expandiéndose a una tasa anual cercana al 12,4% hasta 2030, impulsado por la creciente demanda de viajes orientados a mejorar el

³ Euromonitor International. *Global Consumer Trends 2026*. Disponible en: <https://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/Euromonitor-SP-GCT-2026ConsumerTrends.pdf>

⁴ Rogers, S. (2026). *Travelers Demonstrate a Strong Interest in Ritual Wellness Practices*. Forbes. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/rogersands/2026/03/02/travelers-demonstrate-a-strong-interest-in-ritual-wellness-practices/?ctpv=searchpage>

⁵ Rogers, S. (2023). *The Global Wellness Tourism Sector Surpasses \$814 Billion Market Share*. Forbes. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/rogersands/2023/11/17/the-global-wellness-tourism-sector-surpasses-814-billion-market-share/?ctpv=searchpage>

bienestar físico, mental y espiritual a través de actividades como yoga, spa, meditación o visitas a centros termales.

Esta tendencia también se refleja en el contexto argentino. De acuerdo con información difundida por Argentina Termal⁶, el turismo termal se consolida como uno de los productos más valorados dentro del turismo de bienestar en el país, ya que combina descanso, salud y contacto con la naturaleza, respondiendo a la demanda de viajeros que buscan mejorar su calidad de vida mediante experiencias de relajación, tratamientos terapéuticos y espacios orientados al cuidado integral.

El corredor cuenta con activos estratégicos ideales para su desarrollo:

- Bosques de pinos con propiedades terapéuticas.
- Playas tranquilas y médanos.
- Aire puro y entorno natural preservado.
- Infraestructura hotelera con potencial wellness subutilizada.
- Cercanía al AMBA como mercado emisor clave.
- Proyecto de Termas en desarrollo

Además, la temporada baja (otoño e invierno) se presenta como oportunidad ideal para retiros, experiencias introspectivas y productos de desconexión.

Municipios líderes: Pinamar + Villa Gesell (especialmente Mar de las Pampas y Cariló)

Proyecto estratégico → Parque Termal de Villa Gesell

LÍNEAS DE ACCIÓN DEL EJE BIENESTAR

A. Desarrollo de retiros de yoga, meditación y mindfulness

Descripción de la acción:

Impulsar el desarrollo del turismo de bienestar en el destino mediante la promoción de propuestas de corta estadía (2 a 4 días), basadas en prácticas como yoga, meditación, respiración con alimentación saludable, contacto con la naturaleza y desconexión digital.

Se promoverá que los prestadores turísticos desarrollen propuestas que contemplen:

- Grupos reducidos de visitantes, favoreciendo experiencias personalizadas y de calidad
- Alojamiento en entornos naturales o con atributos diferenciales vinculados al paisaje

⁶ Argentina Termal. *El turismo termal en Argentina*. Disponible en: <https://argentinatermal.com.ar/?p=19710>

- Programaciones equilibradas que combinen actividades guiadas (bienestar, movimiento, alimentación consciente) con tiempos de descanso
- Incorporación de criterios de alimentación saludable (opciones vegetarianas, orgánicas o locales)
- Participación de profesionales e instructores con formación certificada

Locaciones ideales:

- Mar de las Pampas (ambiente íntimo, boscoso)
- Cariló (exclusividad, diseño)
- Valeria del Mar (tranquilidad)
- Pinamar Norte (médanos, silencio)
- Madariaga → Se podría conectar con el Programa “Madariaga Open Air Meetings” (Eje MICE)

Temporadas prioritarias:

- Otoño (marzo-mayo): clima agradable, sin calor extremo
- Invierno (junio-agosto): introspección, calidez interior
- Primavera (septiembre-noviembre): renovación, energía

Tipologías de retiros:

Sin establecer formatos rígidos, se incentivará la diversificación de propuestas, tales como:

- Experiencias de fin de semana orientadas a escapadas cortas
- Programas de mayor duración (3-4 días)
- Propuestas temáticas que integren bienestar con otras disciplinas (arte, naturaleza, desarrollo personal, etc.)

Actividades específicas para el fortalecimiento de este segmento:

- Identificación y capacitación de instructores locales de yoga/meditación.
- Generación de criterios de calidad y lineamientos orientativos para alojamientos y prestadores.
- Articulación con actores del sector privado (alojamientos, instructores, centros especializados).
- Vinculación con instituciones y comunidades del sector wellness en AMBA.
- Acciones de promoción segmentada del destino como espacio de bienestar.

Plazo:

- Se prevé una primera etapa de implementación en el corto plazo (6 meses), orientada a la consolidación de la oferta existente, generación de capacidades locales y acompañamiento a iniciativas piloto.

B. Fortalecimiento de spas y centros de bienestar

Descripción de la acción:

Promover el desarrollo y consolidación de la oferta de bienestar en el destino mediante el fortalecimiento de spas y centros especializados, incentivando su funcionamiento durante todo el año, la diversificación de servicios y la incorporación de experiencias integrales que combinen descanso, contacto con la naturaleza y prácticas orientadas al equilibrio físico, mental y emocional.

Propuesta de mejora:

Se propone acompañar a los establecimientos en la ampliación y jerarquización de sus servicios, promoviendo:

- Incorporación de tratamientos basados en productos locales (miel, algas, sales marinas), reforzando la identidad territorial
- Desarrollo de experiencias diferenciales como "rituales del bosque", integrando aromaterapia con especies locales (pino) y prácticas sensoriales
- Implementación de servicios innovadores como masajes en entornos naturales (jardines privados, bosque)
- Ampliación de la oferta de tratamientos faciales y corporales con certificación
- Generación de propuestas accesibles como "días de spa", orientadas tanto a turistas como a residentes.

Actividades específicas:

- Relevamiento de spas existentes y sus capacidades.
- Capacitación de personal en nuevos tratamientos.
- Desarrollo de línea de productos spa con identidad local.
- Articulación entre establecimientos para paquetes multi-spa.
- Certificación bajo estándares de calidad.

Actores Involucrados:

- Hoteles con spa.
- Asociación Hotelera.
- Proveedores de insumos (productos orgánicos, aceites esenciales)
- Municipios.

Plazo: se establece un horizonte de implementación de 12 meses para la consolidación de la oferta, el desarrollo de capacidades y la puesta en marcha de experiencias piloto.

Experiencias a promover:

1. **Rituales del bosque**
Experiencias de 3 a 4 horas que integren caminatas conscientes, ejercicios sensoriales, meditación y respiración en entornos naturales. Locaciones potenciales: Pinar del Norte (Villa Gesell), Bosque de Mar de las Pampas, Bosque de Cariló.
2. **Tratamientos con identidad local**
Experiencias de 2 a 3 horas en spas, que combinen bienestar y valorización productiva local. Incluyen instancias de relajación (exfoliación, mascarillas, infusiones) junto con la puesta en valor de insumos regionales como miel, algas y sales.
3. **Escapadas de bienestar de corta estadía**
Programas de 3 días que integren alojamiento, gastronomía saludable, uso de spa y actividades de bienestar (yoga, caminatas, talleres). Se busca fomentar propuestas flexibles que articulen distintas experiencias del destino, adaptadas a la demanda de escapadas en temporada baja.

C. Experiencias en la naturaleza (forest bathing, caminatas conscientes)

Descripción de la acción:

Incorporar prácticas de bienestar basadas en la inmersión sensorial en la naturaleza, aprovechando bosques, playas y médanos del corredor. El "forest bathing" (baño de bosque) es una técnica japonesa (shinrin-yoku) científicamente validada que reduce estrés y mejora la salud.

Se impulsará el desarrollo de propuestas que:

- Favorezcan la conexión consciente con la naturaleza a través de los sentidos
- Integren prácticas de respiración, meditación y movimiento suave
- Se desarrollen en entornos de bajo impacto ambiental
- Contemplan grupos reducidos para preservar la calidad de la experiencia
- Incorporen fundamentos vinculados a la salud y el bienestar

Tipologías de experiencias a promover:

- **Baño de bosque (forest bathing)**
Experiencias guiadas en entornos boscosos que combinan caminatas lentas, ejercicios sensoriales, respiración y meditación. Se orientan a generar una conexión profunda con el entorno natural y favorecer la relajación.

- Caminatas conscientes en médanos
Recorridos de baja intensidad en paisajes de médanos, especialmente en horarios de amanecer o atardecer, que integran prácticas de mindfulness y contemplación del paisaje.
- Meditación en entornos costeros
Sesiones grupales de meditación en playas de baja densidad, aprovechando el sonido del mar y las condiciones naturales como elementos facilitadores de la práctica.

Actividades específicas:

- Capacitación de guías en técnicas de forest bathing y mindfulness
- Identificación de senderos y espacios apropiados
- Desarrollo de señalética e información interpretativa en los espacios naturales
- Desarrollo de protocolos (tamaño de grupo, duración, prácticas)
- Alianzas con profesionales de salud mental para validación científica
- Comunicación en circuitos de bienestar y salud

Actores responsables:

- Instructores certificados en mindfulness y forest bathing
- Municipios (habilitación de espacios, señalética)
- Secretarías de Ambiente (protección de espacios naturales)
- Profesionales del ámbito de la salud y el bienestar

Plazo: 6 meses, considerando que se trata de propuestas de bajo requerimiento de infraestructura, cuya implementación depende principalmente de la capacitación de recursos humanos, la identificación de espacios adecuados y la definición de lineamientos básicos de uso.

D. Paquetes de desconexión digital

Descripción de la acción:

Impulsar el desarrollo de propuestas orientadas a la desconexión digital (digital detox), promoviendo el uso consciente del tiempo libre, la reducción del uso de pantallas y la reconexión con el entorno natural y social. Esta línea responde a una demanda creciente vinculada al estrés tecnológico, el burnout y la búsqueda de bienestar integral.

Se promoverá que los prestadores desarrollen experiencias que:

- Fomenten la reducción o eliminación temporal del uso de dispositivos digitales
- Integren actividades en entornos naturales (bosque, playa, médanos)
- Incorporen prácticas de bienestar como meditación, respiración, escritura y movimiento consciente
- Generen espacios de interacción social y reflexión personal

- Ofrezcan entornos acondicionados (totales o parciales) libres de conectividad

Público objetivo:

- Profesionales con altos niveles de estrés (burnout).
- Familias interesadas en reducir el uso de pantallas.
- Parejas que buscan espacios de reconexión.
- Personas en procesos de cambio personal o vital.

Tipologías de experiencias a promover:

- Actividades de corta duración sin pantallas
Propuestas de medio día que combinan caminatas en la naturaleza, ejercicios de observación y registro analógico (escritura, fotografía), instancias de alimentación consciente y prácticas de relajación.
- Jornadas intensivas de desconexión (24 hs)
Experiencias de inmersión total sin dispositivos, que promueven la presencia plena, la interacción grupal y la conexión con el entorno a través de actividades como caminatas, charlas guiadas, alimentación consciente y espacios de reflexión.
- Escapadas de desconexión de fin de semana
Propuestas de 2 a 3 días que integran alojamiento, actividades en la naturaleza, prácticas de bienestar y acompañamiento guiado, orientadas a generar una desconexión más profunda y brindar herramientas para sostener hábitos saludables en la vida cotidiana.

Temporada: Todo el año, especialmente atractivo en invierno

Actividades específicas:

- Elaboración de lineamientos y protocolos de desconexión digital para prestadores.
- Identificación y acompañamiento a alojamientos interesados en ofrecer espacios sin conectividad.
- Capacitación en facilitación de experiencias offline y dinámicas grupales.
- Articulación con profesionales (psicología, coaching, bienestar digital).
- Promoción del destino en nichos vinculados al bienestar y la salud mental.

Actores involucrados:

- Alojamientos turísticos.
- Facilitadores y guías especializados.
- Profesionales del ámbito de la salud y el bienestar.
- Municipios.

Plazo: 6 meses, considerando que se trata de propuestas que requieren principalmente definición de lineamientos, capacitación de facilitadores y adecuación básica de los espacios, sin necesidad de grandes inversiones en infraestructura.

E. Integración del Parque Termal de Villa Gesell

Descripción de la acción:

Promover la integración del futuro Parque Termal de Villa Gesell como pieza clave para el posicionamiento del corredor en turismo de bienestar durante todo el año. Este desarrollo representa una oportunidad estratégica para reducir la estacionalidad del destino, diversificar la oferta y atraer segmentos vinculados al descanso, la salud y la desconexión.

El parque permitirá complementar la tradicional propuesta de sol y playa, funcionando tanto como alternativa en temporada alta (especialmente ante condiciones climáticas adversas) como motivación principal de viaje en temporada media y baja.

Propuesta de articulación:

Integrar el Parque Termal con la oferta existente del corredor mediante:

- Vinculación con alojamientos y spas de localidades cercanas (Villa Gesell, Pinamar, Cariló)
- Articulación con experiencias de naturaleza (bosque, médanos, reservas naturales)
- Integración con propuestas gastronómicas locales y actividades culturales
- Generación de recorridos y combinaciones que incentiven la permanencia y el desplazamiento dentro del corredor

Tipologías de experiencias a promover:

- Combinación termas + entorno natural
Se incentivará el desarrollo de propuestas que integren el uso del parque termal con actividades en playa, bosque y médanos, ampliando la experiencia de bienestar más allá del espacio termal.
- Circuitos de bienestar a escala regional
Se promoverá la articulación entre distintas localidades del corredor, combinando servicios de spa, termalismo y experiencias en la naturaleza, favoreciendo estadías más prolongadas y el consumo distribuido en el territorio.
- Programas integrales de bienestar
Se fomentará la realización de iniciativas de mayor duración (por ejemplo, semanas temáticas en temporada baja) que integren termas,

prácticas de bienestar, alimentación saludable y actividades recreativas, con potencial de posicionamiento a nivel nacional.

Mientras el Parque Termal no se encuentre operativo, se propone:

- Incorporar el proyecto como "atractivo en desarrollo" dentro de la comunicación del destino.
- Generar contenido de sensibilización sobre los beneficios del termalismo y el turismo de bienestar.
- Promover la capacitación de recursos humanos en servicios asociados al termalismo.
- Avanzar en la articulación con prestadores para facilitar su futura integración.

Actores responsables:

- Mundo Grúa S.A. (desarrollador del Parque Termal)
- Municipio de Villa Gesell
- Prestadores turísticos del corredor

Plazo: acciones preparatorias en 2026; integración plena cuando el Parque esté operativo.

F. Bienestar deportivo en entornos naturales

Descripción de la acción:

Impulsar la incorporación y fortalecimiento de actividades deportivas y recreativas al aire libre, aprovechando playas, médanos y bosques del corredor como escenarios naturales para el movimiento. Esta línea busca integrar ejercicio físico, recuperación y contacto con la naturaleza dentro de un enfoque de bienestar integral, promoviendo beneficios tanto físicos como mentales y contribuyendo a diversificar la oferta turística.

Se puede trabajar en conjunto con el Eje Deportivo para aprovechar los mismos senderos, torneos, espacios, etc.

Se promoverá la generación de propuestas que:

- Integren actividad física con experiencias de bienestar (elongación, respiración, relajación)
- Pongan en valor los recursos naturales del destino (bosque, médanos, playa) como espacios para el movimiento
- Contemplan distintos niveles de exigencia física, desde principiantes hasta perfiles más entrenados
- Incorporen instancias de interpretación ambiental (flora, fauna, ecosistema costero)

Tipologías de experiencias a promover:

- Senderismo y caminatas interpretativas (trekking)
Se incentivará el desarrollo de circuitos guiados en bosque, médanos y costa, combinando caminatas de distinta intensidad con contenidos de educación ambiental y momentos de relajación. Estas propuestas pueden incluir instancias de recuperación física, estiramiento y actividades complementarias vinculadas al bienestar.
- Deportes de mar con enfoque integral (surf)
Se promoverán actividades vinculadas al surf y otros deportes acuáticos, no solo desde la práctica deportiva sino también desde una perspectiva integral que contemple la preparación física, la seguridad, la conexión con el entorno y la recuperación posterior (elongación, yoga, respiración).
- Running y eventos deportivos en entorno natural
Se fomentará la organización y consolidación de eventos de running (5K, 10K, 15K) en circuitos de playa, bosque y médanos, articulando la actividad deportiva con servicios de recuperación (elongación, masajes, spa) y propuestas de bienestar. Este tipo de iniciativas contribuye a posicionar al destino dentro del segmento de turismo deportivo.

Para el fortalecimiento del segmento se propone:

- Capacitación de guías locales en turismo activo y educación ambiental.
- Articulación con escuelas deportivas, instructores y prestadores especializados.
- Promoción de eventos deportivos y recreativos en temporada media y baja.
- Generación de condiciones de seguridad y protocolos para actividades en entornos naturales.

Plazo estimado: 12 meses

Se considera un plazo de un año para permitir el relevamiento inicial, la articulación con actores locales, la adecuación básica de circuitos y la puesta en marcha de experiencias piloto, logrando así una primera consolidación de la oferta sin requerir grandes inversiones en infraestructura.

EJE 5: TURISMO MICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos)

Fundamentación

El turismo de reuniones se posiciona como uno de los segmentos con mayor capacidad para mitigar la estacionalidad en destinos turísticos. En Argentina, según el Observatorio Económico de Turismo de Reuniones, constituye el principal segmento en términos de redistribución de la demanda, concentrando aproximadamente el 60% de los eventos entre agosto y noviembre, período coincidente con la temporada baja de destinos de perfil estival. En este sentido, los eventos corporativos, congresos y convenciones se programan deliberadamente fuera de temporada alta para optimizar costos y disponibilidad, reforzando su carácter desestacionalizador.

Desde el punto de vista económico, presenta un gasto promedio entre tres y cuatro veces superior al turismo vacacional, asociado al consumo de servicios especializados y de alto valor agregado, generando efectos multiplicadores sobre sectores como logística, servicios técnicos, catering y traducción. Asimismo, aproximadamente el 40% de los visitantes por motivos profesionales retorna posteriormente con fines turísticos, ampliando la base de demanda del destino. Adicionalmente, el segmento contribuye a la generación de empleo calificado y a la profesionalización del sistema turístico.

En el caso del corredor Pinamar-Villa Gesell-General Madariaga, se identifican condiciones favorables para el desarrollo del segmento, tales como infraestructura hotelera de calidad subutilizada gran parte del año, adecuada conectividad con el AMBA (principal mercado emisor corporativo) y disponibilidad de espacios para eventos de escala media (200 a 500 participantes), a lo que se suma la conectividad aérea de Villa Gesell mediante Humming Airways como diferencial competitivo. Entre sus principales ventajas se destacan la presencia de hoteles de 4 y 5 estrellas con salones para eventos, la accesibilidad vial (2,5 a 3 horas desde el AMBA), un entorno natural apto para actividades de *team building*, tarifas competitivas en temporada baja, proximidad que favorece la realización de eventos de corta duración (2 a 3 días) y una oferta complementaria consolidada en gastronomía, naturaleza y experiencias para el desarrollo de programas sociales.

En función de estas características, se presentan a continuación propuestas específicas para el corredor, formuladas a partir de su capacidad instalada y de los principales hallazgos del diagnóstico, con el objetivo de asegurar su viabilidad y adecuación al contexto territorial.

Segmentos prioritarios:

- Eventos corporativos (reuniones de directorio, convenciones de ventas, lanzamientos de producto)
- Congresos y jornadas profesionales (asociaciones, colegios profesionales, sociedades científicas)
- Viajes de incentivo para equipos de alto desempeño
- Team building y capacitaciones corporativas

LÍNEAS DE ACCIÓN DEL EJE MICE

[Síntesis análisis MICE](#)

A. Creación de un Bureau Regional MICE

Descripción de la acción: Actualmente no existe una estructura especializada en la captación de eventos. Los hoteles operan de manera individual y reactiva. Se propone crear un Bureau MICE intermunicipal que funcione como ventanilla única para empresas y organizadores, coordinando la oferta integral del corredor.

Funciones del Bureau:

1. Captación de eventos:

- Identificación de eventos potenciales mediante bases de datos especializadas
- Asistencia a ferias MICE nacionales e internacionales (EIBTM, FIEXPO, etc.)
- Visitas comerciales a empresas, agencias MICE y organizadores profesionales
- Presentación de propuestas integradas del corredor

2. Coordinación de la oferta:

- Relevamiento actualizado de capacidades (salones, habitaciones, servicios)
- Articulación entre hoteles, gastronómicos, transportistas y prestadores de actividades
- Negociación de tarifas corporativas especiales
- Elaboración de propuestas "llave en mano"

3. Asistencia a organizadores:

- Site inspections (visitas de reconocimiento) coordinadas
- Gestión de cotizaciones y reservas
- Apoyo logístico durante el evento
- Post-evento: agradecimiento y solicitud de feedback

4. Promoción y marketing:

- Desarrollo de materiales específicos para segmento MICE
- Presencia en plataformas digitales especializadas
- Generación de casos de éxito
- Newsletter para organizadores

Estructura organizativa del Bureau:

Dirección:

- 1 Director Ejecutivo con experiencia en MICE
- Dependencia: Consejo de Gestión del Corredor (supervisión tripartita)

Equipo operativo:

- 1 Coordinador de Ventas
- 1 Coordinador de Operaciones
- 1 Asistente administrativo

Consejo Asesor del Bureau:

- Representantes de hoteles y centros de eventos
- Representantes de agencias MICE
- Representantes de gastronómicos
- Representantes de prestadores de actividades

Sede física: Oficina compartida rotativa entre los 3 municipios, con presencia digital fuerte (web propia, CRM, presencia en redes)

Actividades específicas - Primer año:

- Conformación del equipo y puesta en marcha de la oficina
- Relevamiento exhaustivo de capacidades MICE del corredor
- Desarrollo de base de datos de eventos potenciales
- Diseño de 10 propuestas tipo para distintos perfiles de eventos
- Participación en 3 ferias MICE
- Realización de 20 visitas comerciales a empresas y agencias
- Organización de 2 fam trips para organizadores profesionales
- Captación objetivo: 15 eventos para 2027

Actores responsables:

- Municipios (financiamiento tripartito del Bureau)
- Sector privado hotelero y gastronómico (participación en Consejo, información, tarifas)
- Agencias MICE (articulación comercial)
- INPROTUR (apoyo en promoción nacional e internacional)

B. Desarrollo de sedes y capacidad para eventos

Aunque existe infraestructura hotelera con salones, es necesario relevar capacidades reales, identificar brechas y realizar mejoras para cumplir estándares MICE profesionales.

Relevamiento de capacidades existentes:

Pinamar:

- Hoteles 4-5 estrellas con salones: 7 establecimientos
- Capacidad: salones de 50 a 300 personas
- Teatro Cultura de la Torre: 400 butacas
- Espacios al aire libre: playas privadas, jardines

Villa Gesell:

- Intersur Hotel: salón para 500 personas
- Hoteles con salones medianos: 5 establecimientos
- Teatro Municipal: 720 butacas
- Espacios naturales: Pinar del Norte, playas

General Madariaga:

- Howard Johnson: centro de convenciones (único formal)
- Espacios para eventos rurales: Puesto La Invernada, estancias

Brechas identificadas:

- Falta de espacios para eventos de 300-500 personas en Pinamar (entre hoteles medianos y teatro)
- Equipamiento audiovisual desactualizado en algunos salones
- Conectividad WiFi insuficiente para eventos corporativos
- Falta de espacios "flexibles" para formatos innovadores (workshops, unconferences)
- Escasa oferta de salas de reuniones pequeñas (10-20 personas) para reuniones de directorio

Plan de mejoras:

Infraestructura:

- Actualización de equipamiento audiovisual en 10 salones prioritarios
- Mejora de conectividad (fibra óptica, WiFi de alta velocidad)
- Acondicionamiento de 2 espacios "flexibles" para eventos innovadores
- Señalética profesional en sedes de eventos

Servicios:

- Desarrollo de menús corporativos estandarizados (coffee breaks, almuerzos ejecutivos)
- Capacitación de personal en protocolo MICE
- Implementación de sistemas de registro digital
- Servicios de apoyo: traducción simultánea, streaming, grabación profesional

Certificaciones:

- Certificación de al menos 5 hoteles bajo normas IRAM para eventos
- Certificación de sustentabilidad para eventos (reducción de plásticos, gestión de residuos)

Actividades específicas:

- Auditoría técnica de todas las sedes
- Plan de inversiones priorizado
- Capacitación de personal (100 personas del sector)
- Desarrollo de manual de estándares MICE del corredor

Actores responsables:

- Hoteles y centros de eventos (inversiones privadas)
- Municipios (apoyo en infraestructura complementaria, señalética)
- AHRCA y asociaciones hoteleras (coordinación, estándares)
- Proveedores de tecnología (equipamiento, conectividad)

C. Programa de incentivos fiscales para eventos en temporada baja

Para atraer eventos fuera de temporada alta, se propone crear un sistema de incentivos económicos que haga más atractiva la realización de congresos y eventos en los meses valle.

Tipos de incentivos propuestos:

1. Incentivos municipales:

Reducción de tasas:

- Exención de tasa de seguridad e higiene para eventos en junio-agosto
- Reducción del 50% en tasa de publicidad y propaganda para eventos en temporada baja
- Exención de tasa de ocupación de espacios públicos para actividades complementarias del evento

Servicios municipales sin costo:

- Uso de Teatro Municipal o espacios públicos sin cargo para eventos de más de 200 personas
- Transporte público gratuito para asistentes del evento (circuitos shuttle)
- Personal municipal de apoyo (tránsito, seguridad) sin costo adicional
- Señalética temporal del evento

Apoyo en difusión:

- Inclusión del evento en comunicación oficial del municipio
- Cobertura en medios municipales
- Welcome pack oficial del destino para asistentes

2. Incentivos del sector privado:

Tarifas corporativas preferenciales:

- Descuentos del 20-30% en alojamiento para eventos en temporada baja
- Menús corporativos con precios fijos y competitivos
- Upgrades de cortesía en habitaciones
- Late check-out sin cargo

Paquetes integrados:

- Propuestas "todo incluido" con alojamiento + salón + coffee breaks + almuerzos
- Actividades de team building sin cargo adicional
- Welcome cocktail de cortesía

3. Fondo de promoción conjunto:

- Creación de fondo tripartito (municipios + sector privado) para subsidiar parcialmente eventos estratégicos
- Cobertura parcial de: traslados, actividades especiales, producción audiovisual

Condiciones de acceso a incentivos:

- Evento realizado entre marzo y noviembre (excluyendo feriados largos)
- Mínimo de 50 habitaciones contratadas
- Mínimo de 2 noches de estadía promedio
- Contratación de servicios locales (DMCs, transportistas, actividades)

Actividades específicas:

- Elaboración de normativa municipal de incentivos MICE
- Aprobación por Concejos Deliberantes de los 3 municipios
- Firma de convenio con sector privado para tarifas preferenciales
- Constitución del fondo de promoción
- Comunicación del programa a agencias MICE y empresas

Actores responsables:

- Municipios: HCD (aprobación de ordenanzas), áreas de Hacienda (gestión de exenciones)
- Bureau MICE (gestión operativa del programa)
- Sector privado (compromiso de tarifas preferenciales)

D. Capacitación a prestadores en protocolo MICE

El segmento corporativo exige estándares de calidad, puntualidad y profesionalismo superiores al turismo de ocio. Es fundamental capacitar a prestadores en las particularidades del sector MICE.

Programa de capacitación propuesto:

Módulo 1: Introducción al turismo MICE (8 horas)

- ¿Qué es MICE y por qué es estratégico?
- Diferencias con turismo de ocio
- Actores del sector: organizadores, agencias PCO, empresas, asociaciones
- Tendencias del mercado MICE

Módulo 2: Gestión operativa de eventos (12 horas)

- Proceso de captación y venta
- Site inspection: qué buscan los organizadores
- Elaboración de propuestas y cotizaciones
- Gestión de reservas y rooming list
- Coordinación logística: cronogramas, check-lists
- Atención durante el evento

- Post-evento y fidelización

Módulo 3: Protocolo y ceremonial (8 horas)

- Protocolo corporativo básico
- Orden de precedencias
- Montajes de salones según tipo de evento
- Servicio de catering en eventos
- Gestión de VIPs

Módulo 4: Tecnología para eventos (8 horas)

- Equipamiento audiovisual básico
- Plataformas de registro y acreditación
- Eventos híbridos: presencial + virtual
- Apps para eventos
- WiFi y requerimientos de conectividad

Módulo 5: Sostenibilidad en eventos (4 horas)

- Eventos sustentables: reducción de residuos
- Alternativas eco-friendly: catering, materiales, energía
- Certificaciones verdes para eventos
- Comunicación de prácticas sustentables

Destinatarios:

- Personal de hoteles (gerentes, jefes de banquetes, recepcionistas)
- Gastronómicos
- Proveedores de servicios (transporte, audiovisual, decoración)
- Guías y coordinadores de actividades
- Personal municipal de turismo

Modalidad:

- Presencial: 2 jornadas intensivas (viernes-sábado)
- Semipresencial: encuentros + módulos online
- Gratuito para prestadores locales
- Certificación conjunta: UADE + Municipios + Asociaciones del sector

Actividades específicas:

- Diseño del programa de capacitación
- Convocatoria a prestadores
- Ejecución de 3 cohortes (una por municipio)
- Entrega de material de apoyo (manual MICE del corredor)
- Seguimiento y recertificación

Actores responsables:

- UADE (diseño y dictado)
- Bureau MICE (coordinación, convocatoria)
- Municipios (facilitadores, certificación)
- Expertos del sector (módulos especializados)

E. Articulación con asociaciones profesionales y empresas

La captación de eventos requiere trabajo comercial directo con quienes toman decisiones: departamentos de RRHH y capacitación de empresas, comisiones directivas de asociaciones profesionales, organizadores de congresos.

Estrategia de articulación:

1. Mapeo de oportunidades:

- Base de datos de empresas con equipos de ventas grandes (más de 50 personas)
- Base de datos de asociaciones profesionales (médicas, ingeniería, abogacía, contadores, arquitectos, etc.)
- Calendario de congresos nacionales rotantes
- Identificación de decisores (gerentes de RRHH, presidentes de comisiones científicas)

2. Acciones comerciales:

Visitas corporativas:

- Presentación del corredor como destino MICE a 50 empresas prioritarias del AMBA
- Envío de material promocional y propuestas tipo
- Invitación a site inspections

Alianzas con asociaciones:

- Contacto con 20 asociaciones profesionales con congresos anuales
- Propuestas para ser sede de congresos 2027-2028
- Participación del Bureau en reuniones de comisiones organizadoras

Presencia en eventos del sector:

- Asistencia a encuentros de gerentes de RRHH
- Participación en foros de asociaciones
- Sponsoreo estratégico de eventos profesionales

3. Fam trips y eventos showcase:

- Organización de 2-3 fam trips anuales para decisores corporativos
- Itinerario: recorrida de sedes, experiencias de team building, gastronomía, alojamiento
- Objetivo: que conozcan el destino y visualicen sus eventos

4. Generación de contenido:

- Casos de éxito: documentación de eventos realizados (con autorización de organizadores)
- Video promocional del corredor MICE
- Testimoniales de organizadores satisfechos

- Guía práctica: "Cómo organizar tu evento en el Corredor Costa del Tuyú"

Actividades específicas:

- Elaboración de base de datos de clientes potenciales
- Desarrollo de materiales comerciales específicos MICE
- Ejecución de visitas comerciales (20 por trimestre)
- Organización de 3 fam trips anuales
- Participación en 5 eventos del sector por año

Actores responsables:

- Bureau MICE (gestión comercial)
- Sector privado (participación en fam trips, propuestas)
- Cámara de Comercio e Industria (vínculos con empresas)
- Asociaciones profesionales locales (conexiones)

F. Relevamiento de la oferta MICE

Desarrollo de un relevamiento integral e inventario de la oferta MICE del corredor para identificar capacidad instalada, características de los espacios y oportunidades de mejora, con el objetivo de sistematizar la información y facilitar su comercialización.

Implementación (cómo se lleva a cabo)

- Diseñar una ficha técnica estandarizada para el relevamiento (capacidad, tipología de espacio, equipamiento, servicios asociados, accesibilidad, disponibilidad).
- Realizar un relevamiento territorial de hoteles, salones, centros de convenciones y espacios no tradicionales aptos para eventos en las tres localidades.
- Registrar el equipamiento técnico disponible (audiovisual, conectividad, iluminación, sonido, mobiliario).
- Sistematizar la información en una base de datos unificada del corredor.
- Elaborar fichas técnicas individuales por sede con información normalizada para uso comercial.
- Generar material visual profesional (fotografía, video y recorridos virtuales) de los espacios relevados.
- Desarrollar un catálogo digital unificado del corredor (web o plataforma interactiva) con filtros por capacidad, ubicación y tipo de evento.
- Integrar el catálogo a las estrategias de promoción y comercialización del destino (Bureau, acciones comerciales, presentaciones).

Actores involucrados

- Público: Secretarías de Turismo de Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga

- Privado: Hoteles, salones, centros de eventos, proveedores técnicos
- Académico/Institucional: UADE (apoyo en relevamiento y sistematización de datos)

Plazo estimado

- Corto plazo (0–6 meses): relevamiento y sistematización
- Mediano plazo (6–9 meses): desarrollo de catálogo y material visual

Resultado esperado

- Identificación precisa de la capacidad instalada del corredor
- Disponibilidad de información estandarizada para comercialización MICE
- Mejora en la visibilidad y accesibilidad de la oferta para organizadores de eventos
- Base técnica para la planificación y captación de eventos

G. Campaña de marketing y posicionamiento MICE

Descripción de la acción

Diseño e implementación de una estrategia de marketing segmentada para posicionar al corredor como sede competitiva de eventos corporativos, orientada a la captación de demanda en temporada baja.

Implementación

- Definir segmentos objetivo prioritarios (3–4) con alto potencial MICE: empresas, asociaciones profesionales, organizadores de congresos y cámaras sectoriales.
- Construir una propuesta de valor unificada del corredor basada en infraestructura disponible, entorno natural diferencial y competitividad en costos frente a destinos urbanos.
- Desarrollar paquetes integrales estandarizados (salón + alojamiento + gastronomía + servicios técnicos) con prestadores locales.
- Diseñar propuestas personalizadas por segmento (corporativo, médico, académico, institucional) adaptadas a distintos tipos de eventos.
- Crear una base de datos de contactos clave (empresas, agencias, organizadores, OPCs) para acciones comerciales directas.
- Implementar campañas de contacto directo mediante envíos personalizados (email marketing, presentaciones comerciales, dossiers digitales).
- Participar en ferias, workshops y rondas de negocios del segmento MICE para posicionar el destino y generar vínculos comerciales.
- Desarrollar una identidad específica "Costa Corporativa" y gestionar redes sociales orientadas al segmento (contenido audiovisual, casos, propuestas, testimonios).
- Integrar el catálogo de oferta MICE en todos los materiales comerciales y acciones de promoción.

Actores involucrados

- **Público:** Secretarías de Turismo de los tres municipios
- **Privado:** Hoteles, empresas de eventos, agencias, prestadores gastronómicos y técnicos
- **Institucional:** Cámaras empresarias, Bureau (si aplica), organizadores profesionales de congresos

Plazo estimado

- Corto plazo (0–6 meses): segmentación, diseño de propuestas y materiales
- Mediano plazo (6–12 meses): implementación de campañas y presencia en ferias.

Resultado esperado

- Posicionamiento del corredor como destino MICE competitivo
- Generación de contactos comerciales calificados
- Incremento en la captación de eventos en temporada baja
- Mayor visibilidad del destino en mercados corporativos específicos

H. Observatorio regional de turismo MICE

Descripción de la acción

Creación de un sistema regional permanente de recolección, análisis y monitoreo de información del segmento MICE para la toma de decisiones basadas en evidencia.

Implementación

- Diseñar un sistema de indicadores MICE comunes para el corredor (cantidad de eventos, ocupación asociada, gasto promedio, perfil de participantes y organizadores, impacto económico).
- Definir una metodología de recolección de datos estandarizada en línea con referencias nacionales (ej. modelos del AOCA).
- Establecer acuerdos con prestadores (hoteles, organizadores, sedes) para el suministro periódico de información.
- Implementar una plataforma digital compartida para carga y sistematización de datos (base unificada del corredor).
- Designar un equipo técnico intermunicipal responsable del procesamiento, análisis y validación de la información.
- Elaborar reportes trimestrales con indicadores clave, evolución de la demanda y análisis comparativo.
- Difundir resultados entre actores públicos y privados para ajustar estrategias de promoción, comercialización y desarrollo del segmento.
- Integrar la información del observatorio a la planificación del Bureau y acciones comerciales MICE.

Actores involucrados

- **Público:** Secretarías de Turismo de Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga
- **Privado:** Hoteles, organizadores de eventos, sedes y proveedores
- **Institucional:** AOCA, universidades (apoyo metodológico y análisis de datos)

Plazo estimado

- Corto plazo (0–6 meses): diseño metodológico e implementación del sistema
- Mediano plazo (6–12 meses): generación de reportes y consolidación del observatorio

Resultado esperado

- Disponibilidad de información confiable y sistematizada del segmento MICE
- Mejora en la toma de decisiones estratégicas
- Seguimiento de indicadores de desestacionalización
- Alineación del corredor con estándares nacionales de medición del turismo de reuniones

I. Creación de Calendario Único Regional de Eventos Corporativos (CUREC)

Descripción de la acción

Desarrollo de un calendario digital unificado del corredor para la planificación, coordinación y promoción de eventos corporativos, evitando superposiciones y centralizando la información del segmento MICE.

Implementación

- Diseñar una plataforma digital compartida (web o herramienta colaborativa) para la carga y visualización de eventos del corredor.
- Definir criterios estandarizados de carga de información (fecha, sede, capacidad, tipología de evento, organizador, estado de confirmación).
- Establecer un protocolo de actualización continua con responsables designados por cada municipio.
- Implementar un sistema de codificación (colores o categorías) para segmentar tipos de eventos y facilitar su lectura.
- Centralizar la gestión del calendario en el Bureau regional, responsable de validar, ordenar y difundir la información.
- Coordinar instancias periódicas de carga y validación conjunta para evitar superposición de eventos y optimizar la agenda regional.
- Integrar el calendario a los canales de comunicación y promoción (sitio web, redes, campañas MICE).
- Desarrollar acciones de difusión del calendario como herramienta comercial para organizadores y público profesional.
- Implementar un programa de capacitación para actores públicos y privados sobre uso, carga y actualización del sistema.

Actores involucrados

- Público: Secretarías de Turismo de Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga
- Privado: Organizadores de eventos, hoteles, sedes y prestadores
- Institucional: Bureau regional (gestión y coordinación)

Plazo estimado

- Corto plazo (0–6 meses): desarrollo de plataforma, definición de protocolos y capacitación
- Mediano plazo (6–12 meses): implementación operativa y consolidación del uso

Resultado esperado

- Reducción de superposición de eventos en el corredor
- Mejora en la planificación y coordinación intermunicipal
- Mayor visibilidad y difusión de la agenda MICE regional
- Herramienta operativa para la captación y organización de eventos

J. Fondo de Captación de Eventos Estratégicos

Descripción de la acción

Creación de un instrumento financiero regional destinado a cofinanciar la captación de eventos MICE, priorizando aquellos con alto impacto económico y capacidad desestacionalizadora.

Implementación

- Constituir un fondo común gestionado por el Bureau en articulación con los tres municipios.
- Definir fuentes de financiamiento: aportes públicos iniciales y membresías del sector privado (miembros del Bureau).
- Establecer un reglamento operativo con criterios de elegibilidad (cantidad de asistentes, pernoctes estimados, gasto promedio, estacionalidad del evento).
- Diseñar un esquema de incentivos financiables: apoyo a candidaturas (*bidding*), material promocional, acciones de marketing, subsidios parciales a organizadores.
- Implementar un sistema de convocatoria y evaluación de propuestas de eventos con comité técnico interinstitucional.
- Priorizar eventos a realizarse en temporada baja o media para maximizar el impacto en la desestacionalización.
- Formalizar acuerdos con organizadores beneficiarios, estableciendo compromisos de realización y métricas de impacto.
- Monitorear resultados post-eventos (asistencia, ocupación, impacto económico) para evaluar la efectividad del fondo.
- Ajustar anualmente los criterios y montos del fondo en función de los resultados obtenidos.

Actores involucrados

- **Público:** Municipios de Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga
- **Privado:** Miembros del Bureau (hoteles, empresas, prestadores)
- **Institucional:** Bureau regional (gestión, evaluación y asignación del fondo)

Plazo estimado

- Corto plazo (0–6 meses): diseño del fondo, reglamentación y conformación financiera
- Mediano plazo (6–12 meses): implementación de convocatorias y asignación de recursos

Resultado esperado

- Incremento en la captación de eventos MICE de alto impacto
- Mayor competitividad del corredor frente a otros destinos
- Aumento de la ocupación en temporada baja
- Generación de retornos económicos medibles para el destino

K. Programa “Madariaga Open Air Meetings”

Descripción de la acción

Desarrollo de una oferta MICE diferencial en entornos rurales y naturales de General Madariaga, orientada a reuniones corporativas, capacitaciones y retiros empresariales con componente experiencial.

Implementación

- Identificar y relevar estancias, campos y espacios rurales con potencial para eventos corporativos.
- Definir estándares mínimos de operación (capacidad, accesibilidad, servicios, seguridad, conectividad).
- Adaptar infraestructura básica para reuniones al aire libre (carpas, mobiliario, Wi-Fi, energía, equipamiento audiovisual portátil).
- Desarrollar paquetes integrales para empresas (reunión + alojamiento + gastronomía + actividades de campo).
- Diseñar experiencias complementarias (cabalgatas, gastronomía regional, dinámicas de *team building*, actividades recreativas).
- Articular la oferta con prestadores locales (gastronomía, guías, organizadores, proveedores técnicos).
- Capacitar a los establecimientos rurales en operación de eventos corporativos (hospitalidad, tiempos, protocolos MICE).
- Integrar el producto al catálogo MICE del corredor y a las acciones comerciales del Bureau.
- Implementar acciones de promoción específicas orientadas a retiros empresariales y encuentros de equipos.

Actores involucrados

- **Público:** Municipio de General Madariaga
- **Privado:** Estancias, prestadores rurales, organizadores de eventos, proveedores gastronómicos y técnicos
- **Institucional:** Bureau regional, instituciones de capacitación

Plazo estimado

- Corto plazo (0–6 meses): relevamiento y diseño de producto
- Mediano plazo (6–12 meses): adecuación de infraestructura y lanzamiento comercial

Resultado esperado

- Diversificación de la oferta MICE del corredor
- Posicionamiento de Madariaga como sede de eventos en entornos naturales
- Generación de nuevas oportunidades económicas para el sector rural
- Atracción de eventos corporativos en formatos no tradicionales durante todo el año

L. Programa de retiros de bienestar corporativo

Descripción de la acción

Desarrollo de una oferta integrada de retiros corporativos orientados al bienestar, combinando instancias de trabajo estratégico con experiencias en naturaleza y actividades de integración, a implementarse en temporada baja en el corredor.

Implementación

- Diseñar un producto regional estructurado en formato itinerante (2–3 días) articulando las tres localidades del corredor.
- Definir la distribución funcional del programa:
 - Pinamar: jornadas de trabajo intensivo en hoteles con salones equipados.
 - Villa Gesell: actividades de bienestar en naturaleza (senderismo, reservas, bosque).
 - General Madariaga: experiencias de integración rural (cultura gaucha, dinámicas de equipo).
- Desarrollar paquetes integrales (alojamiento + gastronomía + espacios de reunión + actividades) con prestadores locales.
- Establecer alianzas con facilitadores, coaches y coordinadores de dinámicas corporativas.
- Adaptar la oferta a distintos perfiles empresariales (equipos directivos, mandos medios, áreas específicas).
- Definir estándares operativos (duración, cantidad de participantes, logística de traslados internos, tiempos de actividades).
- Implementar una política de tarifas competitivas en temporada baja para incentivar la demanda.

- Integrar el producto al catálogo MICE y a las acciones comerciales del corredor.
- Promocionar el programa en segmentos corporativos como herramienta de planificación estratégica anual y fortalecimiento de equipos.

Actores involucrados

- Público: Secretarías de Turismo de los tres municipios
- Privado: Hoteles, prestadores de actividades, guías, facilitadores, empresas de transporte
- Institucional: Bureau regional

Plazo estimado

- Corto plazo (0–6 meses): diseño del producto y articulación de actores
- Mediano plazo (6–12 meses): implementación y comercialización

Resultado esperado

- Generación de demanda corporativa en temporada baja
- Integración funcional del corredor como producto único
- Incremento de la ocupación hotelera y consumo de servicios asociados
- Posicionamiento del destino en el segmento de bienestar corporativo

M. Programa de trabajo remoto temporal (Working / Coworking MICE)

Descripción de la acción:

Reconversión de espacios hoteleros y no utilizados en temporada baja en estaciones de trabajo remoto y áreas de coworking, orientadas a atraer demanda durante todo el año.

Implementación

- Relevar hoteles y espacios con baja ocupación fuera de temporada para su adaptación como áreas de trabajo.
- Definir estándares mínimos de operación (conectividad de alta velocidad, mobiliario ergonómico, salas de reuniones, servicios complementarios).
- Adecuar espacios existentes en hoteles (salones, áreas comunes) como coworking y oficinas temporales.
- Diseñar una oferta segmentada por localidad:
 - Pinamar: oficinas privadas, salas de reuniones y espacios corporativos equipados.
 - Villa Gesell: espacios de coworking integrados al entorno natural (bosque/mar) con enfoque en bienestar.
 - General Madariaga: espacios rurales y estancias para jornadas de trabajo remoto en entornos abiertos.

- Desarrollar paquetes flexibles (diarios, semanales, mensuales) que incluyan espacio de trabajo, alojamiento y servicios.
- Integrar servicios complementarios (gastronomía, pausas activas, actividades recreativas).
- Crear una marca y propuesta específica del corredor (ej. "Work from the Coast") para su comercialización.
- Incorporar la oferta en el catálogo digital y acciones de marketing MICE y corporativo.
- Establecer alianzas con empresas, freelancers y comunidades digitales para promover el uso del destino como base de trabajo remoto.

Actores involucrados

- Público: Secretarías de Turismo de los tres municipios
- Privado: Hoteles, espacios de coworking, estancias, prestadores de servicios
- Institucional: Bureau regional

Plazo estimado

- Corto plazo (0–6 meses): relevamiento y adecuación inicial de espacios
- Mediano plazo (6–12 meses): desarrollo de oferta y comercialización

Resultado esperado

- Uso eficiente de infraestructura ociosa en temporada baja
- Generación de demanda turística no estacional
- Diversificación de productos turísticos del corredor
- Posicionamiento del destino como hub de trabajo remoto durante todo el año

EJE 6: GOBERNANZA Y ARTICULACIÓN

Fundamentación

La implementación efectiva del Plan requiere una estructura de gobernanza clara que permita la coordinación entre los tres municipios y la articulación con el sector privado y la sociedad civil. La gobernanza no es solo un organigrama, es un sistema de toma de decisiones, asignación de responsabilidades y mecanismos de seguimiento que garantiza que las acciones se ejecuten de manera coordinada y sostenida en el tiempo.

Objetivo del eje de gobernanza: establecer un sistema de coordinación institucional, participación público-privada y gestión basada en información que garantice la implementación efectiva y sostenida del Plan de Desestacionalización del Corredor.

Para el desarrollo del plan se propone una estructura de gestión y mecanismos de coordinación requeridos.

Estructura de Gestión

La estructura se organiza en tres niveles: político-estratégico, técnico-operativo y consultivo-participativo.

NIVEL 1: CONSEJO DE GESTIÓN DEL CORREDOR (Nivel Político-Estratégico)

Composición:

- 3 Secretarios de Turismo: Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga
- 3 Presidentes de Concejos Deliberantes (o representantes designados)

Presidencia: **Rotativa** anual entre los 3 intendentes

Funciones:

1. Conducción política:
 - Definir la visión estratégica del corredor
 - Aprobar el Plan de Desestacionalización y sus actualizaciones
 - Decidir sobre proyectos estructurales y grandes inversiones
 - Aprobar el presupuesto anual del Plan
 - Firmar convenios y acuerdos con organismos provinciales, nacionales o internacionales
2. Articulación institucional:
 - Representar al corredor ante Provincia y Nación
 - Negociar financiamiento y apoyos
 - Gestionar articulaciones con otros destinos turísticos
 - Coordinar con organismos de turismo regionales

3. Resolución de conflictos:

- Mediar en desacuerdos entre municipios
- Garantizar equilibrio en distribución de recursos y oportunidades
- Velar por el cumplimiento de compromisos asumidos

Periodicidad de reuniones:

- Reuniones ordinarias: trimestrales (4 por año)
- Reuniones extraordinarias: cuando sea necesario
- Formato: presencial rotativo entre los 3 municipios

Mecanismos de toma de decisiones:

- Decisiones estratégicas: consenso (acuerdo de los 3 municipios)
- Decisiones operativas: mayoría simple
- Presupuesto y proyectos de inversión: consenso

Secretaría Técnica del Consejo: A cargo de la Mesa Técnica Intermunicipal (próximo nivel), que prepara materiales, actas y seguimiento de decisiones

NIVEL 2: MESA TÉCNICA INTERMUNICIPAL (Nivel Técnico-Operativo)

Composición:

- 3 Directores/Secretarios de Turismo
- 3 Referentes técnicos por municipio (Cultura, Ambiente/Desarrollo, Comunicación)
- Director del Bureau MICE (cuando esté operativo)
- Coordinador General del Plan (rol ejecutivo nuevo a crear)

Posibilidad de adición de 1 referente técnico de desarrollo productivo por municipio para colaboración con productores rurales, gastronomía, económica local.-

Coordinación: El Coordinador General del Plan actúa como secretario ejecutivo de la Mesa

Funciones:

1. Operativización del Plan:

- Traducir decisiones estratégicas del Consejo en acciones concretas
- Elaborar cronogramas, asignar responsables, definir indicadores
- Coordinar la ejecución de los proyectos ejecutivos
- Gestionar recursos y presupuestos operativos

2. Coordinación intermunicipal:

- Articular acciones entre áreas técnicas de los 3 municipios
- Evitar duplicaciones y aprovechar sinergias
- Compartir información, datos, buenas prácticas

- Elaborar el calendario anual integrado de eventos
3. Seguimiento y evaluación:
- Monitorear avance de proyectos (semáforo de cumplimiento)
 - Recopilar y analizar datos turísticos
 - Elaborar informes trimestrales para el Consejo de Gestión
 - Proponer ajustes y correcciones
4. Articulación con sector privado:
- Convocar al Consejo Asesor Público-Privado
 - Canalizar propuestas del sector
 - Coordinar acciones conjuntas público-privadas

Periodicidad de reuniones:

- Reuniones ordinarias: mensuales (presenciales o virtuales)
- Reuniones de seguimiento de proyectos: quincenales (virtuales)
- Formato: rotativo presencial trimestral + reuniones virtuales

Herramientas de trabajo:

- Plataforma digital compartida (drive, sistema de gestión de proyectos)
- Dashboard de indicadores en tiempo real
- Grupos de WhatsApp/Telegram para coordinación ágil

COORDINADOR GENERAL DEL PLAN

Perfil requerido:

- Profesional en Turismo, Administración o afines
- Experiencia en gestión de proyectos públicos o público-privados
- Conocimiento del sector turístico regional
- Capacidad de articulación y liderazgo
- Residencia en la región

Funciones principales:

- Liderar la Mesa Técnica Intermunicipal
- Coordinar equipos de trabajo de proyectos específicos
- Hacer seguimiento operativo de todas las acciones del Plan
- Elaborar informes de gestión
- Ser el nexo permanente entre los 3 municipios
- Representar técnicamente al corredor cuando sea requerido
- Gestionar financiamiento externo para la ejecución del Plan (internacional, nacional, provincial, privado)

Dependencia: Reporta a la Mesa Técnica y, a través de ella, al Consejo de Gestión

Financiamiento: Aportes tripartitos de los 3 municipios (33% cada uno)

Plazo de designación: 2 años renovables, para dar continuidad más allá de cambios políticos

NIVEL 3: CONSEJO ASESOR PÚBLICO-PRIVADO (Nivel Consultivo/Participativo)

Composición:

Sector Privado:

- 2 representantes de cámaras hoteleras (1 por Pinamar-Gesell, 1 rotativo)
- 1 representante de cámaras gastronómicas
- 1 representante de prestadores de actividades y experiencias
- 1 representante de agencias de viajes

Sector Productivo:

- 1 representante de productores rurales (Madariaga)
- 1 representante de Bodega/enoturismo
- 1 representante de artesanos

Sociedad Civil:

- 1 representante de ONGs ambientales
- 1 representante de centros culturales
- 1 representante de asociaciones tradicionalistas (Madariaga)

Sector Académico:

- 1 representante de UADE Costa Argentina

Sector Transporte:

- 1 representante de Humming Airways
- 1 representante de empresas de transporte terrestre

Total: Aproximadamente 15 miembros

Funciones:

1. Asesoramiento técnico:

- Aportar visión sectorial sobre viabilidad de propuestas
- Brindar expertise en temas específicos
- Proponer ajustes desde la perspectiva operativa

2. Validación social:

- Legitimar las decisiones del Plan ante sus representados
- Garantizar que el Plan responda a necesidades reales
- Construir consensos amplios

3. Articulación operativa:

- Facilitar la implementación de acciones que requieren participación privada
- Comprometer recursos y acciones del sector privado
- Compartir información de mercado, tendencias, innovaciones

4. Retroalimentación:

- Evaluar resultados desde la experiencia concreta
- Alertar sobre problemas o resistencias
- Proponer mejoras y nuevas iniciativas

Periodicidad de reuniones:

- Reuniones plenarias: bimensuales (6 por año)
- Comisiones de trabajo por eje estratégico: según necesidad
- Convocatorias extraordinarias cuando haya temas relevantes

Metodología de trabajo:

- Reuniones facilitadas con agenda clara y materiales previos
- Registro de aportes y propuestas
- Devolución sobre cómo se incorporan (o no) las sugerencias
- Transparencia en la comunicación de decisiones

Comisiones de trabajo por eje: Se pueden conformar subgrupos del Consejo Asesor para trabajar en profundidad cada eje estratégico:

- Comisión Naturaleza
- Comisión Cultural
- Comisión Rural
- Comisión Bienestar
- Comisión MICE
- Comisión Deportiva

Mecanismos de Coordinación

Más allá de la estructura formal, se requieren herramientas y procesos que garanticen coordinación efectiva:

A. CALENDARIO ANUAL INTEGRADO

Descripción: Instrumento central para evitar solapamientos y distribuir flujos turísticos a lo largo del año. Integra todos los eventos, festivales, actividades y lanzamientos de productos de los 3 municipios.

Proceso de construcción de calendario anual.

Fase 1: Relevamiento (enero de cada año)

- Cada municipio lista eventos confirmados y proyectados
- Sector privado aporta eventos propios (ferias, festivales privados)
- Se identifican fechas clave: feriados, fines de semana largos, temporadas escolares

Fase 2: Coordinación (febrero)

- La Mesa Técnica analiza superposiciones
- Se busca distribuir eventos a lo largo del año
- Se prioriza que cada mes tenga al menos un "evento ancla"
- Se rotan eventos entre municipios cuando sea posible

Fase 3: Validación (marzo)

- El Consejo Asesor revisa y aporta
- Se ajusta según viabilidad y recursos
- El Consejo de Gestión aprueba el calendario definitivo

Fase 4: Comunicación (abril)

- Se lanza públicamente el calendario anual
- Se comunica con enfoque "365 días de experiencias"
- Se mantiene actualizado en plataformas digitales

Fase 5: Seguimiento (todo el año)

- La Mesa Técnica monitorea cumplimiento
- Se ajusta ante imprevistos
- Se evalúa impacto de cada evento post-realización
- Formato del calendario:
- Calendario digital interactivo en web del corredor
- PDF descargable por mes
- Versión impresa sintética para oficinas de turismo
- Integración con Google Calendar para que usuarios se suscriban

Este instrumento actúa como el eje de sincronización entre Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga, permitiendo que la oferta cultural funcione como un motor de demanda constante y no como una serie de esfuerzos aislados.

Clasificación estratégica de eventos

Para una gobernanza efectiva, la mesa técnica categoriza cada actividad según su impacto y capacidad de atracción de flujo extra-regional:

- **Eventos Ancla (Regionales/Nacionales):** de alta convocatoria que justifican por sí mismos un viaje al corredor.
 - ChocoGesell (agosto)
 - Fiesta Nacional del Gaucho (diciembre)
 - Invierno Medieval (julio)

Requieren financiamiento compartido y un protocolo de comunicación multiplataforma unificado.

- **Eventos Temáticos (Segmentados):** orientados a nichos específicos para generar "razones para viajar"
 - Festival de Arquitectura y Paisaje (abril)
 - Encuentros Corales (octubre)
 - Fiesta del Libro Gaucho (mayo)

Coordinados para evitar solapamientos temáticos y potenciar la rotación territorial entre los tres municipios.

- **Eventos de Activación Local (Fidelización):** actividades de menor escala que complementan la experiencia del visitante y fomentan el consumo local.

- Noche de las Heladerías
- Noche de los Museos
- Visitas teatralizadas los fines de semana.

Implementación mediante el "**Pasaporte Cultural**", incentivando la circulación de turistas entre los centros culturales y museos del corredor.

El éxito del calendario depende de la ejecución rigurosa de las fases de construcción coordinadas por los distintos niveles de gestión:

- **Fase de coordinación - técnica:** La mesa técnica garantiza la diversidad temática (música, cine, gastronomía) y la rotación territorial, evitando que los eventos ancla coincidan en el mismo municipio o fecha.
- **Fase de validación - participativa:** El consejo asesor (sector privado y académico) evalúa la viabilidad y los recursos necesarios, asegurando que el sector privado acompañe con promociones de alojamiento y gastronomía.
- **Fase de seguimiento - evaluativa:** Se realiza una evaluación post-evento para medir el impacto económico y la satisfacción, datos que alimentarán el "Sistema de información compartido" del corredor.

Para garantizar que la información sea accesible y profesional, el formato incluirá:

- Dashboard Interactivo: Mapa del corredor con los eventos geolocalizados.
- Sincronización: Integración con Google Calendar para el turista y los prestadores privados.
- Bilingüismo: Material y señalética en español e inglés para captar segmentos internacionales o MICE.

B. SISTEMA DE INFORMACIÓN COMPARTIDO

Descripción: Base de datos unificada que permita conocer en tiempo real la situación turística del corredor y tomar decisiones basadas en evidencia.

Componentes del sistema:

1. Estadísticas de demanda:
 - Ocupación hotelera mensual (por municipio y tipo de alojamiento)
 - Llegadas de visitantes (estimación a partir de aforos, encuestas, tráfico vehicular)
 - Perfil del visitante (origen, motivaciones, gasto, satisfacción)
 - Estadía promedio
 - Tasa de retorno

2. Estadísticas de oferta:

- Inventario de plazas (actualizado anualmente)
- Inventario de atractivos y productos turísticos
- Calendario de eventos (ya mencionado)
- Prestadores activos por temporada

3. Indicadores de desempeño del Plan:

- Avance de proyectos ejecutivos
- Cumplimiento de metas
- Ejecución presupuestaria

Plataforma tecnológica:

- Sistema web accesible para los 3 municipios
- Permisos diferenciados: carga de datos, consulta, análisis
- Visualización mediante dashboards interactivos
- Generación automática de reportes

Responsable: Coordinador General del Plan, con apoyo de áreas de estadística municipal y UADE

Periodicidad de actualización:

- Datos de ocupación: mensual
- Encuestas de perfil: trimestral (temporada alta) y semestral (baja)
- Inventario de oferta: anual
- Indicadores de proyectos: mensual

C. MARCA REGIÓN

Descripción: Identidad comunicacional conjunta que posicione al corredor como una unidad con diversidad interna.

Elementos de la marca:

Nombre propuesto: "**Corredor Costa del Tuyú: Mar, Bosque y Campo**"

Concepto: Un destino, tres experiencias, 365 días

Todas las estaciones tienen su encanto: verano activo, otoño tranquilo, invierno introspectivo, primavera renovadora.

Manual de marca: Documento que establece usos correctos de la marca, tono de comunicación, ejemplos de piezas, para garantizar coherencia

D. FONDO COMÚN DE PROMOCIÓN

Descripción: Recurso económico compartido para financiar acciones de marketing y promoción conjunta del corredor.

Constitución del fondo:

Aportes municipales:

- Cada municipio aporta un porcentaje de su presupuesto de turismo (por ejemplo, 20%)
- Aportes proporcionales o igualitarios (a definir por el Consejo de Gestión)

Aportes del sector privado:

- Contribuciones voluntarias de cámaras y grandes prestadores
- Sponsors para acciones específicas

Otros recursos:

- Cánones por uso de marca en productos turísticos
- Subsidios provinciales o nacionales para promoción

Administración:

- El Fondo es administrado por la Mesa Técnica
- Toda erogación requiere aprobación de los 3 municipios
- Rendiciones trimestrales
- Auditoría anual

Partiendo de la estructura propuesta y los mecanismos de coordinación:

Acciones estratégicas:

- **Creación formal del consejo de gestión del corredor.**

Acción: acuerdo intermunicipal de cooperación turística entre Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga; designación de representantes políticos; creación del presupuesto anual del Plan de Desestacionalización.

- Mesa técnica intermunicipal

Acción: designar un Coordinador General del Plan; elaboración del plan operativo anual cronograma de proyectos; coordinación intermunicipal de programas turísticos.

- Creación del consejo asesor público-privado

Acción: convocatoria de cámaras empresariales, asociaciones profesionales; realización de mesas de trabajo temáticas por eje estratégico (naturaleza, cultura, bienestar, rural, MICE)

- Implementación de un sistema regional de información turística

Acción: creación de una base de datos turística regional unificada; desarrollo de un observatorio turístico del corredor.

- Creación de ente **regional** de promoción turística.

Descripción: organismo público-privado autónomo para ejecutar campañas, comercializar producto conjunto, gestionar ferias y atraer MICE.

Responsables: Consejo de Gestión + Consejo Asesor Público-Privado + Coordinador General del Plan.

Programa de pasantías y proyectos aplicados con la Universidad

- **Descripción:** convenio con UADE para pasantías, tesis aplicadas, laboratorios de datos y consultorías (observatorio, evaluación de impacto, innovación de producto).
- **Responsables:** mesa técnica + universidad
- **Indicador:** cantidad de pasantes/tesis/proyectos entregados por año.
- **Formación práctica:** incorporar estudiantes universitarios en proyectos aplicados que aporten datos y soluciones al Plan de Desestacionalización.
- **Producción de conocimiento:** generar información periódica y rigurosa sobre demanda, oferta y desempeño de políticas.
- **Vinculación:** fortalecer el vínculo UADE–municipios–sector privado para innovación y transferencia tecnológica.

Alcance

- **Pasantías:** áreas: estadística turística, marketing digital, desarrollo de producto, investigación socioambiental, MICE, gestión de datos.
- **Observatorio:** recolección y análisis de datos (ocupación, perfiles, eventos), elaboración de informes trimestrales y dashboards públicos.
- **Perfil de pasantes:** estudiantes avanzados en Turismo, Administración, Economía, Estadística, Comunicación, Ciencias Ambientales, Informática.
- **Competencias:** manejo de Excel/SQL/Power BI o similar, encuestas, análisis estadístico, comunicación de resultados.

Observatorio académico-técnico del Corredor

- **Descripción:** nodo técnico (UADE Costa Argentina) que produzca estudios, encuestas, modelos de demanda y evaluaciones de impacto socioambiental.
- **Responsables:** UADE + coordinador general + áreas de estadística.
- **Indicador:** informes trimestrales/publicaciones.

Programa de capacitación continua público-privada

- **Descripción:** oferta anual de cursos (atención al visitante, digitalización, gestión de eventos, sostenibilidad) dictada por UADE.
- **Responsables:** UADE, cámaras empresariales, Municipalidad (recursos).
- **Indicador:** participantes formados y satisfacción.

EJE 7: DEPORTE

Fundamentación

El turismo deportivo se ha consolidado como uno de los segmentos de mayor crecimiento dentro de la industria turística. Este tipo de turismo abarca viajes que se realizan con el fin de participar en actividades deportivas, asistir a eventos o visitar destinos vinculados al deporte, generando flujos turísticos específicos y un impacto económico significativo en los destinos anfitriones⁷.

Una de las principales características del turismo deportivo es su capacidad de generar demanda turística durante todo el año, ya que las competencias, torneos y eventos pueden programarse en diferentes momentos del calendario. Por este motivo, numerosos destinos lo utilizan como una herramienta estratégica para diversificar la oferta turística y reducir la estacionalidad, dinamizando la actividad económica en períodos de menor demanda⁸.

En Argentina, el turismo deportivo también ha demostrado su potencial como motor de desarrollo turístico. Algunos destinos han incorporado calendarios de eventos deportivos como estrategia de posicionamiento y generación de movimiento turístico. En la provincia de Córdoba, por ejemplo, una serie de competencias deportivas vinculadas al running y actividades náuticas convocó a más de 35.000 visitantes y generó un impacto económico cercano a los 1.900 millones de pesos, evidenciando la capacidad de este segmento para movilizar visitantes y dinamizar economías locales⁹.

En este contexto, el desarrollo del turismo deportivo representa una oportunidad para atraer nuevos segmentos de mercado, ampliar la permanencia de los visitantes y fortalecer la competitividad turística del territorio.

A. DESARROLLO DE CIRCUITOS DEPORTIVOS PERMANENTES

El desarrollo de circuitos deportivos permanentes en el corredor se plantea bajo un enfoque de sostenibilidad y uso responsable del entorno natural, priorizando la conservación de los ecosistemas de bosque, médanos y áreas

⁷ Organización Mundial del Turismo (UN Tourism), “Sport Tourism”, disponible en: <https://www.untourism.int/sport-tourism>

⁸ Sports Tourism News, “Report: Global sports tourism market 2.4 trillion by 2030”, disponible en: <https://www.sportstourismnews.com/report-global-sports-tourism-market-2-4-trillion-2030/>

⁹ El Diario de Viaje, “Turismo deportivo Córdoba Argentina running”, disponible en: <https://www.eldiariodeviaje.ar/index.php/es/noticias/item/3060-turismo-deportivo-cordoba-argentina-running>

naturales. En este sentido, la propuesta no implica la intervención del territorio, sino la puesta en valor de senderos y trazos existentes, promoviendo su uso ordenado y minimizando impactos ambientales.

Estos circuitos podrían diseñarse tanto para el uso recreativo de residentes y turistas como para el desarrollo de actividades deportivas, contribuyendo a diversificar la oferta turística durante todo el año.

Asimismo, la consolidación de esta red de circuitos abre oportunidades para la generación de productos turísticos de corta estadia, especialmente paquetes de fin de semana vinculados al deporte y la naturaleza.

1. Circuito señalado de running en bosque y/o médanos

Descripción: desarrollo de circuitos de running en entornos naturales de bosque y médanos del corredor, bajo criterios de planificación ambiental y uso responsable del territorio. Estos recorridos permitirán tanto el uso recreativo de turistas como la realización de entrenamientos y competencias deportivas, priorizando la conservación del entorno natural y la sostenibilidad del recurso.

Acciones específicas:

- Identificación y diseño de recorridos de distintas distancias y niveles de dificultad (5 km, 10 km, 20 km), aprovechando los senderos existentes para evitar la apertura de nuevos caminos.
- Definición de capacidad de carga y regulación del uso.
- Trabajo conjunto con áreas de ambiente para monitoreo y mantenimiento.
- Instalación de señalética deportiva y cartelería interpretativa (distancias, desniveles, recomendaciones).
- Incorporación de puntos de hidratación y descanso en puntos estratégicos.
- Desarrollo de mapas digitales disponibles en webs municipales y apps deportivas.
- Promoción del destino como espacio de entrenamiento para corredores.

Actores involucrados:

- Municipios de Pinamar, Villa Gesell y Madariaga.
- Áreas municipales de deporte, turismo y ambiente.
- Clubes de running y organizaciones deportivas.

2. Red de cicloturismo entre Pinamar, Villa Gesell y Madariaga.

Descripción: creación de una red de rutas de cicloturismo que conecte los principales destinos del corredor.

Acciones específicas:

- Diseño de señalización de la ruta.
- Instalación de cartelera específica para ciclistas (distancias, dificultad, servicios cercanos).
- Creación de estaciones de hidratación, descanso y reparación básica de bicicletas.
- Desarrollo de mapas digitales de cicloturismo.
- Promoción de travesías cicloturísticas
- Articulación con alojamientos para ofrecer servicios de equipamiento deportivo (guardado de bicicletas, herramientas, lavaderos).

Actores involucrados:

- Municipios del corredor.
- Áreas municipales de deporte, turismo y ambiente.
- Asociaciones de ciclismo y clubes deportivos.
- Prestadores turísticos y alojamientos.
- Comercios y talleres de bicicletas.

3. Senderos para trekking y caminata en entornos naturales

Descripción: desarrollo de una red de senderos para trekking y caminatas en entornos naturales que permita poner en valor los paisajes del corredor.

Acciones específicas:

- Identificación y delimitación de senderos en bosques, médanos, playa
- Implementación de señalética interpretativa sobre flora, fauna y paisaje
- Instalación de miradores y áreas de descanso en puntos estratégicos.
- Desarrollo de circuitos guiados con guías locales.
- Desarrollo de mapas digitales disponibles en webs municipales
- Organización de caminatas temáticas y eventos de senderismo.

Actores involucrados:

- Municipios del corredor.
- Áreas municipales de deporte, turismo y ambiente.
- Organizaciones ambientales y asociaciones de guías.

A continuación, se presentan algunas ideas de productos asociados a estos circuitos:

Ejemplo de producto turístico: Running

Combinar entrenamiento con experiencias en entornos naturales del corredor, aprovechando los circuitos de bosque, médanos y playa para atraer corredores amateurs, clubes de running y turistas activos.

Día 1:

Check in en alojamiento + bienvenida con charla de entrenador + entrenamiento suave al atardecer en playa o bosque.

Día 2:

Desayuno + circuito de running por médanos y bosque + hidratación y descanso + tarde libre de playa o recuperación + cena saludable.

Día 3:

Desayuno + running al amanecer en playa + stretching o yoga de recuperación + recorrido por el centro o paseo gastronómico.

Paquete Ciclismo

Integrar cicloturismo en la costa con recorridos rurales hacia General Madariaga, permitiendo conocer diferentes paisajes del corredor.

Día 1:

Check in + bienvenida + salida corta en bicicleta por bosque y costa para reconocimiento del circuito.

Día 2:

Desayuno + travesía cicloturística guiada entre Pinamar, Cariló, Villa Gesell y Madariaga + parada gastronómica en campo o parador + regreso.

Día 3:

Desayuno + paseo recreativo en bicicleta + tiempo libre para playa o caminatas.

4. Triatlón de la Costa Atlántica (natación, ciclismo y running)

Descripción:

Evento deportivo de alto impacto que utiliza los municipios de Pinamar, Villa Gesell y General Madariaga como un solo escenario natural.

Acciones específicas:

- Mapeo de Rutas para definir el circuito y niveles de dificultad (Relevamiento de los circuitos de natación en Gesell, ciclismo y running en Pinamar y General Madariaga).
- Certificación de circuitos solicitando a la Federación Argentina de Triatlón que otorgue un ranking y así atraer a atletas que se dediquen profesionalmente al Triatlón
- Coordinación con los cuerpos de guardavidas de Pinamar y Gesell sumando el apoyo de Prefectura Naval Argentina para realizar un plan de seguridad acuática.
- Coordinación entre los directores deportivos de cada municipio para unificar criterios y permisos que se necesitan para hacer uso del espacio público.
- Coordinación con los cuerpos de vialidad provincial para realizar un plan de seguridad para los deportistas.
- Creación de un sello en los alojamientos que brindan early breakfast y menús que se adecúen a las dietas de los atletas y espacios de guardado de bicicletas.

Actores involucrados:

- Secretaría de turismo y deporte
- Fuerzas de seguridad y tránsito
- Sistema de salud pública
- Hotelería y Gastronomía
- Organización de eventos deportivos
- Comercios locales

Beneficios:

- Se pueden realizar estos eventos en octubre/noviembre o marzo/abril cuando el clima acompaña y la ocupación hotelera es baja.
- Los 3 municipios colaboran en logística y seguridad fortaleciendo su vínculo
- Los triatletas suelen viajar acompañados con sus familiares lo que puede ayudar a los servicios de alojamiento y gastronomía.

5. Campeonatos de beach sports (beach volley, beach tennis, beach rugby).

Descripción:

El objetivo es transformar las playas en una sede de deportes de arena durante la temporada media (marzo/abril , octubre/noviembre) haciendo participar a los paradores ofreciendo una experiencia que incluya deporte, música y gastronomía regional para así poder generar un flujo constante de grupos deportivos que garantice ocupación hotelera fuera de la temporada alto.

Actores involucrados:

- Secretaría de turismo y deporte (Pinamar, Villa Gesell y Madariaga)
- Secretaría de turismo y deporte de la Nación Argentina
- Sistema de salud pública
- Federaciones provinciales y nacionales
- Paradores de playas
- Hotelería y gastronomía
- Empresas de transporte local para moverse entre los municipios

B. APROVECHAMIENTO DE LAS CANCHAS DE GOLF EN PINAMAR

El golf se presenta como un producto con alto potencial para el desarrollo del turismo deportivo en el corredor, a partir de la infraestructura existente en Pinamar. El club Links Pinamar constituye una cancha histórica que cuenta con recorridos de 18 y 9 hoyos, lo que permite atraer tanto a jugadores experimentados como a principiantes.

Su localización en un entorno de bosque y proximidad al mar representa un diferencial competitivo, combinando la práctica deportiva con el disfrute del paisaje natural. Asimismo, el predio dispone de servicios complementarios que enriquecen la experiencia, tales como el driving range (espacio destinado a la práctica de golpes largos), el putting green (área donde se practican los golpes cortos y de precisión para embocar la pelota), una escuela de golf y la organización de torneos a lo largo de todo el año.

Además, el club cuenta con una propuesta gastronómica propia, el restaurante Hoyo 19 Restó Bar, que permite integrar la experiencia deportiva con momentos de descanso y socialización, aportando valor al producto turístico.

C. BÁSQUET FORMATIVO Y COMPETITIVO

Descripción:

El básquet es un gran generador de convocatoria para la formación y competencia en diversos destinos. Buscar posicionar el corredor Gral Madariaga, Pinamar y Villa Gesell permite convertir este corredor en un gran polo de turismo deportivo. Se busca realizar encuentros deportivos que generen un gran flujo de deportistas, entrenadores y familias.

Propuestas:

- Encuentros nacionales y regionales de basquet
- Campus de 3 días enfocados en el aprendizaje y la diversión, dirigidos a niños y adolescentes entre 9 y 17 años.
- Giras Deportivas de Básquet: Programa diseñado para jugadores jóvenes de las provincias del interior del país donde se incluye alojamientos, comidas y pasajes.
- Sede del Encuentro Torneo Internacional de mini básquet
- Encuentro regional de básquet
- Torneo Argentino de Maxi Básquet Femenino (mayores de 30 años)

D. Natación: aguas abiertas

Descripción:

La natación se convirtió en un pilar fundamental para el turismo en destinos costeros. Hay que posicionar el corredor como un escenario natural para atletas que necesitan competir, entrenar y combinarlo con la naturaleza fuera de las piletas cerradas de los clubes.

Propuestas:

- Circuito de aguas abiertas
- Acuathlon Éxodo Pinamar: combinar natación con running (esto ya se realiza)
- Clínicas de perfeccionamiento
- Open water Argentina (OWA)
- Maratón Acuática Pinamar y Villa Gesell

Bibliografía

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales - INSOD

Bibliografía

Arraiza, E., et al. (2016). *Manual de gestión municipal* (1.ª ed.). Konrad Adenauer Stiftung.

Expedia Group. (2025). *Travel trends report 2025*. Expedia Group

Federación Española de Municipios y Provincias. (2018). *Modelos de gestión turística local: Principios y prácticas*. ROS Development & Planning S. L.

Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. (s. f.). *Plan estratégico regional Tuyú: Mar y campo*.

Municipalidad de General Madariaga. (2005). *Plan rural participativo General Madariaga: Programa de Desarrollo Rural Estratégico (2004–2005)*. Secretaría de Extensión Universitaria, Universidad Nacional de La Plata.

Municipalidad de Pinamar. (s. f.). *Plan de ordenamiento urbano y territorial: Pinamar 2050*. Municipalidad de Pinamar.

Municipalidad de Villa Gesell. (1999). *Plan estratégico de Villa Gesell*. Elaborado en conjunto con la Universidad Nacional de La Plata, Secretaría de Extensión Universitaria, Dirección de Asuntos Municipales.

Municipalidad de Villa Gesell. (2022). *Plan estratégico turístico sustentable de Villa Gesell 2022*. Municipalidad de Villa Gesell; Universidad Nacional de Mar del Plata

Organización Mundial del Turismo. (1999). *Agenda para planificadores locales: Turismo sostenible y gestión municipal*. Organización Mundial del Turismo.

Organización Mundial del Turismo. (2018). *Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions*. Organización Mundial del Turismo.

Schulte, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turístico*. ILPES-CEPAL.

Varisco, C., Castellucci, D. I., González, M. G., Muñoz, M. J., Padilla, N. A., Campoliete, L., & Benseny, G. (2014). El relevamiento turístico: De CICATUR a la planificación participativa. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 4(3), 45-54.