



MESA 8 | EJE: DESARROLLO ECONÓMICO URBANO

Desarrollo turístico, uso turístico del territorio, capacidad turística del destino.

DINÁMICA: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL, PRIORIZACIÓN DE ÁREAS Y DEBATE

RESULTADO ESPERADO: MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO

APORTES DE LA SECRETARÍA DE TURISMO

1. DEFINICIÓN DEL MODELO TURÍSTICO 2050

Villa de Merlo debe consolidarse como un destino turístico sostenible, competitivo y de calidad, priorizando la preservación del paisaje, la calidad de la experiencia y la interrelación con los residentes por sobre un crecimiento exclusivamente cuantitativo.

Integración de la política turística como eje estratégico para el desarrollo local - Resultado de directrices y estándares de calidad del Sistema Argentino de Calidad Turística

El Municipio de la Villa de Merlo, reconoce al turismo como un eje estratégico para el desarrollo local, en conjunto con la Secretaria de Turismo de la Villa de Merlo y los diversos actores sociales que componen la ciudad que están directa o indirectamente relacionados con la actividad.

Sirve como instrumento orientador de la planificación, la gestión y la evaluación de las acciones vinculadas a la actividad turística en el territorio. La misma posee diferentes aristas basadas en la gestión, la calidad y la conformación de productos turísticos a partir del desarrollo de diferentes programas basados en tres ejes transversales. Ambiente, accesibilidad y sustentabilidad.

Este documento surge de un análisis crítico del entorno a través de una matriz FODA que identificó, entre otros aspectos, la necesidad de fortalecer la calidad de los servicios, garantizar la accesibilidad universal, gestionar de forma responsable los recursos naturales y culturales, y mejorar la competitividad del destino frente a un contexto cambiante.



<h3>FORTALEZAS</h3> <ul style="list-style-type: none"> Entorno natural privilegiado: clima, sierras, biodiversidad y paisajes únicos. Imagen turística consolidada a nivel nacional. Oferta turística diversificada (<i>aventura, naturaleza, bienestar, cultura</i>). Trayectoria institucional en gestión turística y planificación local. Presencia activa de prestadores turísticos organizados. Infraestructura turística básica consolidada. 	<h3>DEBILIDADES</h3> <ul style="list-style-type: none"> Carencia de transporte público local eficiente y de alcance turístico. Falta de conectividad aérea directa Desigualdad en el desarrollo de servicios entre zonas céntricas y periféricas. Necesidad de mayor profesionalización en ciertos sectores de atención al turista.
<h3>OPORTUNIDADES</h3> <ul style="list-style-type: none"> Tendencia creciente hacia el turismo de naturaleza, bienestar y experiencias. Programas nacionales de apoyo al desarrollo turístico sustentable. Potencial para desarrollar productos de turismo accesible e inclusivo. Expansión del turismo interno y regional post-pandemia. Avances tecnológicos que facilitan la promoción digital de destinos. Oportunidades de articulación con el corredor turístico del Valle del Conlara. 	<h3>AMENAZAS</h3> <ul style="list-style-type: none"> Impactos del cambio climático y eventos extremos (incendios, sequías). Inestabilidad económica nacional que reduce el poder adquisitivo del turista. Competencia de destinos emergentes con ofertas similares. Presión inmobiliaria sobre áreas naturales y pérdida de identidad paisajística. Dificultades para mantener y modernizar infraestructura pública con recursos locales. Riesgos de saturación en sitios turísticos sensibles sin manejo adecuado.

Fuente: elaboración propia en base a diagnóstico.

Sobre la base de la matriz FODA construida en el punto anterior, se procede al análisis cruzado entre las dimensiones internas y externas del destino, con el fin de generar estrategias propositivas. Esta metodología permite aprovechar de manera eficiente las fortalezas del destino frente a las oportunidades del contexto, así como superar debilidades internas mediante el uso de factores externos favorables.

Estrategias FO (Fortalezas – Oportunidades)

Estas estrategias se basan en el uso de los recursos y capacidades existentes para capitalizar las oportunidades que ofrece el entorno:

FO	Estrategia	ESTRATEGIA
FO1	Utilizar la imagen turística consolidada y la diversidad de oferta para posicionar a Merlo como destino líder en turismo de naturaleza y bienestar	
FO2	Aprovechar la infraestructura turística básica y la experiencia en gestión para aplicar a programas nacionales de desarrollo turístico sostenible.	
FO3	Promover productos de turismo accesible integrando al sector privado organizado y la trayectoria en planificación turística.	
FO4	Usar el entorno natural privilegiado y la identidad local como ejes de campañas digitales innovadoras.	
FO5	Fortalecer vínculos regionales desde la base de articulación con prestadores locales y planificación institucional.	

Estrategias DO (Debilidades – Oportunidades)

Estas estrategias buscan reducir o eliminar debilidades internas mediante la implementación de acciones que aprovechen las oportunidades externas:

DO	Estrategia	ESTRATEGIA
DO1	Abordar la estacionalidad mediante el diseño de experiencias vinculadas al bienestar y al turismo de cercanía.	
DO2	Gestionar mejoras en conectividad digital y transporte mediante articulación con programas nacionales.	
DO3	Profesionalizar servicios turísticos aprovechando líneas de capacitación e inclusión de nuevos perfiles laborales.	
DO4	Corregir desequilibrios territoriales en servicios con proyectos de inversión pública bajo el marco del desarrollo sostenible.	
DO5	Reforzar la vinculación con municipios del Valle del Conlara para compensar la débil articulación regional.	

Fuente: elaboración propia en base a diagnóstico.



Conceptos a reforzar:

- Calidad antes que cantidad.
- Desarrollo sostenible.
- Identidad serrana.
- Turismo como actividad transversal NO un solo eje.
- Calidad de vida de los residentes y calidad de la experiencia al visitante
- Redefinición de turismo

Sobre este último punto: DIFERENCIAR TIPOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Servicios turísticos esenciales

- * Alojamiento habilitado.
- * Gastronomía.
- * Agencias de viajes.
- * Transporte turístico.

Servicios complementarios

- * Informes turísticos.
- * Comercios.
- * Guías de turismo.
- * Centros de bienestar y spa.
- * Actividades recreativas.
- * Servicios culturales.
- * Espacios para eventos.
- * Actividades deportivas.
- * Servicios que complementen la experiencia turística del visitante. (Paseos, mercados regionales)

El turismo es un sector productivo de servicios con fuerte presencia en las economías regionales, estratégico para el desarrollo de la actividad económica, el empleo y la generación de divisas.

DESAFÍO: REDEFINIR AL SECTOR COMO EJE TRANSVERSAL DEL PLAN Y NO VINCULARLO ÚNICAMENTE AL SECTOR INDUSTRIAL

“Es necesaria una mirada integral del territorio, como ámbito que organiza y estructura el funcionamiento del sector, que pueda identificar el desarrollo hasta ahora alcanzado, el potencial con el que cuenta a partir del patrimonio natural, cultural y productivo de las distintas regiones y destinos, la infraestructura de alojamiento, de transporte y de conectividad, los pasos fronterizos de interés turísticos y la posibilidad de integración en circuitos turísticos regionales. La segunda dimensión para tener en cuenta es la composición sectorial de la oferta, abordada desde un enfoque de cadena de valor en la que se analicen los diferentes eslabones



y actores. Por su parte, la visión de mercado aporta información sobre el perfil de los turistas que recibe y puede recibir cada destino y los mercados de demanda efectiva y potencial.”

“Es importante remarcar que la mayoría de estos eslabones también cuentan con una cadena de valor propia de insumos y productos intermedios que requiere servicios específicos y que ocasiona nuevas oportunidades para la población local, sobre todo en empleo e ingresos, a partir de sus efectos directos e indirectos. Un aspecto importante a tener en cuenta es que dada la interrelación que existe en los diferentes eslabones de la cadena, la calidad de los productos, servicios o insumos intermedios juegan un papel relevante, afectando el desempeño aguas arriba y abajo. La falta de calidad en un eslabón o servicio afecta la totalidad del valor agregado del destino turístico y puede determinar el éxito de cada uno de los proveedores. Es por ello que factores como la gobernanza de la cadena y la cooperación e integración entre actores resultan relevantes.”

Fuente: SINTA. Sistema de Información Turística de Argentina. Dirección Nacional de Mercados y Estadísticas. Secretaría de Turismo y Ambiente de la Nación.

2. ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL USO TURÍSTICO COMO CRITERIO DE PLANIFICACIÓN

La mesa plantea específicamente la discusión sobre capacidad de carga y uso de recursos.

Diversos autores vinculados a la planificación territorial y turística sostienen que el crecimiento de un destino no debe medirse únicamente por la incorporación de nuevas inversiones o plazas turísticas, sino por su capacidad para sostener dicho crecimiento sin comprometer los recursos que le dan sustento.

En este sentido, conceptos como capacidad de carga, capacidad de acogida territorial, sostenibilidad urbana y gobernanza del territorio adquieren una importancia central para la planificación de largo plazo. El territorio posee límites físicos, ambientales y sociales que deben ser considerados al momento de definir políticas de habilitación, expansión urbana y desarrollo turístico.

Por lo tanto, es importante proponer que futuras habilitaciones y proyectos turísticos estén vinculados a estudios técnicos que contemplen:

- disponibilidad de agua;
- gestión de residuos;
- movilidad urbana;
- servicios públicos;
- capacidad de los atractivos naturales;
- innovadores y autosustentables



DESAFÍO: *¿Cuánto puede crecer Merlo sin afectar aquello que la hace atractiva?*

1- Trabajar sobre los desarrollos consolidados y actividades posibles

Implementar una estrategia posible que consiste en priorizar el fortalecimiento y la optimización de los sectores turísticos ya consolidados.

Esto implica analizar las actividades compatibles con cada sector, promover la renovación y modernización de establecimientos existentes y favorecer procesos de reconversión antes que la expansión indiscriminada sobre nuevas áreas.

El objetivo es mejorar la calidad y competitividad del destino utilizando de manera más eficiente la infraestructura ya disponible.

2- Analizar la concentración de viviendas de alquiler temporario (VATT).

El crecimiento de las viviendas de alquiler temporario constituye uno de los principales desafíos que enfrentan actualmente numerosos destinos turísticos a nivel mundial.

Si bien estas modalidades amplían la oferta de alojamiento y generan oportunidades económicas para propietarios particulares, también pueden producir efectos no deseados sobre el mercado inmobiliario local.

Entre los impactos observados en distintos destinos se encuentran:

- Disminución de la oferta de alquileres permanentes.
- Incremento del valor de alquileres y propiedades.
- Dificultades de acceso a la vivienda para trabajadores y residentes.
- Transformación de barrios residenciales en zonas predominantemente turísticas.
- Pérdida de cohesión comunitaria.

Por ello resulta necesario incorporar sistemas de monitoreo que permitan conocer la distribución territorial de las VATT, identificar zonas de concentración y evaluar sus impactos sobre la dinámica urbana y residencial.

3- Generar incentivos para la reconversión de inmuebles turísticos hacia alquileres permanentes, priorizando el acceso a vivienda para residentes y estudiantes.

La sostenibilidad turística también depende de la capacidad de los residentes para continuar habitando el territorio.

Un destino exitoso no puede desarrollarse a costa de dificultar el acceso a la vivienda de quienes viven y trabajan en él. Por esta razón, se propone analizar mecanismos de



incentivo que favorezcan la reconversión voluntaria de inmuebles turísticos hacia alquileres permanentes destinados a residentes, trabajadores y estudiantes.

Estas medidas podrían contribuir a equilibrar la función turística y residencial del territorio, fortaleciendo la cohesión social y evitando procesos de desplazamiento poblacional observados en otros destinos turísticos.

La propuesta no implica restringir de manera general las habilitaciones turísticas ni limitar las inversiones privadas. Por el contrario, busca generar reglas claras que permitan orientar el crecimiento hacia modelos compatibles con la visión de desarrollo definida para Villa de Merlo.

- Dónde se localiza.
- Qué recursos consume.
- Qué infraestructura demanda.
- Qué beneficios genera para la comunidad.
- Qué impactos producen sobre el ambiente y el paisaje.
- Qué medidas de mitigación o compensación incorpora.
- Qué grado de innovación y autosustentabilidad presenta.

3. INFRAESTRUCTURA NECESARIA PARA EL DESARROLLO

Ante la consulta sobre inversiones privadas e infraestructura, podría plantearse la necesidad de fomentar inversiones vinculadas a:

- Alojamientos de calidad y baja densidad.
- Espacios de bienestar y salud.
- Espacios para eventos.
- Infraestructura accesible.
- Energías renovables.
- Movilidad sostenible.
- Producción local.

La inversión debería alinearse con el modelo turístico definido para el destino. En este contexto, resulta necesario promover una diferenciación funcional del territorio que contemple:

- Áreas residenciales prioritarias, destinadas a garantizar la calidad de vida de los habitantes permanentes.
- Áreas de desarrollo turístico consolidado, donde exista infraestructura adecuada y capacidad para sostener nuevas inversiones.



- Áreas de protección ambiental y paisajística, especialmente vinculadas a cuencas hídricas, zonas serranas y ecosistemas sensibles.
- Corredores turísticos y recreativos que articulen atractivos, servicios y espacios públicos.
- Áreas de expansión futura sujetas a estudios de impacto y disponibilidad efectiva de servicios.

DESAFÍO: *evitar conflictos entre usos incompatibles, como la instalación de actividades turísticas de alta intensidad en sectores predominantemente residenciales o ambientalmente frágiles.*

4. OBSERVATORIO TURÍSTICO PARA LA TOMA DE DECISIONES

Antes de debatir restricciones o expansión de la actividad, es necesario contar con información objetiva. Se propone fortalecer el Observatorio Turístico desde su importancia estratégica para obtener:

- * Planificación basada en evidencia.
- * Mejor asignación de recursos.
- * Monitoreo permanente del crecimiento.
- * Sustento técnico para futuras ordenanzas.

La planificación territorial debe sustentarse en evidencia y no únicamente en percepciones.

Hoy, los destinos turísticos competitivos a nivel nacional e internacional se gestionan a partir de información estadística confiable, sistemática y continua. La toma de decisiones basada en evidencia se ha convertido en un pilar fundamental para el desarrollo sostenible del turismo.

La creación de un Observatorio Turístico en la Villa de Merlo responde a esta necesidad. Se trata de una herramienta técnica que permite recopilar, analizar e interpretar datos vinculados a la actividad turística, no sólo los niveles de ocupación, sino también perfil del visitante, procedencia, estacionalidad, gasto turístico y niveles de satisfacción, entre otros indicadores clave.



Contar con esta información no solo fortalece al Estado municipal en su rol de planificador, sino que también brinda al sector privado —especialmente al sector hotelero, gastronómico y de transporte— herramientas concretas para mejorar su competitividad, adaptar su oferta, optimizar precios y diseñar estrategias comerciales más eficientes.

Asimismo, el Observatorio permite optimizar el uso de los recursos públicos destinados a promoción turística. En lugar de campañas generalistas, posibilita la segmentación de mercados, la identificación de públicos objetivos y la medición del impacto de las acciones realizadas, mejorando significativamente la eficiencia del gasto.

Es importante destacar que la participación del sector privado resulta indispensable para el funcionamiento del Observatorio. En este sentido, la propuesta promueve un esquema colaborativo, donde los prestadores aportan información básica que luego es procesada y devuelta en forma de datos útiles para todo el sector, garantizando siempre la confidencialidad de la información individual.

La creación del Observatorio Turístico no debe entenderse únicamente como una herramienta técnica, sino como una política pública estratégica que posiciona a la Villa de Merlo en un modelo de gestión moderna, inteligente y sustentable del turismo.

DESAFÍO: Consolidar la toma de datos y formalizarla por medio de legislaciones que la respalden.

5. CALIDAD, PROFESIONALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

La competitividad de los destinos turísticos contemporáneos ya no depende exclusivamente de la cantidad de visitantes que reciben, sino de su capacidad para ofrecer experiencias de calidad, generar beneficios económicos para la comunidad local y preservar los recursos que sustentan la actividad. Organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo (ONU Turismo) sostienen que la sostenibilidad, la innovación y la profesionalización constituyen pilares fundamentales para el desarrollo turístico de largo plazo.

Desde esta perspectiva, la calidad turística debe entenderse como un proceso integral que involucra la mejora continua de los servicios, la capacitación permanente de los recursos humanos, la incorporación de criterios de sostenibilidad y la construcción de experiencias auténticas que respondan a las expectativas de los visitantes y de la comunidad anfitriona.



En este sentido, la profesionalización del sector resulta estratégica. El turismo es una actividad intensiva en servicios y, por lo tanto, depende en gran medida de las capacidades humanas.

La formación continua de empresarios, trabajadores, emprendedores, guías, prestadores y funcionarios públicos permite mejorar los estándares de atención, incorporar herramientas de gestión modernas y fortalecer la competitividad del destino.

La capacitación debe contemplar no sólo aspectos operativos y comerciales, sino también contenidos vinculados a la sostenibilidad, la accesibilidad, la inclusión, la innovación tecnológica y la gestión responsable de los recursos naturales y culturales.

Por otra parte, la mejora de la calidad turística contribuye a generar empleo más calificado, mayores niveles de ingreso, mejores oportunidades para emprendedores locales y una distribución más equilibrada de los beneficios económicos del turismo.

Impulsar

- * Programa de Capacitación Turística.
- * Profesionalización del sector.
- * Certificaciones en calidad e innovación.

Promover

- * Directrices de hoteles más verdes.
- * Normas IRAM-SECTUR.
- * Sello local que incluya estándares propios del destino que queremos.

Este tipo de iniciativas, se encuentran ligadas a normativas que incluyen desde el uso eficiente del agua, implementación de energías renovables, reducción del impacto de la huella de carbono, gestión responsable de residuos y afluentes, y medidas orientadas a la accesibilidad universal.

DESAFÍO: el objetivo para las próximas décadas no será únicamente atraer visitantes, sino construir un destino reconocido por la calidad de sus servicios, la profesionalización de sus actores y la sostenibilidad en su desarrollo.



6. DIVERSIFICACIÓN Y SEGMENTACIÓN DE LA OFERTA

La diversificación turística constituye una de las principales estrategias recomendadas por organismos internacionales como ONU Turismo para fortalecer la competitividad de los destinos, reducir la dependencia de un único producto turístico y mejorar la sostenibilidad territorial. La segmentación de la oferta permite responder a distintos perfiles de visitantes, ampliando las oportunidades económicas y distribuyendo de manera más equilibrada los beneficios del turismo.

La estrategia no implica reemplazar el turismo de naturaleza, sino complementarlo con nuevas propuestas capaces de atraer diferentes perfiles de visitantes, generar actividad durante todo el año y extender la permanencia promedio de quienes visitan la localidad.

Turismo de Reuniones y Eventos

El turismo de reuniones permite atraer visitantes durante temporadas medias y bajas, generando movimiento económico en alojamiento, gastronomía, transporte y comercio local. Congresos, jornadas, capacitaciones, encuentros académicos, eventos empresariales y reuniones institucionales representan una oportunidad para diversificar la demanda y reducir la dependencia de los fines de semana largos y la temporada estival.

Turismo Gastronómico

La gastronomía constituye una expresión de la identidad territorial y cultural. La valorización de productos regionales, recetas tradicionales, productores locales y experiencias culinarias permite generar propuestas auténticas que fortalecen la economía local y promueven circuitos de consumo de proximidad.

Turismo de Bienestar

Las tendencias internacionales muestran un crecimiento sostenido de la demanda vinculada al bienestar físico, emocional y espiritual. Actividades relacionadas con el descanso, la relajación, la salud preventiva, las terapias complementarias, el contacto con la naturaleza y los estilos de vida saludables representan una oportunidad estratégica alineada con la identidad actual de Villa de Merlo.

Turismo histórico/cultural

Este tipo de turismo se basa en el patrimonio tangible (sitios arqueológicos, arquitectura histórica, museos, cascos urbanos antiguos, estancias o edificios con valor



histórico) y el patrimonio intangible (tradiciones, festividades, gastronomía local, oficios artesanales, relatos y memoria colectiva de una comunidad). La clave es que ese patrimonio se convierta en una experiencia que el visitante pueda recorrer, entender y disfrutar

Turismo deportivo

Por un lado tenemos el turismo deportivo activo, donde el visitante viaja para practicar él mismo una actividad: trekking, ciclismo, running, deportes de aventura, golf, escalada. Por otro lado está el turismo de eventos deportivos, donde el viaje se motiva por asistir o participar en una competencia organizada: una maratón, un torneo regional, un rally, una fecha de algún campeonato. Esta segunda rama no requiere necesariamente eventos de gran escala, al contrario, para destinos medianos suele ser más viable y sostenible apostar a eventos de escala intermedia, replicables año a año.

Turismo de fe

Este tipo de turismo se organiza también en dos lógicas. Está la peregrinación devocional propiamente dicha, donde el motivo central del viaje es la práctica religiosa: visitar un santuario, participar de una fiesta patronal, cumplir una promesa o tradición de fe. Y por otro lado, el turismo religioso integrado a lo cultural, donde el visitante recorre templos, capillas o sitios religiosos históricos por interés patrimonial o arquitectónico, sin que la motivación sea necesariamente devocional. El escenario ideal nos invita a articular ambas lógicas sobre los mismos recursos.

Circuitos Urbanos

El espacio urbano también puede transformarse en un atractivo turístico. Los circuitos peatonales, paseos temáticos, recorridos arquitectónicos, espacios públicos, intervenciones culturales y propuestas interpretativas permiten distribuir visitantes más allá de los principales atractivos naturales, fortaleciendo además la actividad comercial local.

Recorridos Autoguiados

La incorporación de tecnologías digitales, señalética interpretativa y herramientas de accesibilidad permite desarrollar experiencias autoguiadas que favorecen la autonomía del visitante y amplían las alternativas de recorrido. Esta modalidad facilita la dispersión territorial de los flujos turísticos y promueve el descubrimiento de espacios menos visitados.



Beneficios

- Reducción de la estacionalidad turística mediante la generación de motivos de viaje durante todo el año.
- Mayor distribución territorial de visitantes, evitando la concentración excesiva en determinados sectores del destino.
- Disminución de la presión sobre áreas naturales sensibles y recursos ambientales estratégicos.
- Incremento de la permanencia promedio y del gasto turístico.
- Generación de nuevas oportunidades para emprendedores y prestadores locales.
- Mayor resiliencia económica frente a cambios en las tendencias de demanda.

DESAFÍO: la diversificación de la oferta turística como una herramienta fundamental para ampliar las oportunidades de desarrollo, distribuir los flujos de visitantes y fortalecer la resiliencia económica del destino.

7. CONCIENCIA CIUDADANA E IDENTIDAD LOCAL

El turismo sostenible no depende únicamente de la calidad de los atractivos o de la infraestructura disponible, sino también del nivel de compromiso, participación y apropiación que la comunidad local tenga respecto de la actividad turística. Diversos autores vinculados al desarrollo local, como Manfred Max-Neef, sostienen que los procesos de desarrollo son más sólidos y sostenibles cuando las comunidades participan activamente en la construcción de su propio futuro.

Asimismo, los organismos internacionales promueven la participación comunitaria como uno de los pilares fundamentales para la sostenibilidad de los destinos, entendiendo que el turismo debe contribuir al fortalecimiento de la identidad local, la cohesión social y la calidad de vida de los residentes.

La cultura turística implica comprender que el turismo no es una actividad aislada ni exclusiva de quienes trabajan directamente en ella, sino una construcción colectiva que involucra a residentes, instituciones educativas, organizaciones sociales, comercios, emprendedores y organismos públicos.

Cada interacción cotidiana entre visitantes y residentes contribuye a construir la imagen y la experiencia del destino. Por ello, el fortalecimiento de la conciencia ciudadana debe



orientarse a generar una mayor valoración del patrimonio natural, cultural e histórico que distingue a Villa de Merlo y constituye uno de sus principales activos estratégicos.

El sentido de pertenencia se convierte así en un elemento central para la preservación de la identidad local frente a los procesos de crecimiento urbano, transformación social y aumento de la actividad turística. Una comunidad que conoce, valora y se identifica con su historia, su paisaje y sus tradiciones posee mayores capacidades para protegerlos y transmitirlos a las generaciones futuras.


ACCIONES:

- * Fortalecer la cultura turística local.
- * Generar sentido de pertenencia.
- * Comprender el valor económico y social del turismo.
- * Formar anfitriones turísticos.

Beneficios para el Desarrollo Territorial:

- Fortalecimiento de la identidad local y el sentido de pertenencia.
- Mayor participación ciudadana en los procesos de planificación territorial.
- Conservación y valorización del patrimonio natural y cultural.
- Generación de una comunidad anfitriona comprometida con el turismo.
- Mejora de la convivencia entre residentes y visitantes.
- Incremento de la calidad de la experiencia turística a partir de la hospitalidad local.
- Consolidación del turismo como herramienta de desarrollo humano, social y económico.

DESAFÍO: *trabajar desde la educación, capacitando y concientizando en escuelas, desarrollando programas de formación e inserción laboral para jóvenes y residentes, fortalecer el rol de las universidades en el territorio.*



Nicolás Mancilla
Secretario de Turismo
Municipalidad de Villa de Merlo



Ornella Cappetta
Directora de Promoción Turística
Municipalidad de Villa de Merlo