

**ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA
MICRORREGIÓN “TIERRA DE PALMARES”**

Horizonte 2026-2036

Agosto 2026

1. INTRODUCCIÓN

En la provincia de Entre Ríos, la microrregionalización turística se ha promovido como una estrategia orientada a superar la fragmentación institucional, favorecer economías de escala y consolidar identidades territoriales. En este marco, la planificación estratégica del turismo a escala local demanda dispositivos de articulación intermunicipal que permitan coordinar actores, capacidades y recursos bajo esquemas de gestión integrados, en complementariedad con las competencias de cada jurisdicción. Asimismo, las restricciones estructurales de la oferta y la necesidad de mejorar la eficiencia en la asignación de recursos refuerzan la importancia de consolidar marcos colaborativos de mayor alcance que potencien la calidad y el impacto de las políticas públicas.

En este contexto, la Microrregión “Tierra de Palmares” se inscribe en un proceso de construcción institucional con más de dos décadas de trayectoria, iniciado a partir de la firma del Convenio de Cooperación e Integración Turística en 1997 entre los municipios del departamento Colón y posteriormente ampliado a otras localidades de la región. Este proceso ha atravesado distintas etapas, con momentos de impulso vinculados al desarrollo de productos estratégicos (como el turismo termal) o la articulación con organizaciones internacionales (especialmente franco-suizo) así como períodos de menor intensidad asociados a las dinámicas políticas locales. La consolidación de este espacio de trabajo asociativo dio lugar a la conformación del Consejo Microrregional de Turismo “Tierra de Palmares”, como ámbito institucional público-privado orientado a la definición de políticas, la planificación conjunta y la gestión coordinada del destino.

Desde sus orígenes, la lógica microrregional ha estado orientada a concentrar fortalezas, optimizar recursos y posicionar un destino ampliado, capaz de integrar atractivos y servicios bajo una misma estrategia de desarrollo. Entre sus fundamentos se destacan la necesidad de profesionalizar la gestión turística, mejorar la eficiencia de las acciones de promoción y marketing, desarrollar productos regionales integrados y avanzar en esquemas de calidad y formación de recursos humanos, así como fortalecer la participación del sector privado en la toma de decisiones. Estos lineamientos dan cuenta de una concepción del turismo como política pública territorial que trasciende las escalas locales y requiere de instancias de coordinación más amplias.

En este sentido, la formulación de una estrategia de desarrollo turístico sostenible para la Microrregión “Tierra de Palmares” se sustenta en un enfoque integrado de planificación territorial que reconoce la escala microrregional como ámbito operativo para la coordinación interjurisdiccional y el uso eficiente de los recursos, sin sustituir la planificación local. Las oportunidades vinculadas a la complementariedad de recursos turísticos, el fortalecimiento de una identidad territorial compartida y el posicionamiento conjunto en los mercados refuerzan la relevancia de la articulación entre municipios, favoreciendo una oferta más competitiva y mejores resultados para el conjunto del territorio.

Asimismo, la experiencia acumulada en materia de gobernanza participativa (expresada en la participación público-privada, la generación de consensos y la construcción de una visión común de desarrollo) constituye un activo estratégico para avanzar hacia esquemas más robustos de gestión microrregional. En este marco, la consolidación de la estrategia se orienta a profundizar estos procesos, incorporando nuevas herramientas de planificación, gestión e inteligencia turística, y promoviendo un modelo de desarrollo sostenible que articule competitividad, calidad y equilibrio territorial.

El horizonte 2026–2036 se plantea, en este sentido, como un proceso progresivo y gradual de consolidación de la estrategia microrregional, en el que las capacidades, instrumentos y mecanismos de articulación se fortalezcan de manera sostenida a lo largo del tiempo. Esta perspectiva supone avanzar por etapas, priorizando acciones según su factibilidad, madurez y capacidad de generar resultados, de modo que los aprendizajes y logros alcanzados permitan ampliar progresivamente el alcance de la cooperación y fortalecer la gestión turística integrada de la Microrregión.

2. PROPÓSITO

La presente estrategia tiene como propósito orientar el desarrollo turístico de la Microrregión “Tierra de Palmares” durante el período 2026–2036, estableciendo un marco de actuación de largo plazo para avanzar progresivamente hacia la consolidación de un destino integrado, sostenible, inteligente y de calidad, capaz de articular sus recursos, actores y territorios en una propuesta de valor diferenciada. Asimismo, se propone constituir un marco de referencia para la elaboración y actualización de planes estratégicos y planes locales, así como para el diseño e implementación de políticas turísticas en los distintos municipios, localidades y juntas de gobierno que integran la Microrregión, favoreciendo su articulación con una visión compartida de desarrollo territorial.

Mediante la valorización de su patrimonio natural, cultural y productivo, y el fortalecimiento de la gobernanza participativa y la cooperación intermunicipal, se procura incrementar la competitividad del destino, generar oportunidades de desarrollo local y posicionar a la microrregión como referente de experiencias turísticas auténticas y sostenibles en los mercados nacionales e internacionales.

3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

La formulación y validación de la Estrategia de Desarrollo Turístico Sostenible de la Microrregión Tierra de Palmares 2026–2036 se sustentó en un enfoque participativo y cocreativo, orientado a garantizar la legitimidad, representatividad y apropiación territorial de los lineamientos estratégicos propuestos.

Entre febrero y junio de 2026 se desarrollaron siete talleres temáticos y de validación estratégica: Presentación. Determinación de la Estrategia para el Desarrollo Turístico Sostenible de la Microrregión 2026–2036 (19 de febrero de 2026), Taller de Calidad Turística: Estrategia Tierra de Palmares 2026–2036 (4 de marzo de 2026), Nuevas experiencias, nuevos públicos: diseño de productos integrados para Tierra de Palmares (13 de marzo de 2026), Modelo de DTI para la gestión de la Microrregión Tierra de Palmares: hacia un territorio inteligente y sostenible (16 de abril de 2026), Presentación de avances de la Estrategia para el Desarrollo Turístico Sostenible de la Microrregión 2026–2036 (30 de abril de 2026), Posicionamiento de marca y nuevos mercados (11 de junio de 2026) y Determinación de la estrategia microrregional para el desarrollo turístico sostenible (11 de junio de 2026).

Estas instancias se complementaron con entrevistas a partes interesadas clave y una encuesta de validación participativa destinada a relevar percepciones, valoraciones y aportes respecto de los lineamientos formulados. En conjunto, participaron más de 150 personas pertenecientes al sector público, sector privado, academia, organizaciones de la sociedad civil y referentes territoriales, incluyendo intendentes de las localidades integrantes de la microrregión.

Asimismo, el proceso contó con la participación del responsable de Microrregiones de la entonces Secretaría de Turismo de Entre Ríos (SECTURER), actualmente Ente Mixto de Turismo de Entre Ríos (EMTURER), fortaleciendo la articulación con las políticas turísticas provinciales. Cabe destacar que la participación de las partes interesadas no se limitó a la etapa de formulación de la estrategia, sino que también estuvo presente en las instancias de revisión y validación de los avances alcanzados, permitiendo contrastar propuestas, incorporar observaciones y reforzar los consensos contruidos colectivamente.

De este modo, la estrategia resultante expresa una construcción compartida entre los principales actores del territorio y cuenta con un sólido respaldo social e institucional.

4. CONSIDERACIONES DE BASE

La formulación de una estrategia de desarrollo turístico sostenible para la Microrregión “Tierra de Palmares” se sustenta en un conjunto de fundamentos de carácter territorial, económico, institucional y tecnológico que orientan la necesidad de adoptar un enfoque integrado de planificación a escala microrregional.

Dichos fundamentos se exponen a continuación:

- **Posicionamiento geoestratégico en el corredor del río Uruguay.** La microrregión se inserta en un corredor turístico de relevancia, con articulación de flujos nacionales e internacionales y vinculación con nodos como Salto, Concordia y Paysandú, lo que refuerza su potencial como territorio de tránsito, estancia y distribución de visitantes.

La presencia del Puente Internacional General Artigas y de aeropuertos regionales configuran un sistema de accesibilidad con capacidad de potenciar la captación de demanda regional e internacional, especialmente si se articula con políticas de promoción y facilitación.

Al mismo tiempo, la vinculación con corredores de escala sudamericana amplía las posibilidades de integración en circuitos turísticos de mayor alcance y fortalece la conexión con mercados internacionales en el ámbito del Mercosur.

- **Diversidad y complementariedad de recursos turísticos.** La coexistencia de productos termales, naturales, culturales y rurales permite estructurar experiencias integradas y diversificadas, favoreciendo el aumento de la estadía media, el gasto turístico y la reducción de la estacionalidad.

En este sentido, la articulación microrregional facilita la creación de circuitos, rutas temáticas y experiencias combinadas que superan la lógica de destinos aislados y mejoran la competitividad frente a otros territorios.

- **Potencial de desarrollo de iniciativas innovadoras de escala regional.** Propuestas como un sistema de áreas protegidas de gestión

compartida permiten articular conservación ambiental y desarrollo turístico, generando ventajas competitivas diferenciales.

- **Oportunidad de profundizar la cooperación binacional.** La proximidad y vinculación con Uruguay habilitan el desarrollo de políticas y productos turísticos conjuntos, apoyados en espacios institucionales como la Comisión Administradora del Río Uruguay.
- **Transformación digital y gestión basada en datos.** La incorporación de herramientas de inteligencia turística compartida, analítica de datos y sistemas de información geográfica (SIG) resulta clave para mejorar la planificación, el monitoreo de flujos, la evaluación de impactos y la toma de decisiones basada en evidencia.
- **Necesidad de mejorar la calidad y competitividad del destino.** La escala microrregional permite avanzar en procesos de estandarización, mejora de servicios, gestión de la calidad y fortalecimiento de la experiencia turística de manera más eficiente.
- **Adaptación a nuevas dinámicas de la demanda turística.** La creciente demanda por experiencias integradas, sostenibles y auténticas refuerza la necesidad de estructurar propuestas territoriales más complejas y articuladas, al tiempo que la acción colectiva a escala microrregional amplía la capacidad de penetración en nuevos mercados.

En este sentido, la estrategia no apunta solamente a consolidar los segmentos que actualmente visitan el destino (identificados en los estudios de diagnóstico como familias y parejas, visitantes en busca de descanso, y mercados de cercanía con estadías cortas) sino fundamentalmente a trascenderlos, posicionando a la microrregión como alternativa para perfiles de mayor complejidad y valor: turismo MICE y bleisure, turismo educativo y formativo, turismo rural y agroturismo, turismo de segunda residencia, vecinos transfronterizos recurrentes, aventura activa para la tercera edad, y parejas de reserva espontánea con alto nivel de gasto.

- **Sostenibilidad como eje transversal del desarrollo.** La estrategia microrregional permite abordar de manera integral la relación entre turismo, ambiente y comunidad, promoviendo el uso equilibrado del territorio, la conservación de los recursos y la inclusión de actores locales.

5. EJES ESTRATÉGICOS

En función del diagnóstico realizado y de las oportunidades identificadas, se proponen los siguientes ejes estratégicos, los cuales requieren consensos intermunicipales y la consolidación de mecanismos de coordinación para su implementación efectiva.

A. Gobernanza

El fortalecimiento de la gobernanza constituye un eje crítico para la implementación efectiva de la estrategia, en tanto permite superar la fragmentación institucional y consolidar capacidades de planificación, gestión y control a escala microrregional. Si bien la Microrregión dispone del Consejo Microrregional de Turismo “Tierra de Palmares” como ámbito de articulación, se identifican brechas en su grado de institucionalización, capacidad operativa y sostenibilidad en el tiempo.

En este marco, se propone avanzar hacia un modelo de gobernanza microrregional de manera progresiva y gradual, reconociendo diferentes niveles de madurez institucional. Este enfoque supone partir del fortalecimiento de las capacidades y mecanismos de articulación existentes, avanzar hacia mayores niveles de institucionalización y coordinación y, progresivamente, desarrollar estructuras e instrumentos de gestión integrada de mayor complejidad y alcance territorial. Las etapas propuestas no deben interpretarse como compartimentos rígidos o necesariamente sucesivos, sino como una trayectoria de fortalecimiento que permita adecuar los avances a las capacidades, consensos, recursos disponibles y condiciones institucionales de la Microrregión.

Etapas 1. Fortalecimiento de capacidades y articulación microrregional

En una primera etapa, resulta prioritario fortalecer las bases institucionales y operativas de la cooperación existente. Para ello, se plantea consolidar los sistemas de registro, archivo y memoria institucional, así como avanzar en la definición de indicadores de desempeño y mecanismos de seguimiento y evaluación que permitan mejorar la toma de decisiones basada en evidencia.

Asimismo, resulta necesario promover modelos de gestión colaborativa que integren planificación operativa, asignación de responsabilidades, recursos y resultados esperados, contribuyendo a generar continuidad en las políticas y mayores capacidades para la implementación de iniciativas conjuntas.

Este proceso debe acompañarse de una ampliación y fortalecimiento de la participación de los actores que integran el sistema turístico microrregional, promoviendo mecanismos que permitan combinar la conducción estratégica con una mayor capacidad de trabajo técnico y operativo. En este sentido, junto con la función estratégica del Consejo Directivo, resulta central conformar y hacer operativas comisiones técnicas y grupos de trabajo orientados al cumplimiento de objetivos y resultados concretos, tales como el desarrollo de productos turísticos, la captación de mercados estratégicos, la armonización estadística, la organización de eventos u otras prioridades de la agenda microrregional. Estas instancias, de carácter permanente o temporal según su finalidad, permitirán ampliar la participación, distribuir responsabilidades y movilizar capacidades específicas en función de metas previamente definidas, fortaleciendo la incorporación institucionalizada de la administración del Parque Nacional El Palmar, el sector privado y otras partes interesadas, así como la integración efectiva de las localidades de menor escala, incluyendo comunas y juntas de gobierno.

En esta etapa, el acceso a la información pública y la participación ciudadana deben incorporarse progresivamente como componentes estructurales del modelo de gobernanza. En este sentido, se propone asegurar la disponibilidad y accesibilidad de información relevante —incluyendo planes, indicadores, presupuestos y resultados de gestión— mediante plataformas digitales abiertas; implementar mecanismos de participación ciudadana en las distintas etapas del ciclo de las políticas públicas —diseño, validación y seguimiento—, tales como consultas públicas, mesas sectoriales y presupuestos participativos; y promover prácticas de transparencia activa y rendición de cuentas.

Estos elementos no solo fortalecen la legitimidad de las políticas, sino que contribuyen a mejorar su calidad, continuidad y sostenibilidad en el tiempo.

Etapas 2. Institucionalización y coordinación de políticas microrregionales

Sobre las capacidades desarrolladas en la etapa anterior, se propone avanzar hacia una mayor institucionalización de los mecanismos de coordinación microrregional, profundizando los instrumentos de articulación

entre municipios, provincia y Nación y estableciendo mecanismos más estables para la planificación, implementación y seguimiento de políticas comunes.

En este nivel, resulta relevante incorporar una perspectiva de gestión de riesgos y resiliencia climática que contemple, entre otros aspectos, las crecidas del río Uruguay, los incendios y otros eventos que puedan afectar al territorio, sus comunidades y la actividad turística.

Asimismo, se propone avanzar en la conformación de una Mesa Legislativa Microrregional, orientada a promover la armonización normativa entre los Concejos Deliberantes. Este espacio podrá impulsar el desarrollo de ordenanzas marco y criterios compartidos en temas estratégicos como el uso del suelo, la calidad de la oferta turística, la protección ambiental y la promoción del agroturismo. Este instrumento permitiría reducir progresivamente las asimetrías regulatorias y mejorar las condiciones para la implementación de políticas comunes.

En paralelo, deberá avanzarse en la determinación de un sistema de financiamiento sostenible y adecuado para la gestión microrregional, identificando y evaluando tanto fuentes tradicionales como instrumentos vinculados con las finanzas sostenibles.

Etapas 3. Gestión integrada, consolidación institucional y cooperación regional

A partir de un mayor grado de madurez institucional, se propone avanzar hacia la consolidación de una estructura de gestión microrregional con mayores capacidades técnicas, operativas y financieras. En este marco, podrá evaluarse el diseño o consolidación de un ente de gestión microrregional con representación política y técnica de los municipios, dotado de personería jurídica, estructura operativa y presupuesto propio.

Este ente deberá contar con competencias claras en planificación estratégica, coordinación interjurisdiccional, ejecución de programas y monitoreo de políticas públicas, así como con capacidad para la captación y administración de financiamiento de origen provincial, nacional e internacional. Para ello, deberán considerarse tanto fuentes tradicionales de financiamiento como aquellas vinculadas con las finanzas sostenibles. Asimismo, la transparencia activa, el acceso a la información y la rendición de cuentas deberán consolidarse como prácticas sistemáticas de su funcionamiento.

En este nivel de madurez, el abordaje de la gobernanza deberá trascender progresivamente la agenda estrictamente turística e integrar de manera operativa dimensiones clave del desarrollo territorial. Esto comprende

la gestión ambiental, incluyendo la gestión integral de residuos sólidos urbanos, el tratamiento de efluentes y la remediación de cursos de agua; el ordenamiento territorial, mediante la definición de usos del suelo, la regulación de áreas de amortiguación y la compatibilización de usos turísticos y productivos; el desarrollo productivo, contemplando la localización de los diferentes tipos de actividades económicas, la promoción de aglomerados y clústeres y la articulación con cadenas de valor; y el desarrollo humano sostenible, incorporando cuestiones vinculadas con el empleo, la formación y la equidad territorial.

De esta manera, la gestión microrregional podrá evolucionar desde una lógica predominantemente sectorial hacia una perspectiva integral del desarrollo territorial, fortaleciendo la coordinación entre políticas turísticas, ambientales, productivas, sociales y territoriales.

En paralelo, la consolidación de las capacidades de gestión permitirá profundizar la cooperación regional y binacional. En este plano, la construcción de una agenda conjunta con Uruguay resulta estratégica. La Comisión Administradora del Río Uruguay (CARU) constituye un ámbito institucional clave para la coordinación de políticas, la gestión de recursos compartidos y el desarrollo de experiencias turísticas conjuntas.

Sobre esta base, podrán explorarse progresivamente iniciativas binacionales de mayor complejidad que articulen conservación, turismo y desarrollo territorial. Entre ellas, se plantea como propuesta de largo plazo evaluar la creación de un “Parque Binacional Islas del Río Uruguay”, concebido como un sistema de áreas protegidas de cogestión entre Argentina y Uruguay, que podría impulsar la conservación del paisaje ribereño como recurso turístico y rasgo diferenciador microrregional.

Esta iniciativa tendría como objetivo contribuir a la conservación de los ecosistemas insulares, la protección de la biodiversidad y el desarrollo de territorios turísticos sostenibles de escala regional. Dada su complejidad institucional, su implementación requeriría acuerdos binacionales, mecanismos de gobernanza compartida y articulación con organismos ambientales y turísticos de ambos países. Asimismo, podría contribuir a posicionar a la Microrregión como un destino innovador en materia de turismo de naturaleza y cooperación internacional.

En síntesis, la estrategia de gobernanza se orienta a consolidar progresivamente un modelo institucional robusto, basado en la coordinación multinivel, la articulación público-privada, la gestión basada en evidencia, la transparencia y la participación ciudadana, como condiciones necesarias para la sostenibilidad y competitividad del destino. La evolución desde mecanismos

básicos de articulación hacia formas más avanzadas de institucionalización, gestión integrada y cooperación regional deberá desarrollarse de manera gradual, atendiendo al nivel de madurez institucional, los consensos alcanzados, las capacidades disponibles y los resultados obtenidos en cada etapa.

B. Fortalecimiento de la marca

La consolidación de la marca territorial “Tierra de Palmares” se plantea como una política pública estratégica orientada a estructurar y posicionar la oferta turística microrregional bajo una identidad común, coherente y diferencial, sin sustituir ni diluir las identidades locales existentes.

En este sentido, la estrategia de marca debe diseñarse para generar sinergias entre la marca microrregional y las marcas locales, potenciando su posicionamiento conjunto sin diluir las identidades propias. La marca “Tierra de Palmares” debe operar como marca paraguas, aportando escala, reconocimiento y coherencia narrativa, mientras que las marcas locales continúan expresando atributos específicos, singularidades culturales y propuestas diferenciadas. Este enfoque permite evitar tensiones competitivas internas y potenciar sinergias en la promoción.

Para su implementación, se propone el desarrollo de un sistema de gestión de marca que incluya:

- Lineamientos de identidad visual y narrativa comunes (manual de marca) de la microrregión que integre y visibilice la identidad territorial.
- Protocolos de uso y co-branding para municipios, prestadores y actores privados.
- Estrategias de posicionamiento basadas en inteligencia de mercado, ciencia de datos y segmentación de demanda.
- Integración de la marca en plataformas digitales, campañas promocionales y experiencias turísticas.

Asimismo, la consolidación de la marca requiere trascender las acciones de comunicación y avanzar hacia su apropiación social y territorial. En este sentido, se plantea:

- Involucrar activamente a gobiernos locales, sector privado, administración del parque nacional, organizaciones sociales y comunidades en el proceso de construcción y validación de la identidad de marca.
- Desarrollar programas de sensibilización, capacitación y alineamiento para prestadores turísticos y actores vinculados, orientados a garantizar una implementación consistente de la marca en la experiencia del visitante.
- Promover el uso de la marca en productos, eventos, circuitos y servicios turísticos, fortaleciendo su presencia en el territorio.
- Generar incentivos (distinciones, certificaciones, beneficios promocionales, entre otros) para aquellos actores que adopten y representen adecuadamente los valores de la marca.

Complementariamente, la incorporación de herramientas de marketing digital e inteligencia turística permitirá mejorar el posicionamiento del destino, optimizar la segmentación de mercados prioritarios y monitorear el desempeño de la marca en términos de visibilidad, reputación y conversión.

En síntesis, el fortalecimiento de la marca “Tierra de Palmares” requiere no solo de una estrategia de comunicación eficaz, sino de un enfoque integral que articule identidad, gobernanza y participación, asegurando su coherencia, sostenibilidad y legitimidad en el territorio.

C. Nuevos mercados y promoción segmentada

La estrategia de mercados se orienta a diversificar la demanda y captar nuevos segmentos, priorizando aquellos mercados sobre los que la microrregión tiene capacidad real de acción en el corto y mediano plazo. Esta priorización fue puesta a consideración de los actores clave del destino y ajustada a partir de sus devoluciones, lo que constituye uno de los principales aportes de la instancia participativa: no se trata de una jerarquía definida detrás de un escritorio, sino de un ordenamiento validado por quienes gestionan y trabajan en el territorio.

En función de ese proceso, se establece la siguiente priorización de mercados:

- a. **Mercado nacional segmentado:** Constituye el foco central de la estrategia. Frente a la histórica concentración en la demanda de proximidad y en los flujos espontáneos, se propone un abordaje segmentado del mercado nacional, orientado a microsegmentos específicos antes que a la captación indiferenciada de visitantes. Esta lógica permite ajustar la propuesta de valor, los canales y los instrumentos comerciales a perfiles de demanda diferenciados, mejorando la eficiencia de las acciones y reduciendo la dependencia de la estacionalidad.

Desde una perspectiva territorial, se propone priorizar conglomerados urbanos y áreas metropolitanas localizados dentro de un radio aproximado no superior a 800 km de la Microrregión, considerando conjuntamente su volumen poblacional, conectividad, accesibilidad y potencial emisor. Dentro de este espacio se identifican como mercados principales el Área Metropolitana de Buenos Aires, Gran Rosario, Gran Córdoba y el corredor urbano Santa Fe–Paraná, por combinar escala poblacional, conectividad y diversidad de actividades económicas. A ellos se suman mercados complementarios constituidos por ciudades intermedias y centros productivos como La Plata, Rafaela, Venado Tuerto, Pergamino, Junín y Río Cuarto, entre otros. Podrán incorporarse, asimismo, otros mercados que, aun situándose próximos al límite del radio definido o presentando mayores tiempos de desplazamiento, resulten de interés por su perfil socioeconómico, conectividad o afinidad con determinados productos turísticos, tales como Mendoza o Neuquén.

La priorización de estos mercados no deberá sustentarse exclusivamente en su dimensión poblacional, sino también en sus características socioeconómicas y productivas. En particular, resulta estratégico identificar conglomerados asociados a actividades económicas con buen desempeño y capacidad de generación de ingresos, tales como el sector agropecuario y agroindustrial, la industria, la energía, la minería, la tecnología, los servicios financieros y los servicios profesionales. Desde esta perspectiva, el AMBA constituye un mercado especialmente relevante por la concentración de servicios financieros, tecnológicos, profesionales y empresariales; Rosario, Córdoba y Santa Fe–Paraná combinan funciones metropolitanas con una fuerte vinculación con la producción agropecuaria, agroindustrial, industrial y de servicios; mientras que ciudades como Rafaela, Venado Tuerto, Pergamino, Junín y Río Cuarto permiten aproximarse a

segmentos vinculados con economías regionales dinámicas y territorios de elevada actividad productiva.

La delimitación territorial y la priorización de mercados deberán entenderse como criterios dinámicos y revisables durante el período de implementación de la estrategia. La evolución de la conectividad, las condiciones económicas, los patrones de movilidad y la información generada sobre la demanda podrán justificar la incorporación, modificación o jerarquización de nuevos mercados, sin perjuicio de aquellos que la Microrregión defina específicamente para cada segmento y producto turístico.

- b. **Mercado de proximidad - Uruguay (complementario).** La cercanía con las ciudades del litoral uruguayo, en particular Paysandú y Salto, configura un mercado de proximidad de alta recurrencia y baja anticipación de compra, que se extiende hacia localidades y centros urbanos del interior del país vinculados por los principales corredores de conectividad. Este mercado se encuentra asociado al diferencial cambiario, los servicios, el termalismo y la gastronomía. Su captación requiere instrumentos específicos de comunicación de frontera y articulación comercial directa, diferenciados de los orientados al mercado nacional.
- c. **Turismo de reuniones (MICE), celebraciones y educativo — lógica B2B (mercado de oportunidad).** Se identifica como un mercado con lógica de decisión organizacional (empresas, organizadores profesionales, instituciones), anticipación larga y compra concentrada, que la microrregión hoy capta de manera parcial y no estructurada. Comprende el turismo de reuniones y eventos (MICE), las celebraciones de destino y el segmento educativo y formativo. Su desarrollo demanda capacidades comerciales y operativas distintas a las del turismo de ocio (venta B2B, infraestructura para eventos, protocolos), por lo que se incorpora como un mercado para desarrollar de forma progresiva.
- d. **Mercados internacionales de nicho (horizonte de mediano y largo plazo).** El acceso a mercados internacionales se plantea de manera selectiva, orientado a nichos específicos de alto valor y no a la captación masiva, reconociendo que las condiciones estructurales actuales de la oferta y la conectividad ubican este objetivo en un horizonte de mediano y largo plazo. Su desarrollo está condicionado a avances previos en calidad, conectividad y consolidación de los mercados prioritarios, y

debe entenderse como una meta progresiva antes que como una línea de acción inmediata.

Dicha priorización fue realizada participativamente en el marco de los talleres de formulación y revisión de la estrategia, jerarquizando los mercados de acuerdo con la relación esfuerzo-resultado.

Por otro lado, en materia de conectividad entre la microrregión y potenciales centros emisores de demanda turística, resulta estratégico fortalecer la articulación con los nodos aeroportuarios regionales, en particular el Aeropuerto de Salto, el Aeropuerto de Concordia y el Aeropuerto de Paysandú. La estrategia debe contemplar acuerdos de cooperación con aerolíneas que operen en estos aeropuertos, así como el desarrollo de esquemas de conectividad complementaria (traslados terrestres, servicios integrados, señalización y logística turística) que faciliten el acceso efectivo a la microrregión. Esto implica avanzar en una lógica de destino ampliado, donde la accesibilidad se construye de manera coordinada a nivel binacional.

En términos de posicionamiento, la estrategia se apoya en recursos turísticos fuertes como el Parque Nacional El Palmar, que actúa como principal atractivo para el segmento de turismo de naturaleza. La consolidación y gestión integrada de este tipo de activos permite garantizar la conservación de los recursos y su aprovechamiento turístico sostenible, al tiempo que facilita la estructuración de productos competitivos a escala internacional.

La captación de mercados prioritarios requiere el diseño de propuestas adaptadas a perfiles de demanda específicos, integrando naturaleza, bienestar, cultura y producción local. En este sentido, la construcción de itinerarios y circuitos regionales resulta clave para aumentar la estadía media y el gasto turístico.

Complementariamente, se propone el desarrollo de una estrategia activa de promoción internacional, que incluya:

- Participación coordinada en encuentros, ferias y eventos turísticos del Mercosur y Latinoamérica.
- Organización de misiones comerciales y rondas de negocios con operadores turísticos.
- Realización de acciones de promoción institucional y cultural en consulados, embajadas y centros de difusión en mercados estratégicos.

- Desarrollo de campañas conjuntas con actores públicos y privados, incluyendo aerolíneas y operadores receptivos.

En síntesis, la estrategia de mercados requiere articular conectividad, producto y promoción bajo un enfoque regional y binacional, que permita mejorar la accesibilidad, aumentar la visibilidad del destino y consolidar una oferta competitiva en los mercados objetivo.

D. Calidad y competitividad de la oferta turística

El fortalecimiento de la calidad constituye una condición necesaria para mejorar la competitividad del destino, pero su implementación requiere reconocer y gestionar las asimetrías existentes entre destinos, escalas empresariales y niveles de desarrollo de la oferta turística dentro de la microrregión.

En este marco, se propone la implementación de un sistema microrregional de calidad turística, basado en estándares comunes, pero con esquemas de aplicación diferenciados según tipología de prestadores y grado de madurez de los destinos. Este sistema debe contemplar:

- Criterios mínimos obligatorios orientados a mejorar condiciones básicas de producto y servicio, seguridad, sostenibilidad, accesibilidad universal y satisfacción de la demanda.
- Niveles progresivos de calidad (escalonados) que permitan a las organizaciones y a los prestadores turísticos avanzar gradualmente hacia mayores niveles de competitividad.
- Sistemas de reconocimiento formal bajo la forma de distinciones o para prestadores y experiencias consolidadas que alcancen niveles de desempeño superiores.

Dadas las limitaciones estructurales del sector (particularmente en micro y pequeños prestadores) se requiere una política activa de acompañamiento, que incluya asistencia técnica, capacitación, transferencia de buenas prácticas y acceso a herramientas de mejora. Este enfoque permite evitar que la exigencia presente en los estándares definidos por la microrregión profundice brechas existentes. Por el contrario, estos deben funcionar como un instrumento de inclusión, integración y fortalecimiento del entramado turístico.

Asimismo, se plantea la necesidad de desarrollar programas diferenciados por tipo de destino, considerando sus características específicas (grado de consolidación, volumen de demanda, especialización productiva), con el objetivo de:

- Reducir brechas de calidad entre localidades.
- Fortalecer destinos emergentes.
- Consolidar aquellos que ya presentan ventajas competitivas.

En términos estratégicos, el modelo metodológico de calidad definido para la microrregión debe cumplir un doble propósito:

- Asegurar niveles homogéneos de servicio que respondan a las expectativas de la demanda actual y potencial en los distintos rubros de la actividad.
- Potenciar productos, experiencias y segmentos prioritarios, donde la microrregión presenta ventajas diferenciales.
- Fortalecer la construcción social de las identidades territoriales mediante experiencias auténticas que agreguen valor a los diferentes segmentos de la demanda.

En este sentido, el turismo de bienestar y naturaleza se posiciona como un eje estructurante de la oferta básica y complementaria. Resulta clave articular con iniciativas provinciales orientadas a la mejora de la calidad en la oferta termal, promoviendo la adopción de criterios comunes, protocolos y metodologías que fortalezcan tanto la gestión operativa como la promoción conjunta del segmento.

Finalmente, el programa microrregional de calidad turística debe integrarse con mecanismos de evaluación y monitoreo continuo, incorporando indicadores de desempeño, retroalimentación de turistas y herramientas digitales que permitan medir resultados y ajustar intervenciones. Esto permitirá avanzar hacia un modelo de mejora continua, basado en evidencia y orientado a resultados.

E. Desarrollo de nuevos productos y experiencias turísticas

El desarrollo de experiencias turísticas en la microrregión debe orientarse a la valorización integral y creativa del patrimonio natural, cultural y productivo, incorporando criterios de innovación, sostenibilidad e identidad territorial. En un contexto de cambio en las preferencias de la demanda (que prioriza vivencias auténticas, participativas y memorables), la competitividad del destino dependerá de su capacidad para diseñar experiencias diferenciales, más allá de la oferta tradicional.

En este marco, se propone avanzar desde una lógica de oferta fragmentada hacia el diseño de productos turísticos integrados, que articulen recursos, actores y territorios, generando mayor valor agregado y aumentando la duración de la estadía. Como instrumento central, se plantea la implementación de un programa microrregional de diseño e innovación de experiencias, que contemple:

- Metodologías de co-creación con prestadores, comunidades locales y sectores productivos.
- Incorporación de narrativas territoriales (relatos identitarios, historias locales, interpretación del patrimonio).
- Uso de herramientas de diseño de experiencia (UX turística) para estructurar recorridos, actividades y puntos de contacto.
- Integración de componentes creativos (arte, gastronomía, tecnología, eventos) que diferencien la propuesta.

Entre las principales líneas de desarrollo, se identifican:

- Agroturismo: diseño de experiencias inmersivas vinculadas a prácticas rurales (cosecha, producción, cocina en origen), integrando gastronomía local y saberes tradicionales.
- Almacenes de campo: reconversión en espacios de experiencia cultural y gastronómica, incorporando programación (eventos, música, relatos, ferias) que los posicionan como nodos turísticos.

- Enoturismo: estructuración de rutas del vino que integren producción vitivinícola, paisaje y cultura, con propuestas innovadoras (catas temáticas, vendimias participativas, maridajes identitarios).
- Experiencias vinculadas al Río Uruguay: desarrollo de productos asociados a la navegación recreativa, paseos interpretativos, observación de aves y fauna silvestre, actividades náuticas de bajo impacto, pesca turística responsable, circuitos costeros y experiencias de educación ambiental, consolidando al río como corredor turístico y elemento identitario de la microrregión.
- Nuevas experiencias nocturnas: el astroturismo y otras experiencias ligadas al uso del cielo nocturno pueden contribuir a complementar la oferta diurna de productos existentes.

Estas líneas deben desarrollarse bajo criterios de innovación aplicada, evitando replicar modelos tradicionales y priorizando propuestas creativas que generen diferenciación real en el mercado.

Por otro lado, el patrimonio cultural (material e inmaterial) debe ser activado mediante estrategias de interpretación y puesta en escena, que transformen los recursos en experiencias significativas (relatos históricos, circuitos temáticos, experiencias vivenciales, gastronomía identitaria), fortaleciendo tanto la identidad local como el atractivo turístico.

La articulación con el sector productivo constituye un componente clave para el desarrollo de estas experiencias. La integración de cadenas de valor locales (agroindustria, gastronomía, producción artesanal) permite generar entramados turísticos con mayor nivel de autenticidad y valor agregado, al tiempo que distribuye los beneficios del turismo en el territorio.

En este sentido, la coordinación con instituciones como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y la alineación con políticas provinciales (como el recientemente formulado “Plan provincial de desarrollo turístico 4 productos”) permiten estructurar una agenda integrada que vincule turismo, producción e innovación, facilitando el desarrollo de nuevos segmentos (bienestar, vino, ruralidad, entre otros).

En este marco, el Parque Nacional El Palmar se destaca como principal activo de naturaleza de la microrregión y ancla del segmento de turismo de naturaleza, cuya gestión integrada permite garantizar la conservación de los recursos y su aprovechamiento turístico sostenible. A su vez, su integración en un biocorredor turístico junto al Parque Nacional Pre-Delta y los Esteros del Iberá constituye una oportunidad de mayor escala para estructurar productos

de larga duración orientados a segmentos especializados (naturaleza, observación de fauna, turismo científico), generando sinergias en promoción y posicionamiento. Esta línea, de carácter más ambicioso, requiere un desarrollo específico y articulación interjurisdiccional, por lo que se plantea como horizonte de mediano plazo.

Finalmente, se propone priorizar el desarrollo de experiencias escalables y replicables, que puedan ser adoptadas por distintos municipios y adaptadas a sus particularidades, contribuyendo a reducir asimetrías territoriales y consolidar una oferta microrregional coherente.

En síntesis, la estrategia debe orientarse a transformar los recursos en experiencias turísticas innovadoras, creativas y comercializables, mediante un enfoque integrado que articule actores, territorios y cadenas de valor.

F. Transformación digital e inteligencia turística (modelo DTI)

La adopción del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) implica integrar gobernanza, tecnología, innovación, accesibilidad universal, inclusión social y sostenibilidad en la gestión de la microrregión como destino turístico integrado, con el objetivo de avanzar hacia un esquema de gestión basada en datos, centrada en el visitante y orientada a la mejora continua.

En este marco, se propone la adopción de la IRAM 42101 como referencia técnica para estructurar y ordenar la estrategia de transformación digital a escala microrregional. En esta línea, se plantea el desarrollo de un sistema microrregional de inteligencia turística, que integre:

- Plataformas de datos interoperables (demanda, oferta, ocupación, movilidad, gasto).
- Herramientas de analítica y visualización para la toma de decisiones en tiempo real.
- Sistemas de información al visitante (web, aplicaciones, señalización inteligente).
- Mecanismos de captura de datos (encuestas digitales, reputación online, sensores, etc.).

Este sistema permitirá mejorar la eficiencia en la gestión, optimizar la asignación de recursos y fortalecer la capacidad de anticipación frente a

cambios en la demanda. Asimismo, la estrategia DTI debe contemplar la reducción de brechas digitales entre destinos y prestadores, mediante programas de capacitación, asistencia técnica y adopción tecnológica progresiva, evitando que la digitalización profundice desigualdades existentes en la microrregión.

La articulación con el sistema científico-tecnológico constituye un componente central para sostener este proceso. Instituciones como la Universidad Nacional de Entre Ríos y la Universidad Autónoma de Entre Ríos pueden desempeñar un rol estratégico en:

- Desarrollo de estudios de demanda y comportamiento del visitante.
- Generación de indicadores y metodologías de análisis para la toma de decisiones.
- Innovación en productos y experiencias turísticas.
- Evaluación de políticas públicas y programas implementados.

Esta vinculación permite consolidar un ecosistema de innovación, donde el turismo se articula con la ciencia y la tecnología, fortaleciendo la capacidad de gestión del destino y promoviendo soluciones adaptadas al territorio.

Al mismo tiempo, resulta fundamental avanzar en la implementación de modelos de planificación turística inteligente aplicados al desarrollo de productos, entendiendo que este enfoque no se limita exclusivamente a la escala de destino, sino que puede ser adaptado y operativizado en productos turísticos estratégicos. En este marco, se identifica como una oportunidad la adopción del modelo metodológico de patrimonio turístico inteligente desarrollado en el ámbito de la Red Iberoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes. Este enfoque permite abordar de manera integrada la conservación de bienes culturales y naturales de alto valor patrimonial y ambiental, al tiempo que contribuye a la mejora de la experiencia del visitante. Para ello, incorpora principios vinculados a la digitalización, el uso de tecnologías, la gestión de datos y la innovación en el diseño de experiencias.

En síntesis, la transformación digital no debe abordarse únicamente como incorporación de tecnología, sino como un proceso integral de cambio en el modelo de gestión, apoyado en estándares como la IRAM 42101, que permita consolidar un destino más eficiente, innovador, inclusivo y competitivo.

6. CONCLUSIONES

La Microrregión “Tierra de Palmares” presenta condiciones favorables para fortalecer su posicionamiento como un destino turístico integrado, sostenible e innovador a escala regional. La diversidad y complementariedad de sus recursos naturales, culturales y productivos, junto con su localización estratégica, conectividad y trayectoria de cooperación intermunicipal, constituyen una base relevante para avanzar hacia una propuesta de valor compartida. En este marco, la estrategia busca orientar este proceso durante el período 2026–2036, estableciendo prioridades y líneas de actuación que permitan avanzar de manera gradual, coordinada y sostenida.

El desafío central radica en transformar estas capacidades y recursos en una oferta turística integrada, diversificada y competitiva, fortaleciendo la gobernanza, la articulación territorial, la producción local, la innovación y el uso estratégico de las tecnologías. Esto supone generar mayor valor económico y territorial, contribuir a la conservación y puesta en valor del patrimonio, mejorar la calidad de la experiencia turística y favorecer una distribución más equilibrada de los beneficios derivados de la actividad entre las localidades que integran la Microrregión.

A su vez, la escala microrregional ofrece oportunidades para desarrollar productos y experiencias complementarias, optimizar recursos, acceder a nuevos mercados y fortalecer la cooperación con otros niveles de gobierno y actores públicos y privados. Su localización sobre el corredor del río Uruguay amplía, además, las posibilidades de profundizar la articulación binacional, promoviendo iniciativas compartidas con Uruguay y proyectando a Tierra de Palmares en un espacio turístico regional de mayor alcance.

En este sentido, la estrategia 2026–2036 debe entenderse como una hoja de ruta dinámica y progresiva, cuya implementación dependerá de la capacidad de construir acuerdos, fortalecer capacidades institucionales, movilizar recursos y traducir los lineamientos propuestos en políticas, programas y proyectos concretos. Más que un punto de llegada, el horizonte planteado representa un proceso de transformación gradual orientado a consolidar una visión compartida del desarrollo turístico de Tierra de Palmares y fortalecer su capacidad de adaptación frente a los cambios del contexto.