



UNIVERSIDAD
FASTA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

LICENCIATURA EN TURISMO



CENTRO DE INTERPRETACIÓN

ÉXODO RIOHONDEÑO

CENTRO DE INTERPRETACION EXODO RIOHONDEÑO

TRABAJO FINAL INTEGRADOR

**ALUMNA: SALVATIERRA,
ESTHER ESTEFANIA**

**TUTORA: MENDES, ANALIA
VERONICA**



CONTENIDOS

RESUMEN	4
1) INTRODUCCION	5
2) RESUMEN EJECUTIVO	7
2.a) Nombre del proyecto:	7
2.b) Breve resumen de la idea del proyecto	7
2.c) Nombre del destino turístico donde se desarrollará el proyecto:.....	8
2.c.1) Características del destino	9
2.c.2) Estado de desarrollo del turismo local	11
3) DIAGNOSTICO FODA	13
3.a) FORTALEZAS	14
3.c) OPORTUNIDADES	14
3.b) DEBILIDADES	15
3.d) AMENAZAS.....	15
3.a) FORTALEZAS	16
3.c) OPORTUNIDADES	16
3.b) DEBILIDADES	16
3.d) AMENAZAS.....	16
3.e) La propuesta como una estrategia superadora.....	17
4) OBJETIVOS DEL PROYECTO	19
4.a) Objetivos a corto plazo	19
4.b) Objetivos a mediano y largo plazo	19
5) ESTRATEGIA DE MARKETING	20
5.a) Perfil de mercado	20
5.a.1) Perfil del mercado meta	20
5.a.2) Segmentación Geográfica	20
5.a.3 Segmentación Demográfica y Social	20

5.a.4) Segmentación Comportamental	21
5.b) Posicionamiento del Proyecto	22
5.b.1) Idea vendedora	22
5.b.3) Marca turística	23
5.b.4) Slogan.....	25
6) DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO	25
6.a) Características del proyecto innovador	25
6.a.1) Niveles de prestación	33
6.a.2) Modalidades.....	33
6.a.3) Otros temas relevantes del producto	33
7) POLÍTICA DE COMUNICACION.....	34
7.a) Donde se difundirá el proyecto – Principales medios.....	34
7.a.1) Publicidad. Herramientas creativas – Comunicaciones masivas	35
7.a.2) Promociones – Herramientas creativas – Folletos – Beneficios	37
7.a.3) Comunicaciones directas.....	37
8) POLÍTICAS DE COMERCIALIZACION	37
8.a) Como se comercializará el proyecto	37
8.b) Quienes intermediarán con el cliente.....	38
8.d) Otras acciones (Fidelización – Marketing Directo)	38
9) POLÍTICA DE PRECIOS	39
9.a) Estructura de costos	39
9.b) Precios comparativos	40
9.c) Estacionalidad de la demanda	40
9.d) Fijación de precios	41
10) CALIDAD TURÍSTICA	41
10.b) Momento y manera en que se hará llegar la encuesta.....	42
10.d) Formulario de encuesta de satisfacción.....	43
11) CONCLUSIONES.....	44

11.a)	Evaluacion final del proyecto.....	44
11.b)	Aspectos comerciales, económicos, sociales y ambientales.....	45
12)	BIBLIOGRAFIA	47
13)	ANEXOS	48

RESUMEN

En este proyecto se presentará y dará a conocer una propuesta turística innovadora para la comuna rural Villa Rio Hondo (Santiago del Estero). Se trata de un producto que será una de las atracciones más importantes del destino, no solo para los turistas y visitantes, sino también para los residentes.

El objetivo central es la construcción del Centro de Interpretación “Éxodo Rihondeño”, el cual, a su vez, tiene la finalidad de revalorizar la localidad de Villa Rio Hondo, dando a conocer, de diferentes formas, desde la enseñanza, la difusión y la sensibilización, el suceso histórico, tan valioso y relevante para los rihondeños.

El centro contara con los servicios de profesionales de turismo y capacitados en recepción, guiados de sitio y coordinación.

Éste será comercializado mediante EVT (Empresas de viajes y turismo) receptoras de Santiago del Estero que incluyan la visita al atractivo en sus paquetes, como así también, mediante redes sociales.

Se desarrollará en la superficie correspondiente a la Capilla Nuestra Señora de Lourdes, la piedra de San Francisco Solano y un cobertizo, patrimonio representativo del destino.

Se caracteriza por el valor agregado que posee el centro en una de sus salas, siendo este el relato vivo del histórico suceso. Brinda al turista la experiencia de ponerse en la piel de aquellas personas que atravesaron el Éxodo.

La aceptación de esta propuesta, radica en el interés y curiosidad que muestran los visitantes acerca de la temática, cada vez que visitan Termas de Rio Hondo, siendo esta, un complemento de la oferta turística.

El Centro de Interpretación generara diversos impactos positivos en la zona, ya que los beneficios alcanzan a la comunidad local no solo económica, sino también culturalmente, logrando la revalorización de la comuna en sus diferentes aspectos.

Palabras claves: Centro de Interpretación - Éxodo Rihondeño - Comuna rural - Villa Rio Hondo – Revalorización.

1) INTRODUCCION

El proyecto nació hace aproximadamente dos años, cuando surgía la pandemia del Covid-19. En ese entonces, el sector turístico fue uno de los más golpeados, debido al impacto que generó la misma.

A partir de ese momento, y con miras a realizar la actividad turística post-pandemia, comenzaron a visibilizarse diferentes alternativas y demandas de turismo, como, turismo responsable, turismo local o turismo en casa, entendiéndose como turismo interno. Dichos nombres, hacían referencia a nuevos caminos que la actividad debía adoptar con respecto al panorama socioambiental, diferente al de costumbre.

Es así que surgió la idea de investigar y estudiar posibles y potenciales lugares (próximos destinos), para realizar actividades turísticas dentro de Santiago del Estero, y desarrollar nuevas condiciones de vida para la comunidad local, además de brindar una nueva oferta a turistas y visitantes.

Este proyecto surge como motivación para la puesta en valor de la localidad y comuna rural Villa Rio Hondo, ubicada en el departamento Rio Hondo, la cual presenta gran potencial y aspectos a tener en cuenta para convertirse en un punto importante para el turismo.

Su idiosincrasia da pie a diversas iniciativas y propuestas, ya que su historia permite ahondar en su acervo.

La razón específica por la que nace esta idea, radica en la incertidumbre y curiosidad del turista o visitante que pasea por Termas de Rio Hondo y conoce el Dique Frontal de la ciudad, donde, desde hace muchos años y a través de las generaciones, existe la historia de LA CIUDAD SUMERGIDA.

Más bien, se trata de la realidad y de la historia de un grupo de personas, que, en su momento eran habitantes de la Vieja Villa Rio Hondo y tuvieron que abandonar su lugar de residencia, a causa de la construcción de un dique, dejando sus raíces y hogares, sin otra opción, para trasladarse a un nuevo lugar y comenzar su vida nuevamente, dejando plasmado en la historia el hecho catalogado como “Éxodo Riohondeño”.

La iniciativa de crear un centro de interpretación tiene como base la función de promover el aprendizaje mediante información y orientación de la temática, además de develar y contar el significado del legado histórico-cultural que dejó el éxodo, sensibilizando tanto a la comunidad como a los turistas y visitantes a través de experiencias que promuevan a la conservación de los recursos con los que cuenta el destino.

Por otro lado, se toma la palabra éxodo (destierro o exilio de una comunidad; pueblo forzado a abandonar su tierra por una fuerza mayor) como fundamental en la historia de la ciudad, debido al hecho ocurrido y al que se da lugar en dicho proyecto. El mismo, este año (2023) cumple 57 años, luego de plasmar en el destino el gran acontecimiento histórico que se recuerda hasta nuestros días.

El éxodo ocurrió en el año 1966, cuando un villorio de más de 150 habitantes, con familias establecidas y una vida transitada fueron obligados a dejar su lugar de pertenencia y sus casas para ser reubicados a 21 kilómetros de su sitio primitivo, debido a la construcción del actual Dique Frontal inaugurado en 1967, con el fin de atenuar las crecidas, mejorar el riego y generar energía. Su emplazamiento original, hoy se encuentra cubierto por las aguas del lago.

2) RESUMEN EJECUTIVO

2.a) Nombre del proyecto:

Centro de Interpretación “Éxodo Riohondeño”.

2.b) Breve resumen de la idea del proyecto

El proyecto se basa en la revalorización de la comuna rural Villa Rio Hondo, debido a que su antiguo emplazamiento se encuentra debajo de las aguas del lago (Embalse de Rio Hondo), hecho que con el transcurso de los años fue olvidado en las ciudades del departamento Rio Hondo, que fueron testigo del desarraigo que vivieron familias enteras cuando ocurrió el éxodo Riohondeño.

Contextualizando la problemática, en el año 1966, el pueblo de la vieja Villa Rio Hondo, como es conocido, tuvo que trasladarse a su emplazamiento actual debido a la creación del Dique Frontal, quedando baja las aguas del mismo. En ese entonces, los habitantes (más de 150) fueron notificados para mudarse a una nueva ubicación, localizada a 10 km aproximadamente hacia el sur. Allí debían comenzar nuevamente sus vidas desde cero, contando solo con tierras agrestes y pequeños cobertizos, donados por las autoridades de ese entonces, los cuales fueron las primeras viviendas en la nueva Villa Rio Hondo.

El hecho fue muy doloroso para la comunidad, ya que dejaban atrás su vida, recuerdos, trabajo, esfuerzo y vivencias.

Tomaron como fecha oficial el 26 de marzo de 1966 para recordar año tras año, el Éxodo Riohondeño, ya que ese día se procedió al traslado de la Patrona del pueblo, Nuestra Señora del Pilar. Por ese motivo, cada 26 se conmemora este hecho histórico para los habitantes del lugar.

Hoy en día, lo que quedó de esa vieja villa es el testimonio de familias que vivenciaron el Éxodo, y el relato de sus descendientes, quienes, de generación en generación, mantienen el vivo recuerdo de la vieja Villa Rio Hondo, la tan amada Miraflores, como se denominaba en aquellos años.

La idea del proyecto se centra en la creación de un centro de interpretación en el predio correspondiente a la Capilla Nuestra Señora del Pilar, ubicado en la villa, el cual cuenta con un amplio terreno y superficie que permite la construcción del mismo.

El centro de interpretación, además de realizar sus funciones principales (revelar el significado y la relación del patrimonio con el visitante, a través de experiencias directas), promocionara y acompañara a la oferta y comercialización de una excursión en el destino a los turistas y visitantes, para lograr explotar los recursos con los que cuenta la ciudad y no solo aprender y conocer la cultura de los residentes (partícipes), sino también experimentar y vivenciar parte su modo de vida, para comprender y percibir la razón por la que el éxodo no debe ser olvidado ni borrado por las generaciones presentes, ni futuras, muchas de las cuales tienen raíces y descendencia en la “Vieja Villa”.

Para lograr la viabilidad del mismo, se trabajará conjuntamente con actores sociales, por un lado, la Comisión Municipal del Destino y la Cooperativa de Gestión Cultural y Turismo “Ckayna Cunan” de la ciudad de Santiago del Estero y, por otro lado, con residentes de la Villa, entre ellos la familia Jiménez, que dispone del espacio en el que se desarrollarán las actividades que conforman la excursión, entre ellas: proceso de siembra y cosecha de vegetales, producción de dulces caseros, alfarería, paseo a caballo, entre otras; además del gobierno de la provincia de Santiago del Estero, que encabezará la concreción de dicho proyecto.

Si bien, lo primordial del proyecto es la revalorización de la Villa, a través de la creación del centro de interpretación, el mismo ofrecerá alternativas complementarias para el desarrollo de diferentes tipos de turismo en el destino, no solo cultural, sino también turismo religioso y rural/comunitario.

El fin del mismo no solo consiste en la “revalorización”, sino también en generar nuevas oportunidades para los habitantes de la comuna, con miras a mejorar su calidad de vida y sentido de pertenencia.

2.c) Nombre del destino turístico donde se desarrollará el proyecto:

Villa Rio Hondo.

2.c.1) Características del destino

Las características que posee Villa Rio Hondo, se resumen en lo siguiente. En primer lugar, la villa es una comuna rural, aludiendo a los pocos habitantes que dispone (poco más de 1500), lo cual en cierta manera es beneficioso para los residentes, debido a que no se produce una alteración ambiental del destino, ni exceso en la capacidad de carga de acogida del sitio.

Desde el punto de vista turístico, la ruralidad en los destinos es una oportunidad para el desarrollo de nuevos modos y formas de realizar la actividad turística, siendo estas, ajenas a la “masividad”; se valoran ambientes propicios al disfrute y contacto con la naturaleza, donde sea accesible la interacción con las comunidades locales, además de experiencias, etc.

Se considera que en los últimos años surgieron nuevas tipologías para realizar la actividad turística, basadas en la sostenibilidad/sustentabilidad, lo cual contribuye a un equilibrio ambiental, económico y social.

Por otro lado, la comuna es un paso obligado para muchos turistas, ya que es atravesada por la Ruta Nacional N°9, siendo una de las más transitadas, puesto que permite diferentes accesos a ciudades y provincias.

El aspecto fundamental y característico por el que se destaca, al igual que las Termas de Rio Hondo, es por sus termas mineralizadas, conocidas como aguas calientes, que cuentan con propiedades naturales y dicese “curativas”, gracias a sus componentes. Por ese motivo, se convierte en un recurso potencial para ser explotado turísticamente, ya que la modalidad más elegida por los visitantes es “turismo salud”, o el simple hecho de conocer y experimentar en dichas aguas.

El motivo por el cual es elegido el destino es por su gran acervo cultural, destacándose el suceso “éxodo Riohondeño”, el cual posee alta incidencia en la historia de la comunidad, siendo potencial en el aspecto cultural, con la religiosidad popular, los mitos, las costumbres, los modos de vida, etc.

El atractivo principal del destino es la Capilla Nuestra Señora del Pilar, la cual alberga la “piedra” que San Francisco, primer santo que pisó el suelo santiagueño y cruzó el Río Dulce en dirección a la Vieja Villa, dejó en su camino cuando venía del Alto Perú.

Finalmente, presenta un elemento potencial, sumamente importante en el Éxodo, que cuenta con gran arraigo histórico. Son cobertizos construidos con ladrillos huecos, techos de fibrocemento en forma de U y abiertos en sus extremos, cuyo origen data del año 1900

aproximadamente; éstos, fueron las primeras viviendas de los habitantes en la Nueva Villa (actual).



Cobertizos: Primeras viviendas de los habitantes de Villa Rio Hondo. Fotografía propia, junio 2021



Capilla Nuestra Señora del Pilar



Piedra de San Francisco (Huella)



Fotografías propias, junio 2021.

***Accesos terrestres**

En cuanto a sus accesos, las rutas más importantes son la Ruta N°9 y N°34, por las que se conectan provincias del norte (Salta, Tucumán y Jujuy), y sur (Córdoba), además de Buenos Aires y Santa Fe, siendo éstas, los principales centros que visitan Santiago del Estero.

2.c.2) Estado de desarrollo del turismo local

Con respecto al estado de desarrollo del turismo local, la situación actual de la actividad turística en el destino es casi nula; en gran parte, debido a la falta de interés y compromiso por parte de las autoridades políticas.

Por otro lado, los proyectos que intentaron presentarse, no lograron concretarse, a causa de diferentes motivos, ya sean desde políticos, económicos, inclusive decisiones gubernamentales.

La ciudad cuenta con diversos recursos, elementos y aspectos para desarrollarse y explotar turísticamente, pero precisa del acompañamiento político, es decir, que se tome una decisión por parte de las autoridades.

Actualmente, se está trabajando a nivel NOA (Noroeste argentino) con el proyecto "Camino: El paso de San Francisco Solano", que es un trazado que abarca Bolivia, Argentina y Perú. Abarca desde el ingreso al norte del país (Argentina), el paso por el Litoral y el retorno a las provincias del norte; dicho proyecto será presentado en la próxima Feria Internacional del Turismo (FIT). El mismo cuenta con dos recorridos (corto y largo). Cabe destacar que se puso en valor en el año 2021. Hoy, las miras están puestas en el desarrollo e impulso del turismo rural, con la participación de actores sociales, como emprendedores locales.

Desde la Asociación de Pequeños Productores, al mando de la presidente Griselda Casasola, se solicita capacitar a los pobladores para poner en valor la propuesta mencionada.

Por otra parte, el INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria) en conjunto con la Asociación mencionada, se encuentran proyectando en desarrollo del turismo rural y comunitario, basándose en el "valor agregado" a los productos del campo, sobre todo en las ferias que se realizan los días sábados en Villa Rio.

Contextualizando el apartado, Villa Rio Hondo es poseedor de un almacén campesino en el Mercado Municipal de Termas de Rio Hondo, donde brindan atención al público solo por la mañana. El mismo cuenta con siete instituciones que albergan todos los productos que se

comercializan, ya sean regionales o autóctonos, como canastos de palma (simples y trenzados), miel, dulces, quesos, huevos, “bolanchao” (postre tradicional del norte argentino), galletas de algarroba, licores, deshidratados, entre otros. Su característica relevante radica en que son atendidos por los productores.

Hoy, se encuentran en marcha diversas proyecciones con el fin de desarrollar el turismo local, ya que dispone de un importante potencial, el necesita ser trabajado para generar nuevas alternativas.

Por otro lado, la infraestructura hotelera de zonas cercanas a Villa Rio Hondo, se encuentra muy desarrollada y diversificada, ya que cuenta con más de 170 establecimientos de diferentes categorías, con más de 14.500 plazas en su totalidad, sin mencionar la importante cantidad de acampes. En su mayoría, están situados en Termas de Rio Hondo.

En cuanto a la gastronomía y comidas típicas, tanto la ciudad como zonas cercanas, integran una cocina muy arraigada con bases autóctonas, siendo una cocina tradicional de Santiago del Estero. Además, gracias a sus ríos, la pesca (como actividad deportiva) se traduce a diferentes platos. En este sentido, se mencionan: dorado, bagre, boga o sábalo.

Dentro de las comidas típicas, se ofrece: asado de chivito o de lechón, empanadas, locro, humita, y chipaco (pan con chicharrón).

Además, otras de las especialidades son: tortilla, empanadilla y moroncito.

Cabe destacar, que, en los alrededores de la ciudad, cuentan con gran variedad de restaurantes y locales gastronómicos, quienes ofrecen una diversa carta y opciones para degustar sus platos típicos.

Villa Rio Hondo, no cuenta con un ente de turismo, pero Termas de Rio Hondo, su ciudad vecina, posee la Secretaria de Turismo, y, por otro lado, la Secretaria Municipal de Turismo, Cultura y Deporte. Además del Museo del Automóvil, Museo Municipal Rincón de Atacama y el Museo de Artes. Por su parte, Villa Rio Hondo cuenta con un museo de “la vieja villa”, que actualmente no se encuentra en funcionamiento.

3) DIAGNOSTICO FODA

FODA del destino

3.a) FORTALEZAS

- Villa Rio Hondo cuenta con termas mineralizadas (aguas termales).
- Se encuentra cercana a la ciudad de Termas de Rio Hondo (cabecera del departamento en el que se localiza), a 15 kilómetros aproximadamente.
- Zona rural: Cuenta con recursos y espacios naturales para ser explotados y aprovechados turísticamente.
- Comuna rural: La convierte en una localidad poblada con pocos habitantes (poco más de 1500).
- Idiosincrasia: Villa Rio Hondo posee riqueza cultural, histórica, religiosa, en hábitos y costumbres.
- La localidad presenta diferentes puntos de acceso, ya que es atravesada por la Ruta Nacional N°9.
- Actividades económicas y productivas: Los habitantes trabajan en la agricultura, la ganadería, la pesca, y en menor medida, en albañilería.
- La Villa es un paso obligado para turistas y visitantes, gracias a la ciudad spa Termas de Rio Hondo, por su localización y cercanía.
- Familias emprendedoras: Los habitantes crean sus propios proyectos y trabajan en su lugar de residencia.

3.c) OPORTUNIDADES

- Región turística: Forma parte de la región NOA, se localiza cerca de Termas de Rio Hondo, la ciudad más visitada en los últimos años y con gran afluencia turística.
- Turismo Internacional: Termas recibe un target importante de turistas internacionales gracias a los eventos deportivos de los que es SEDE.
- Gobierno: El gobierno, en los últimos años apostó al turismo y al deporte. Actualmente, se está construyendo una autopista (Santiago del Estero – Termas de Rio Hondo) que conectara Santiago del Estero con Tucumán, lo cual beneficiara la conectividad entre las ciudades.
- Periodo post-pandemia: En este periodo, el cambio en las preferencias de los turistas es notorio. Hoy, buscan destinos no masivos, el contacto con la naturaleza y las comunidades locales, responsables con el medio ambiente, a diferencia de años atrás.

3.b) DEBILIDADES

- Pérdida de valor por la comunidad local y su historia (éxodo Rihondeño), olvido y desinterés por las autoridades y nuevas generaciones.
- Nula proyección turística.
- Ausencia de profesionales en el campo de la actividad turística.
- Mala señal en telefonía e internet.
- Escasez de señalética en rutas, calles y caminos.
- Comisión Municipal: No beneficia a los residentes en los servicios básicos.
- Desconocimiento general del potencial que posee la Villa para ser atractivo turístico.
- Ausencia de medios de transporte públicos (colectivos, remises).
- Estacionalidad de la demanda.

3.d) AMENAZAS

- Crisis económica: La recesión económica por la que estamos atravesando imposibilita a la creación de proyectos rentables.
- Posicionamiento de Termas de Rio Hondo: Termas ocupa un importante lugar en la mente de los turistas, considerándola como la única ciudad turística de Santiago del Estero.
- Clima: Santiago del Estero es una de las provincias que registra las más altas temperaturas en verano, por lo tanto, si no se encuentran en “temporada”, la actividad sería nula, debido a la ausencia de turistas y visitantes.

FODA del proyecto

<p>3.a) FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Ubicación estratégica: Único centro de interpretación cercano a la capital de Santiago del Estero.▪ Complemento de la oferta turística con Termas de Rio Hondo.▪ Revalorización de Villa Rio Hondo.▪ Servicio de calidad (atención al cliente y guías locales).	<p>3.c) OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Interés y compromiso por parte de la comunidad local.▪ Alianzas y acuerdos con otros destinos turísticos.▪ Convenios con entes turísticos (agencias, hoteles, cooperativas, asociaciones) y otros.▪ Nuevas preferencias de los turistas.
<p>3.b) DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Insuficiencia de señalización en rutas.▪ Falta de medios de transporte urbano.▪ Falta de promoción.▪ Falta de entes que decidan sumarse al proyecto.	<p>3.d) AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Competencia del Centro de Interpretación “El Jume”. (Ojo de Agua, Santiago del Estero).▪ Museos y sitios culturales de Termas de Rio Hondo.▪ Rango etario de los primeros habitantes de la Villa (80 años).

Síntesis

En el FODA del destino y del proyecto se sintetizan los puntos que se deben mejorar para poder llevar a cabo las diferentes alternativas y actividades presentadas en la propuesta. Como se mencionó en oportunidades, el proyecto busca generar no solo beneficios económicos, sino que su foco se halla en la puesta en valor de la comunidad, sensibilizando y concientizando no solo a los turistas y visitantes, sino también a las generaciones presentes y futuras.

Se trata de una labor conjunta entre actores sociales (públicos y privados) que posean la sinergia para lograr los objetivos propuestos. Es necesario optimizar las fortalezas del destino para explotar su potencial, de manera que las debilidades se mitiguen en el transcurso

del tiempo. Si bien, las externalidades (debilidades y amenazas) son ajenas a ello, no dejan de ser importantes al momento de la planificación y ejecución del proyecto.

3.e) La propuesta como una estrategia superadora

La propuesta surge para dar respuesta a la problemática planteada y poder de alguna manera, revalorizar a la villa, optando por la creación de un centro de interpretación, que informe, enseñe, revalorice y sensibilice acerca del suceso que marcó la historia de Villa Rio Hondo.

La iniciativa se basa en darle participación a la comunidad local (residentes) en relación a la actividad turística, siendo ésta nula en el destino. Además, contribuir a la mejora de calidad de vida de los habitantes, ya que presentan cierta escasez en oportunidades de trabajo, posibilitándoles un sustento propio.

Se pretende preservar el patrimonio histórico-cultural que posee dicho sitio y crear un nuevo producto turístico, explotando y aprovechando las condiciones propicias para desarrollar actividades de turismo rural, como experiencias de producciones agrícolas y ganaderas, paseos a caballo, trekking o senderismo, y compartir las vivencias con la población local, quienes trabajan en micro emprendimientos familiares relacionados a las actividades principales, además de las artesanales.

El objetivo es hacer renacer a la villa mediante su historia y darle lugar a la comunidad para ser anfitriones en su destino, incluyéndolos en la actividad, como participantes activos de la cadena.

La idea de un centro de interpretación, también se lleva a cabo debido a la existencia de uno solo en la provincia, específicamente al norte de Ojo de Agua, el centro de interpretación Parque Eólico “El Jume”.

El porqué del proyecto se da a causa del interés que muestran los turistas y visitantes cada vez que pasan por el dique, preguntando a los pobladores sobre la historia de la “ciudad sumergida”, indagando y debatiendo sobre si es un mito o es la realidad. Incluso, muchos de ellos desean ver personalmente y prometen y elegir visitar la ciudad cuando el caudal del agua desciende, con la ilusión de poder ver restos de la antigua villa.

La propuesta se basa en que todo el que visite el centro, pueda conocer, aprender y darle valor a la historia que será transmitida mediante experiencias directas y sensoriales, a través de exposiciones, réplicas, bibliografía, elementos atractivos y representativos del

destino para generar una motivación del deseo de conocer la Villa y poder experimentar visitas en ella.

Las alternativas para el mismo se basan en crear una réplica del antes y después de la capilla, en conjunto con el cobertizo representativo en la historia. Además, ubicar paneles creativos y sensoriales para auto guiado de las personas que visiten el centro (optativo); pero específicamente, este contara con guías locales, quienes brindaran el relato.

Cabe mencionar que se trabajara en conjunto con la Cooperativa de Turismo “Ckayna Cunan”, dedicada a la gestión de espacios culturales, como así también a la promoción de la actividad turística en Santiago del Estero, que se encargara de capacitar a los pobladores para la formación de guías locales del centro de interpretación.

Otra proyección es ubicar muestras de libros con referencia al Éxodo Ríohondeño, una sala de estar para que los visitantes puedan tener momentos de agrado, tranquilidad y disfrute. Otra estrategia alude a contar con estantes de producciones de los pobladores, para generar un ambiente ameno y casero, en referencia a la comuna.

Por otro lado, el centro de interpretación dependerá del gobierno de la provincia de Santiago del Estero, quien trabajara en conjunto con el municipio de Villa Rio Hondo y actores públicos y privados, como cooperativas, asociaciones, etc. Es decir, que será el encargado de pagar a los empleados que trabajen en el centro.

La entrada al mismo tendrá un valor de \$300 por persona, los menores de 12 años no abonaran.

Para su construcción, se llevará a cabo un plan de acción, a cargo del gobierno. En el mismo, se plasman planos creados específicamente para dicho proyecto, que serán concretados en un plazo estimado por las autoridades, de un año aproximadamente; y luego, desarrollar una prueba piloto con duración de tres meses.

La lógica que se seguirá para su creación es similar a la de un museo, pero con características diferentes, propicias de un centro de interpretación.

El centro abrirá sus puertas en los siguientes horarios: de martes a domingos, en horario corrido (de 9 hs a 21 hs). Es decir, que los únicos días que el centro no abrirá son los lunes.

4) OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL: Construcción de un Centro de Interpretación.

4.a) Objetivos a corto plazo

*Implementar acciones de marketing (publicidad) en la zona turística por excelencia (Termas de Rio Hondo) y en la Villa.

*Recibir en el Centro de Interpretación, un promedio de 500 turistas durante la temporada turística 2025 (abril – octubre).

4.b) Objetivos a mediano y largo plazo

*Mediante el Centro de Interpretación, generar empleos destinados a familias de la Villa para el año 2026. Estos se darán en la participación de eventos programados, por ejemplo: ferias o festivales.

*Obtener un crecimiento (tres veces más) de visitantes al Centro de Interpretación para el año 2026.

Largo plazo

*Captar al 70% de las familias de la Villa para ser partícipes del desarrollo del proyecto con sus respectivas actividades para el año 2030 aproximadamente.

*Incrementar las visitas al Centro de Interpretación para el año 2030, logrando alcanzar los 10000 turistas.

*Generar ingresos y rentabilidad al destino, sumando propuestas y alternativas en conjunto al Centro de Interpretación (Ej.: ferias, festivales, eventos programados).

*Formular modificaciones y nuevos planes de acción (revalorización) en el año 2040, de modo que el proyecto no sea cíclico.

5) ESTRATEGIA DE MARKETING

5.a) Perfil de mercado

5.a.1) Perfil del mercado meta

Para que el producto sea exitoso, es necesario determinar y definir un perfil específico y concreto de clientes (turistas y visitantes), a quienes se ofrecerá el mismo, con el fin de que el producto sea aceptado y elegido por ellos, para luego convertirse en clientes potenciales.

El proyecto se dirige a clientes y/o consumidores que reúnan la mayor cantidad de características posibles, o compartan algunas de ellas. Para ello, tendremos en cuenta algunas variables y aspectos para dividir al mercado, de acuerdo a la oferta y sus conveniencias.

5.a.2) Segmentación Geográfica

En este aspecto, el perfil de turistas apunta a aquellos que visiten Termas de Río Hondo, que generalmente provienen del norte del país, de las provincias de Salta, Tucumán y Santiago del Estero, y, por otro lado, de la región pampeana, de las provincias de Buenos Aires, Santo Fe y Córdoba, además de la CABA (Ciudad Autónoma de Buenos Aires).

Es decir, se resume en turistas nacionales, provenientes de la región noroeste y pampeana del territorio argentino.

5.a.3 Segmentación Demográfica y Social

En este caso, tendremos en cuenta la edad, el sexo, la religión y la nacionalidad de los visitantes; y, por otro lado, los ingresos económicos y la educación.

- ✚ Edad: Adultos (27 a 59 años) en menor medida y adultos mayores (mayores de 60 años) en mayor medida.
- ✚ Sexo: Ambos sexos. Masculino y femenino.
- ✚ Religión: Personas que profesen cualquier religión, ya sea católica, judía, evangélica u otra.

- ✚ Nacionalidad: Preferentemente visitantes argentinos, debido a su inclinación por aprender y conocer nuevos destinos y culturas, en los cuales puedan tener contacto con la comunidad local.
- ✚ Economía: En cuanto a los ingresos económicos, personas que posean ingresos fijos. Se entiende, por lo general, en las categorías: alto y medio.
- ✚ Educación: El nivel educativo se basará en personas que hayan terminado el nivel primario, es decir, que sepan leer y escribir. Cabe destacar que un centro de interpretación de cierta manera, “enseña”.

5.a.4) Segmentación Comportamental

Con respecto a esta variable, se analizarán a los turistas en cuanto a su personalidad y motivaciones.

- ✚ Personalidad: Personas que busquen despejarse, tranquilas y pacíficas; que les agraden lugares no tan concurridos y conocer nuevas culturas; que sean sociables y les guste tener comunicación/contacto con los residentes del destino. Curiosos, que investiguen e indaguen sobre su interés.
- ✚ Motivaciones: Viajes en grupo (programados), visitar y conocer iglesias, templos y capillas; participación en actividades grupales. Naturaleza y responsabilidad ambiental; contrarios a la masividad. Interesados por las diferentes culturas.

A modo de síntesis, el perfil de turistas que se busca captar es bastante específico, ya que se centrarán en las personas que visiten la provincia de Santiago del Estero, donde predomina un target de adultos mayores y familias, provenientes del territorio argentino, especialmente de dos regiones, por un lado, la región del NOA (Noroeste argentino) y por otro, la región pampeana, ya que tienen una importante inclinación a conocer nuevos destinos, es decir, buscan descubrir nuevas historias y pretenden vivenciar y experimentar hábitos y costumbres de las comunidades locales. Se trata de hombres y mujeres que buscan salir de la rutina diaria y para ello escogen sitios (destinos) tranquilos, donde prime la naturaleza y no así la masividad y caos de “ciudad”. Pretenden ayudar, de alguna manera, a las comunidades mediante su paso por ellas. Y, por otro lado, residentes de Santiago del Estero, que no conocen el interior de la provincia ni los recursos y/o potencial que posee.

5.b) Posicionamiento del Proyecto

5.b.1) Idea vendedora

El posicionamiento consiste en diseñar la oferta comercial de tal forma que ocupe un lugarpreciado en la mente de los consumidores. (Kotler, Rock Content, 2021)

En este caso, es necesario complementar el diseño de la oferta con una marca propia ya sea del producto o servicio que se desea ofrecer, destacando sus características importantes y haciendo referencia al sentido de pertenencia, es decir, mostrarse mediante aquello en lo que se sienten representados e identificados; no es ajeno a ello la competencia existente en el mercado, por lo que el posicionamiento será en base a diferentes aspectos y/o criterios, observados y percibidos por los consumidores (clientes).

Particularmente, el Centro de Interpretación “Éxodo Rihondeño” ofrecerá además de su función principal, el saber de la cultura local, su historia, sus hábitos, costumbres, tradiciones, modos de vida, pero sobre todo la experiencia de sentirse parte de la comunidad en cuestión.

A razón de lo mencionado recientemente, y en consecuencia con lo que ello implica, se puede decir que el proyecto se posicionará mediante un atributo específico, mencionado a continuación.

*Experiencia

Desde el momento en que el turista llegara al Centro de Interpretación vive experiencias muy concretas, desde conocer y ver a través de fotografías el antes y después de la Villa, comparando y estableciendo las diferencias, escuchar y aprender de guías la historia del éxodo y su importancia en la historia de Rio Hondo, ponerse en la piel de aquellas familias y en su arraigo, compartir incluso el dolor que les causaron, aun cuando se minimiza el suceso ocurrido.

Una de las salas en la que se pretende hacer el punto de conexión con el suceso es la sala de proyecciones, donde se escuchara el testimonio de los habitantes de la ciudad sumergida en primera persona, dando a conocer el hecho.

Luego, visitara la Capilla, la piedra de San Francisco Solano y el cobertizo, interpretando y entendiendo el significado del suceso tan importante en la historia de Villa Rio Hondo.

5.b.3) Marca turística

El destino, Villa Rio Hondo no cuenta con una marca establecida, debido a la nula proyección turística en el destino, ya que no se investigó el potencial que la misma presenta para convertirse en un destino y/o atractivo para muchos turistas.

Actualmente, el departamento Rio Hondo presenta un destino potencial, quedando por debajo el resto. Por lo tanto, los “destinos” se conocen a través de la marca de la ciudad spa, Termas de Rio Hondo, reconocida internacionalmente incluso.

La marca turística de la ciudad termal presenta un isologotipo caracterizado por su nombre en el centro, con letras claras y visibles, de color gris (favorece al fondo de la misma), acompañada de un gráfico abstracto, el cual hace referencia a la unión de lazos, lo que implica el vínculo de los recursos tangibles e intangibles que posee la ciudad, representados por diferentes colores; azul, en referencia a su recurso principal, aguas termales; amarillo, aludiendo al clima de la región y el sol; marrón claro, basándose en la cultura del destino; y verde, en concordancia con la naturaleza que presenta dicha ciudad.

Luego, en la parte de abajo presenta un slogan con la frase “es vida” haciendo referencia a Termas de Rio Hondo, debido al disfrute que ofrece la misma a turistas del mundo entero.



Marca Ciudad, Termas de Rio Hondo. Fuente: El Diario de Turismo.

Marca del producto



La marca del producto, fue creada en función de la conjugación de la solución a la problemática que dio inicio al proyecto, y las características principales del mismo.

Su nombre alude en primer lugar al producto real y concreto (existente) “Centro de Interpretación”, y, en segundo lugar, al hecho/suceso histórico (Éxodo Riohondeño) que da lugar al planteo de posibles hipótesis con el fin de la puesta en valor o revalorización de la Villa Rio Hondo.

La misma se complementa con el gráfico de una “figura” en representación a un <cobertizo>, siendo un atractivo que llamó al máximo la atención, ya que todas las viviendas de Villa Rio Hondo, cuentan con uno de ellos, los cuales fueron sus primeras “casas” en la nueva era. El sentido de pertenencia que les brindan los cobertizos es impagable, tanto que hasta nuestros días los conservan y atesoran como “herencia”; es decir, tiene un alto grado de valor para la cultura local.

Por otro lado, se acompaña con flechas de un estilo particular, haciendo referencia al pasado de la comunidad, específicamente a las primeras civilizaciones que habitaron la Villa (indígenas) y más tarde, formaron hombres que luchaban en “guerrillas” con el fin de proteger y preservar sus tierras. Las flechas fueron uno de los primeros elementos que utilizaron para luchar.

Finalmente, el fondo de color amarillo tiene un significado importante para la historia de la Villa, expresa accesibilidad y cercanía. Además, es el color más alegre y se relaciona con la alegría, felicidad, positividad y optimismo. De cierta manera, refleja el sentimiento con el

que los habitantes enfrentaron y superaron dicho suceso, no dejando morir la historia, transmitiéndola a través de los años y las generaciones.

5.b.4) Slogan



6) DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO

6.a) Características del proyecto innovador

El proyecto nace a partir de una situación problemática particular: el olvido y pérdida de valor que se tiene de la comuna rural Villa Rio Hondo, siendo ésta tan importante en la historia de Rio Hondo.

Una de las principales cuestiones se basa en que desde las comunidades y poblaciones vecinas, se está perdiendo el valor y dejando de lado, incluso en el olvido la importancia que tuvo el éxodo Riohondeño, al ser desplazado un pueblo en su momento, para la construcción de un dique, conocido actualmente como Embalse de las Termas de Rio Hondo; esta situación provoca que se pierdan y desaparezcan aspectos históricos y culturales, que deberían ser grandes atractivos en la zona; es una historia que se está dejando morir, y no afecta solamente

a los protagonistas del hecho, sino también desaprovechando el potencial que tiene la villa para explotarse turísticamente, dando lugar al Centro de Interpretación y sus objetivos..

Destáquese que el destino hoy cuenta con una iglesia católica, en la cual se preserva una piedra, por la cual San Francisco Solano pasó con su caballo, dejando huellas en la misma. La historia de la “huella de San Francisco Solano” cuenta que el santo del violín pasó por la antigua villa y quiso cruzar el río, pero éste había crecido y era imposible que alguien lograra atravesarlo, como se conoce, el río Dulce tiene tendencias a grandes crecidas. Sin embargo, aun hoy, existe el relato que cuenta que el santo desató su cordón, lo arrojó al río y le habló diciendo que él no iba a impedir su paso; entonces las aguas se abrieron y finalmente logró lo imposible, convirtiéndose en el primero en tocar esas tierras y dejó sus huellas y la de su mula en una piedra que hasta el día de hoy se conserva en una capilla.

Además, se conoce que San Francisco Solano fue el primer santo que piso suelo santiagueño, hecho que suma a la cultura e historia del destino, un gran arraigo y potencial para ser contado y disfrutado.

Por un lado, el producto presenta diferentes ventajas que lo hacen innovador y viable en su planificación y desarrollo.

Las características más importantes del proyecto radican en el valor de resguardar la historia y hacerla sostenible en el tiempo, de generación a generación, haciendo referencia al patrimonio inmaterial.

El producto que se pretende crear, compite con el Centro de Interpretación Parque Eólico “El Jume”, en la provincia de Santiago del Estero, en el departamento Ojo de Agua, ya que, actualmente es el único en la zona, ubicándose a 80,4 kilómetros de distancia, a una hora aproximadamente.

El Centro de Interpretación “Éxodo Riohondeño” es más accesible y cercano a los mayores centros urbanos de la provincia (Santiago del Estero, La Banda y Termas de Rio Hondo), que el mencionado anteriormente (El Jume), distanciados por los siguientes kilómetros:

*De Villa Rio Hondo a Santiago del Estero (Capital): 84 kilómetros.

*De Ojo de Agua a Santiago del Estero (Capital): 163 kilómetros.

*De Villa Rio Hondo a La Banda: 87,5 kilómetros.

*De Ojo de Agua a La Banda: 168 kilómetros.

*De Villa Rio Hondo a Termas de Rio Hondo: 15 kilómetros.

*De Ojo de Agua a Termas de Rio Hondo: 209 kilómetros.

Por otro lado, el proyecto tiene un segmento marcado y específico, lo cual permite una mayor precisión en el diseño de las actividades a realizar en el Centro de Interpretación, en los planes de acción, cronogramas, formulaciones, objetivos y metas.

Si bien, el parque eólico es un atractivo para los residentes de Santiago del Estero, no así para los turistas, ya que no brinda más que la posibilidad de una visita de paso, debido a que su fin es hacer uso e implementar las energías renovables.

(Liberal, 2015) Se trata de un complejo energético, ubicado a 10 kilómetros hacia el norte desde la ciudad de Villa Ojo de Agua, sobre la ruta nacional N° 9, el cual producirá ocho megavatios, brindará energía a los habitantes de los departamentos Ojo de Agua y Quebrachos, al resto de la provincia, entregando energía al Sistema Interconectado Nacional.

En el caso del Centro de Interpretación “Éxodo Rihondeño”, el fin es la revalorización del patrimonio intangible de la Villa Rio Hondo, específicamente de su historia y cultura, mediante experiencias enriquecedoras llevadas a cabo en el mismo.

Para interiorizar la propuesta del producto, el Centro de Interpretación “Éxodo Rihondeño” tiene por objetivo, crear en quienes acuden a él (turistas, visitantes y excursionistas), sensibilidad, conciencia, entendimiento, entusiasmo, compromiso, etc. hacia el recurso que es interpretado, como se mencionó anteriormente, “inmaterial”, tratándose de la cultura de la comuna rural. Busca promover un ambiente para brindar un aprendizaje creativo y tradicional a la vez, y está orientado a cumplir diversas funciones básicas, como investigación, conservación, divulgación y puesta en valor.

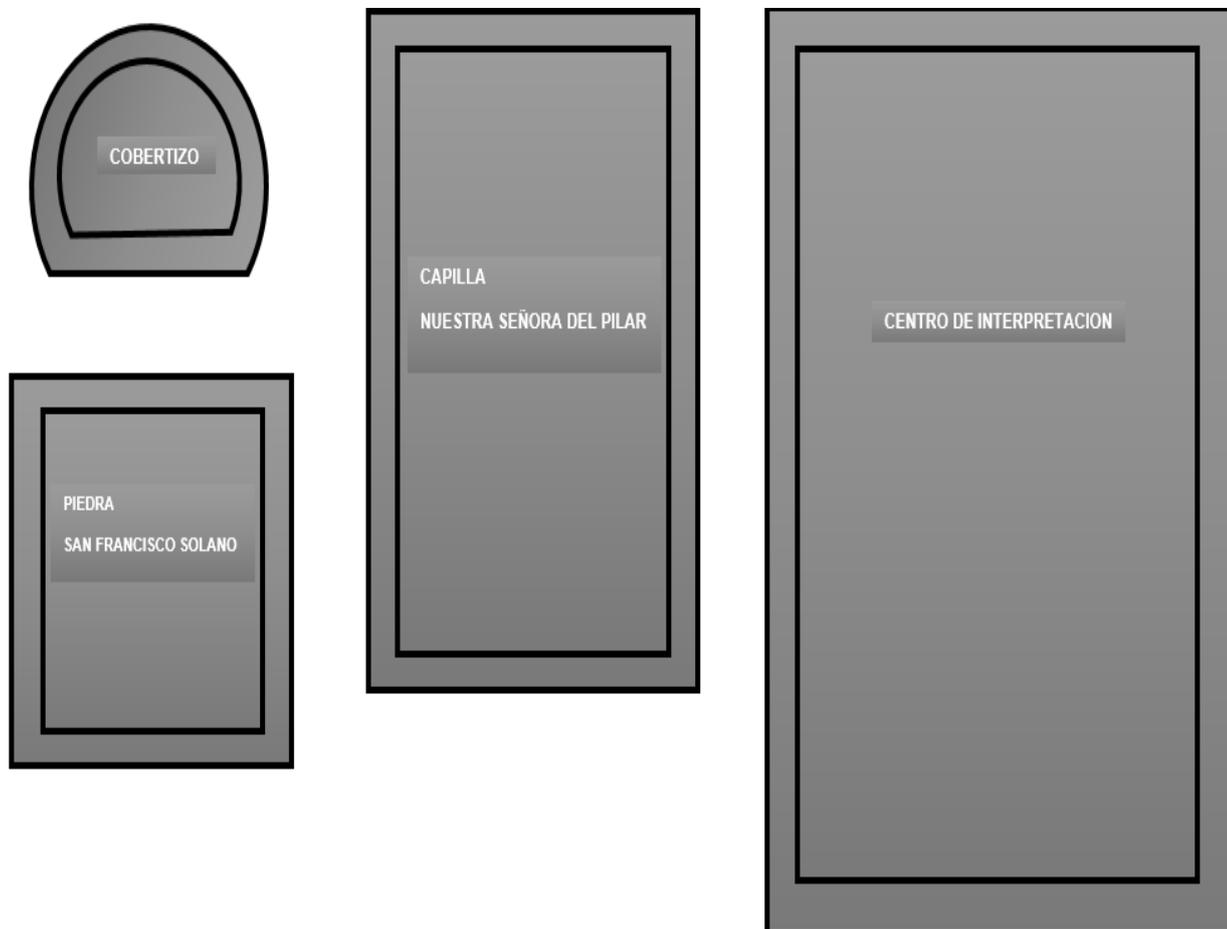
El centro es de “interpretación” porque se busca revelar significados; de cierta manera es traducir el lenguaje técnico y a veces complejo del legado histórico, cultural y patrimonial, a una forma sencilla y comprensible para el público. (Goycochea Olazo, 2015)

Interpretar puede entenderse como el arte de presentar al público un lugar o un objeto, o un conjunto de ellos, para informarlo, entretenerlo y motivarlo al conocimiento. (Gomez, 2018)

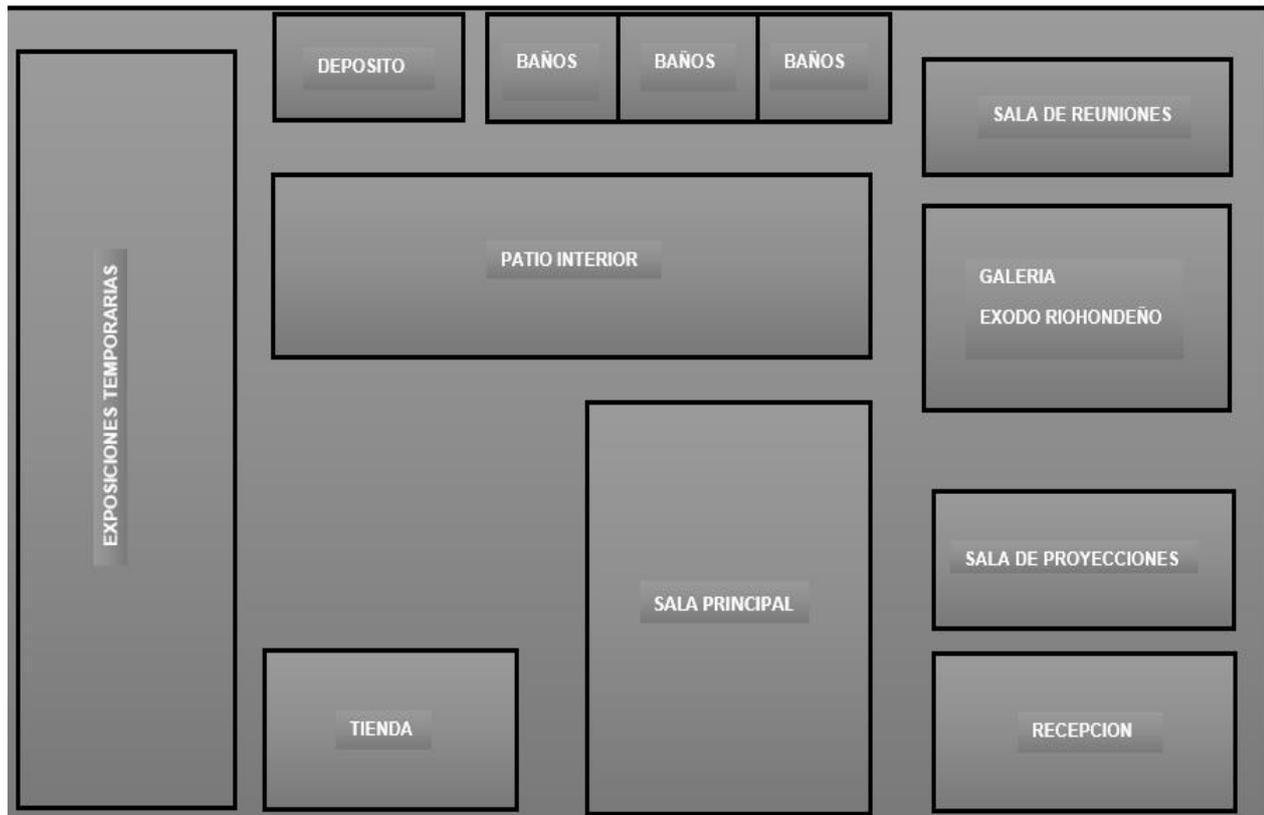
Cabe aclarar, que los centros de interpretación de dan in situ, es decir, “en el sitio” o “en el lugar”.

Su fin es dejar en el visitante un entendimiento de por qué y en qué sentido es importante ese lugar y los objetos que se exponen, en este caso el suceso “Éxodo Rihondeño”:

A continuación, se presentará el croquis correspondiente al producto (Centro de Interpretación).



Panorama general



Panorama específico

En cuanto a su estructura, el Centro de Interpretación se emplazará en la superficie correspondiente al predio de la capilla Nuestra Señora del Pilar, el cual mide aproximadamente 50 metros de ancho por 100 metros de largo, encontrándose cerca de la piedra de San Francisco Solano y un cobertizo representativo del destino.

Sus espacios serán los siguientes:

-Recepción: En la que los empleados serán los encargados de recibir a los turistas y visitantes, dando la bienvenida al centro; junto a ellos, se encontrarán los guías responsables de realizar el guiado de sitio en las salas, galerías y demás espacios del mismo.

-Sala principal: Es decir, la sala en la que se resumen los elementos inmateriales de la cultura santiagueña, desde aspectos religiosos, costumbres, tradiciones, mitos y leyendas, modos de vida, como santos y patronos más importantes de la provincia, gastronomía local, vestimenta y folklore, además de los mencionados.

-Sala de proyecciones: En la cual se proyectará cada vez que ingresen los grupos/individuos los relatos y testimonios de pobladores que vivieron el Éxodo, contando en

primera persona el suceso ocurrido, además, se complementa con elementos audiovisuales referentes al género musical y las danzas típicas de la provincia.

-Galería “Éxodo Rionhondeño”: Es la sala permanente del centro, en la que se muestra y expone la historia de la vieja Villa Rio Hondo en gran especificidad; se encuentran desde réplicas de la piedra de San Francisco, *piedra que fue pisada por San Francisco Solano en su paso por esta región para proveerse de maderas de nogal de Tucumán, destinadas a la construcción del Templo en Santiago del Estero* (junto a las huellas), bibliografía perteneciente a la biblioteca de Villa Rio Hondo, donde se encontrara (Carrizo, 2017) una leyenda de Río Hondo, la cual cuenta que a fines del siglo XVI San Francisco Solano pasó por estas tierras y, como estaba cansado, les pidió a familias de la zona, que le dieran algo para beber. Como estas personas se negaron, el santo del violín habría profetizado: “Salta saltará, San Miguel florecerá, y Río Hondo se hundirá”, profecía que posteriormente se convirtió en una copla popular del Norte Argentino. Otra leyenda, narra que San Francisco Solano volvía de la provincia de San Miguel de Tucumán con una tropa de carretas cargadas de madera para construir la iglesia que se levantaba en Santiago. La tropa se detuvo en el paso del Río Dulce, que estaba crecido, y arrastraba árboles y peñascos. Otras carretas estaban detenidas porque los carreteros aseguraban que en ese paso el río era muy hondo. Mientras las bestias y los peones tomaban un descanso, San Francisco, apartado, oraba. Posteriormente, dio la orden de uncir los bueyes y de continuar el viaje. Todos se miraron con asombro, pero obedecieron. San Francisco montó en su mulita y encabezó la marcha. Al entrar en el río, levantó su cordón, y las aguas turbias se abrieron, dejándolos pasar. Mostrando esto, el Santo dijo bromeando: “ahí tienen su Río Hondo”. Desde entonces esa parte del Dulce se llamó de esta manera.

También, maquetas de los cobertizos representativos del destino, viviendas con forma de horno de barro que todavía se observan en la localidad. Cabe recordar que los mismos fueron las primeras viviendas de los ciudadanos en la vieja villa, conocida como Miraflores, y en su mayoría, fueron trasladadas a la nueva villa. Si bien, la ciudad creció y se desarrolló de tal manera, que los habitantes construyeron nuevas viviendas, pero es tanto el significado del “cobertizo” que casi todas las viviendas aun lo conservan, dándole diferentes usos, pero sobre todo atesorando el sentido de pertenencia.

Además, croquis de la vieja y la nueva Villa, es decir, el antes y el después, fotografías de los primeros habitantes de la ciudad, murales alusivos de la cultura del pueblo, entre otros. En la galería mencionada, los encargados de “guiar” a los turistas serán los pobladores de la comuna rural, quienes serán capacitados para dicha tarea. Cabe destacar que, junto a la

Cooperativa de Gestión Cultural y Turismo “Ckayna Cunan”, se capacitara y formara guías locales.

-Sala de exposiciones temporales: Dicha sala tendrá un aspecto museográfico. En primer lugar, aludiendo a la religión católica, especialmente a los santos que se veneran en la comuna, sobre todo los patronos correspondientes a la capilla, como San Francisco Solano y la Virgen del Pilar. Destáquese, que, salvo ocasiones, se podrá montar diferentes escenografías o muestras, con el rol temporal.

-Tienda de artesanías: Esta beneficiará a los pequeños productores y familias de Villa Rio Hondo, quienes estarán a cargo de su atención, comercializando productos regionales, ya sean desde dulces, alimentos, artesanías, merchandising, etc.

Por último, a nivel general, cuenta con:

-Sala de reuniones: La misma podrá utilizarse para diferentes encuentros, desde talleres, capacitaciones, incluso como oficina en caso de ser necesario.

-Baños: Los mismos serán de damas, caballeros y discapacitados.

-Depósito: Sirve para resguardar piezas, colecciones o materiales en buen estado y funcionamiento, optimizando su uso en caso de ser necesario.

Se entiende que estos espacios son propicios para el buen funcionamiento y organización del centro.

Cabe destacar que el Centro de Interpretación contará con profesionales de turismo que trabajaran en él, ya sean técnicos, licenciados y guías de turismo.

Mediante la visita al Centro de Interpretación, se busca que los turistas logren conocer y entender el significado del suceso Éxodo Riohondeño, vivencie y experimente la vida de aquellos hombres y mujeres, a través de los espacios óptimos que brinda el mismo. El objetivo es que logren valorar la historia y el acervo que posee dicha comuna.

Es importante mencionar el cuidado y protección con la que se realizarán las actividades en el destino, sin dañar el medio ambiente, siempre respetando la capacidad de carga del sitio, que será establecida en el plan de acción. Además, se contará con el trabajo mancomunado de museólogos, bibliotecólogos y coleccionistas.

Finalmente, se hace referencia al personal de manteniendo que trabajará en el Centro de Interpretación, el cual será designado por el Municipio de Villa Rio Hondo.

Las expectativas de crecimiento del proyecto son reguladas de acuerdo al periodo de tiempo que transcurra entre los diferentes plazos (corto, mediano y largo), con el fin de llegar al alcance máximo de visitas al Centro de Interpretación (objetivos mencionados) y la meta en cuanto al trabajo de sensibilización en Villa Rio Hondo.

Los actores involucrados en el proyecto, con miras a concretar los objetivos son, de índole pública y privada, porque se estima que el trabajo conjunto logra grandes resultados. Estos son los siguientes:

Gobierno de la provincia de Santiago del Estero, encargado de gestionar los fondos para la construcción del Centro de Interpretación y el acompañamiento logístico para su puesta en marcha, ya que dará a conocer el proyecto. La Comisión Municipal de Villa Rio Hondo, será la responsable de apoyar el proyecto mediante la optimización del espacio físico y la asignación de los recursos humanos para la edificación del centro. Tanto la Subsecretaria de Termas de Rio Hondo como la Subsecretaria de la provincia de Santiago del Estero, trabajaran mancomunadamente con el fin de difundir, promocionar y captar clientes, es decir, turistas y visitantes, en sus respectivas localidades; además de generar lazos y redes mediante la programación de eventos. Por otro lado, la Cooperativa de Gestión Cultural y Turismo, Ckayna Cunan, se comprometerá a trabajar en el Centro de Interpretación, brindando capacitaciones a los habitantes para formar guías locales, además de la labor de coordinación de actividades, eventos programados y /o cobertura en los mismos. Cabe destacar, que la técnica en turismo superior cultural y regional, Salvatierra Estefanía, trabajara desde la Cooperativa como guía de sitio en el centro, y en el asesoramiento y/o consultoría turística. La comunidad de Villa Rio Hondo, tendrá participación directa en el mismo, debido a que será sensibilizada respecto al éxodo Rihondeño, además del papel y rol fundamental como anfitrión turístico. Por último, la asociación de pequeños productores y emprendedores, que se desempeñara en la labor de producción gastronómica y artesanal local, ocupando un espacio de regalería en el predio, es decir, comercializando sus productos, como dulces, souvenirs, entre otros.

Además, también se llevarán a cabo acciones conjuntas, mediante las cuales se pretende impactar en la comunidad, es decir, en los habitantes de Villa Rio Hondo, como los mencionados talleres y capacitaciones, además de encuentros. El marketing y los eventos programados también formarán parte de ello, pero se desarrollarán en los próximos apartados.

6.a.1) Niveles de prestación

La prestación del producto se llevará a cabo mediante la participación conjunta entre diferentes entes y actores involucrados en el proyecto, como:

*Agencias de viajes de Termas de Rio Hondo, Santiago del Estero y operadores mayoristas.

*Comisión Municipal de Villa Rio Hondo.

*Secretaría de Turismo y Deportes de Termas de Rio Hondo.

El producto se ofrecerá de manera física en los espacios correspondientes a los mencionados actores y también de manera virtual, desde los sitios y paginas oficiales del Centro de Interpretación Éxodo Riohondeño.

6.a.2) Modalidades

Con respecto a la modalidad del producto, éste no varía en gran manera, ya que se trata de un producto pensado para un determinado grupo de personas, y en un futuro, en el caso de requerir ciertos cambios y/o modificaciones serian mínimos.

El precio puede variar, pero no en gran escala; se tendrán en cuenta aspectos externos al Centro de Interpretación, ya sean de acuerdo a cada turista o visitante.

Turísticamente, el producto da pie a que se generen diferentes modalidades de realizar la actividad, optimizando sobre todo el ambiente (naturaleza), propicio para brindar gran experiencia y vivencia; estas pueden ser, turismo rural, turismo comunitario, turismo religioso, turismo cultural, etc.

6.a.3) Otros temas relevantes del producto

El proyecto surge, en parte, para complementar la oferta turística que brinda la ciudad de Termas de Rio Hondo, con el objetivo y la finalidad de que tanto turistas como residentes, encuentren otras alternativas para realizar turismo, y de ésta manera desarrollar e impulsar la actividad en un nuevo destino (Villa Rio Hondo). Lo que se busca es salir de la “masividad”, característica presente en la ciudad spa, debido a que cuenta con diversos eventos

programados, en gran medida en el aspecto deportivo, los cuales en los últimos años tuvieron un gran impacto en la economía local.

Si bien, es una gran oportunidad para el desarrollo y crecimiento turístico del destino, es necesario que exista la contracara de la masividad, y la propuesta planteada es la respuesta a dicho requerimiento.

El Centro de Interpretación es el “pase o entrada” a una nueva tipología y modalidad de turismo, donde se busca que la experiencia del turista sea el valor agregado del destino en desarrollo.

7) POLITICA DE COMUNICACION

7.a) Donde se difundirá el proyecto – Principales medios

Con el fin de dar lugar a la difusión del proyecto (comercialización del producto) y tener resultados efectivos, los principales medios a través de los cuales se comunicará el mismo son, los masivos; es decir, televisión, radio, periódicos y revistas, internet (mediante las redes sociales y sitios webs).

En primer lugar, el canal de televisión responsable de comunicar dicho proyecto será: Canal 7, (7, s.f.) primera televisora que funcionó en el Noroeste Argentino y también la primera (juntamente con Canal 7 de Buenos Aires) en iniciar las transmisiones en color en la República Argentina. Tiene como sede principal un edificio propio en la ciudad de Santiago del Estero. Como así también posee una oficina en Buenos Aires. Cabe mencionar que, cuenta con más de 800.000 televidentes, debido a que su área de cobertura es demasiado amplia.

Por otro lado, las radios involucradas serán: Radio Panorama FM (100.1); FM Exclusiva; Potencia FM (Termas de Rio Hondo).

Luego, los diarios afectados se resumen en: Diario Panorama; Diario El Liberal; Termas Digital Noticias.

Por último, se utilizará internet como medio masivo, ya que en los últimos años tuvo su auge en las comunicaciones, por lo tanto, se cuenta con las plataformas digitales de la zona, y la Social Media Marketing, redes sociales (WhatsApp, Twitter, Instagram, Facebook, Tik tok, etc.) medios mencionados al comienzo.

7.a.1) Publicidad. Herramientas creativas – Comunicaciones masivas

En relación a las acciones publicitarias, las herramientas creativas y las comunicaciones masivas, hoy por hoy, no hay nada más efectivo que el uso de las redes sociales.

Se habla del Social Media Marketing (Marketing en medios sociales) como la forma más acertada para comercializar y difundir productos.

El proyecto cuenta con perfiles en diferentes redes, a continuación, se mencionan las siguientes:

*Instagram: @ci_exodoriohondeno21. Se llevará a cabo la función de compartir fotografías y reels (videos cortos) con otros usuarios, con el fin de poder intercambiar comentarios y reacciones (likes: me gusta) de los seguidores. Mediante esta red, se pretende ganar clientes (futuros/potenciales), ya que a medida que se trabaje en el feed (perfil), no solo compartiendo material audiovisual, sino también interactuando y haciendo participar a los usuarios, se logrará posicionar en número de visitas y seguidores, beneficiando a la propuesta, la cual será conocida por gran cantidad de personas.



Captura de pantalla. Perfil creado, octubre 2023.

*FanPage (Facebook): Centro de Interpretación Éxodo Rihondeño.

Se trata de una página oficial, creada especialmente para ser un canal de comunicación con fans dentro de la red social Facebook. Su diferencia con los perfiles en otras redes, radica en que la misma es un espacio donde se reúnen personas con características similares con respecto a gustos, preferencias y demás.

En ella se compartirá además de material audiovisual, información específica del asunto en cuestión, en este caso del Centro de Interpretación; lo que se decida publicar en la FanPage puede variar, ya sea desde facilitar contactos (números telefónicos), ubicación (dirección real), entrevistas, testimonios, enlaces, links, notificaciones, entre muchos elementos virtuales.

Sirve para mantener informados constantemente a los “seguidores”, notificando cada movimiento y novedad en referencia al producto.



Detalles

Captura de pantalla. Perfil creado, octubre 2023.

7.a.2) Promociones – Herramientas creativas – Folletos – Beneficios

Con respecto a las herramientas que se utilizarán para comunicar la oferta, se destacan cartelera, folletería, banners, anuncios en redes sociales, spots publicitarios, posters en vías públicas, cabina de información turística, entre otras.

La propuesta se basa en contar con un community manager, que será el responsable/gestor de comunidades de internet, virtuales, digitales, o en línea. Es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales. Es un puesto de trabajo dentro de la mercadotecnia en medios sociales, siendo su función ejecutar lo que los administradores o gestores de redes sociales planifican. En otras palabras, se encargará del manejo de las redes sociales y la creación de contenido.

7.a.3) Comunicaciones directas

En referencia a las comunicaciones directas, es decir, una manera más personal e individual de interactuar con los posibles clientes, y actuales, se basa en los medios personales. A continuación, se mencionan algunos a través de los cuales puede ser posible.

*Correo electrónico;

*WhatsApp.

Mediante ellos se enviare información necesaria acerca del Centro de Interpretación, es decir, un catálogo con el costo de la entrada y los servicios que ofrece el mismo (coordinación y guiado de sitio). Además, dirección, reseña del Éxodo Riohondeño, apartado de a qué se dedica el centro y contactos.

Lo mencionado será enviado como mensaje en cadena, al menos una vez por semana, mediante modo automático en ambos medios.

8) POLITICAS DE COMERCIALIZACION

8.a) Como se comercializará el proyecto

El producto será comercializado mediante diferentes canales, físicos (EVT – Empresas de Viajes y Turismo) y virtuales (redes sociales).

En primer lugar, se cuenta con la participación de empresas de viajes y turismo, que serán las encargadas de dar a conocer el producto, ofrecer y comercializar mediante los paquetes que incluyan la visita al Centro de Interpretación como excursión. En dicho proyecto, participan agencias de turismo receptivo de Santiago del Estero, Capital, y de Termas de Rio Hondo, debido a la cercanía del destino (Villa Rio Hondo), y además de ser los principales centros y aglomerados urbanos de la provincia.

8.b) Quienes intermediarán con el cliente

Los actores encargados de intermediar con los clientes son:

- Agentes de viajes.
- Recepcionistas del Centro de Interpretación.
- Actores involucrados con el proyecto: Profesionales de turismo.

Los profesionales en turismo se vincularán mediante la Cooperativa de Gestión Cultural (Turismo) “Ckayna Cunan”, quienes cumplirán el rol de coordinadores, guías de sitio, asesores y consultores en materia de turismo.

8.d) Otras acciones (Fidelización – Marketing Directo)

Con respecto a la fidelización, definida como reducir más costes que las estrategias para conseguir nuevos clientes; cuesta entre 5 o 7 veces más caro conseguir un nuevo cliente que mantener a uno antiguo. Es decir, retener clientes ganados. (Kotler, LOUD ROOM, 2019)

Las acciones que se llevarán a cabo consisten en crear y mantener una relación con el cliente “personalizada”, es decir, cara a cara, dialogando desde la confianza y el compromiso.

Por otro lado, los descuentos (% off) son una estrategia viable para la fidelización, debido a que el cliente se siente con la necesidad y obligación de regresar, ya que cuenta con ciertos beneficios que otros no, y debe gozar de ello, sintiéndose elegidos por la empresa, organización, etc.

Se trata de acciones para recompensar a los clientes fieles, es decir, constantes y leales. Por lo tanto, las promociones y los presentes son un buen método para la fidelización.

En el caso de las personas que visiten de manera frecuente el centro y los turistas que pasen año a año por él, serán recompensados en forma de agradecimiento con la invitación a una merienda tradicional santiagueña, que se realizara en el patio interno del Centro de Interpretación, que constara de matecocido y/o mate, acompañado de tortillas y panes caseros.

Por otro lado, para los grupos numerosos, se establecerá la regla de liberar a una persona cada 10, para ingresar al centro de manera gratuita.

9) POLÍTICA DE PRECIOS

9.a) Estructura de costos

Los costos forman una de las partes más importantes del proyecto, ya que se precisa de su estructura y planificación para poder concretar el mismo, mediante la inversión inicial del producto. Por lo tanto, es preciso tener en cuenta lo siguiente:

-Community manager (Plan de marketing – manejo de redes) \$120.000 (mensual)

-Publicidad (banners, folletería y cartelería) \$100.000. Se estima la duración hasta 6 meses aproximadamente.

-Merchandising \$100.000 (duración estimada: 3 meses).

-Personal de mantenimiento: \$100.000 (mensual). (2)

-Guías de turismo: \$120.000 (mensual) cada uno. (3)

-Personal atención al cliente: \$100.000 (mensual) cada uno. (2)

-Fondos para la construcción del Centro de Interpretación: \$20.000.000

*INVERSIÓN INICIAL: \$21.080.000

-Costos fijos:

Publicidad \$300.000 (por año)

Community manager \$120.000 mensual.

Personal total: \$760.000 mensual.

*Total por mes: \$880.000 mensual.

9.b) Precios comparativos

Para establecer el precio de las entradas, las comparaciones radicaron en la competencia directa del producto, que como se mencionó es el Centro de Interpretación El Parque Eólico “El Jume”. La misma está dada ya que los precios son relativos a la zona, en este caso a la provincia de Santiago del Estero, donde no es menos importante mencionar que la actividad turística se encuentra en crecimiento y los sueldos son de los más bajos del país.

Si bien, el centro en comparación no cobra entrada, debido a que actualmente no funciona como atractivo, es decir, no recibe visitas por razones desconocidas; se entiende que en pandemia estuvo inactivo. Además, hoy no ofrece una “alternativa” (oferta turística) para lograr captar al mercado, entonces, la misma se da en base a criterios investigados (precios, costos, ganancias, etc.) en dicha zona.

9.c) Estacionalidad de la demanda

Teniendo en cuenta la estacionalidad de la demanda en la provincia de Santiago del Estero, la temporada alta comienza en el mes de abril y finaliza en el mes de octubre, es decir, se cuenta con 6 meses para poder desarrollar el producto y que el mismo tenga aceptación en el mercado. Por otro lado, en los meses restantes (de temporada baja) se desarrollarán actividades nocturnas, entendiéndose por el clima en Santiago del Estero, como peñas, lugar en el que disfruta música y platos regionales, como el folklore y empanadas, milanesas o asado. Estas se caracterizan por tener un escenario, y es frecuente la presencia de artistas locales, brindando shows y números actuaciones especiales. Las mismas se llevarán a cabo de modo que la estacionalidad no sea un limitante respecto a la visita de Villa de Río Hondo, en particular al Centro de Interpretación. Cabe destacar que dichas peñas formaran parte de los eventos programados en materia de turismo receptivo.

El producto está formulado para que sea propicio en cuanto a razones climáticas y temporales, debido a que la provincia es una de las pocas que registra las más altas temperaturas del país (calores extremos).

Dicho proyecto es estacional, ya que como se mencionó, el clima de la región no permite que pueda haber un goce durante todo el año, por lo tanto, se restringe el acceso a las actividades (visitas), para evitar fracasos e interrupciones en su desarrollo.

Como se planificó, para la concreción de las visitas es necesario gozar de un buen clima, sobre todo, teniendo en cuenta el segmento identificado para el proyecto, ya que deben tener presentes ciertos aspectos salubres y condiciones físicas.

Lo cierto es, que el proyecto se disfrutará y vivenciará a medida que las condiciones climáticas beneficien al ambiente elegido, en gran medida por el viaje y recorrido hacia el destino.

9.d) Fijación de precios

Con respecto al precio final del producto, en este caso es la entrada al Centro de Interpretación, la fijación se basó de acuerdo a los gastos fijos y las ganancias que se obtendrán, a medida que el proyecto sea viable y con eficiencia.

El valor de la misma es \$500, ya que cuenta con guiados de sitio. Se destaca que el mismo podría variar anualmente, por ejemplo.

10) CALIDAD TURÍSTICA

Cuando se habla de calidad turística, se hace referencia al conjunto de elementos que aseguran que la experiencia turística fue acorde a las expectativas de los turistas y visitantes.

Es decir, la calidad se verá reflejada en la medida que el producto/servicio haya cumplido con las expectativas del cliente, incluso si hubiese superado las mismas. Se trata de ir más allá de los que el cliente espera, de darle un valor agregado, un plus especial. Algunas acciones para llevar a cabo la misma son, personalizar la oferta en base a los gustos, preferencias y necesidades de los turistas.

Ejemplos concretos:

-Si un turista que viene del norte, está interesado y conoce la lengua quichua, recibirlos y darles la bienvenida y/o el guiado en quichua.

-Un visitante cumple años el día que visita el Centro de Interpretación, se le regala la entrada o realiza un descuento, además de cantarle el feliz cumpleaños.

La calidad turística, es decir, la mejora continua en el destino, debe ser un proceso dinámico e integral. Para ello, es preciso contar con una buena planificación, implementación y evaluar de lo que se quiere realizar en el destino, ya sea un plan de acción, un plan de marketing, etc.

10.a) Como medir la satisfacción del cliente

Para medir la satisfacción del cliente, es necesario contar con un elemento que avale lo que el cliente declara, es decir, de que sea verídico el relato. Una de las herramientas más utilizadas y efectivas es la encuesta, se trata de un procedimiento que se realiza para “investigar” ciertas cuestiones, en este caso, la satisfacción del cliente; se recopilan datos mediante el diseño de la misma, que generalmente son preguntas con opciones para responder.

Otra de las formas que se utilizará será mediante un libro de experiencias y quejas, en el cual los turistas y visitantes puedan expresar sus comentarios positivos y negativos. Es decir, que tengan la posibilidad de hacer una devolución de la visita al centro, y, por otro lado, manifestar quejas, reclamos o puntos a tener en cuenta.

10.b) Momento y manera en que se hará llegar la encuesta

La encuesta debe estar presente al final del recorrido, es decir, al finalizar la visita. La misma será en formato físico, es decir, en papel, debido al público objetivo del proyecto.

La manera en que debe llegar a manos de los turistas es organizada y planificada, se debe dar el tiempo necesario para que la respondan, piensen y analicen, ya que se necesitan datos verídicos, debido a que, mediante la misma, se conocerá el resultado de su satisfacción o insatisfacción en el Centro de Interpretación.

10.d) Formulario de encuesta de satisfacción

PREGUNTAS

1. ¿En qué medida, la experiencia en el destino fue grata?
 - Buena.
 - Regular.
 - Mala.

2. ¿Cómo calificaría su experiencia? Puntué del 1 al 10.
 - Menos de 5.
 - 5.
 - Más de 5.

3. ¿Logró alcanzar su expectativa?
 - No.
 - Si.
 - La superé.

4. ¿Volvería a elegirnos para realizar LA VISITA el circuito?
 - Elegiría otra oferta.
 - No.
 - Si.

5. Déjenos un comentario para mejorar nuestro servicio:
 -
 -
 -

11) CONCLUSIONES

11.a) Evaluación final del proyecto

La propuesta (idea) del proyecto se percibe acertada para los objetivos planteados, ya que se presentan planes de acción vinculados directamente con la comunidad local, lo cual es un punto favorable para el desarrollo del mismo, ya que se busca la revalorización o puesta en valor de la comuna rural, haciendo partícipes tanto a los turistas como a los residentes, de una experiencia motivadora y dinámica, que logra la unión y el compañerismo mediante las diferentes actividades planteadas para formar parte del proyecto.

En caso de que pudiera lograrse y ser viable totalmente, se estima que sería una gran puerta no solo para el destino en cuestión, sino también para toda la región, logrando contar con nuevas opciones, ofertas y alternativas para trabajar en conjunto.

Como se mencionó en el desarrollo del proyecto, las generaciones presentes se verán sensibilizadas con el desarrollo de la misma, ya que muchos de los habitantes son nietos/hijos de personas que sufrieron el Éxodo en la Antigua Villa, perdiendo de alguna manera el rastro de sus lazos, de su herencia.

Hoy, al conocerse en más profundidad la Villa y lograrse percibir lo que las personas que vivieron el hecho histórico, se muestra más relevancia de la importancia que posee para la historia y cultura dar a conocer los diversos acontecimientos y antepasados.

Se estima como algo nuevo en la provincia, si bien se destaca por el acervo cultural, la problemática planteada es desconocida por un gran número de santiagueños, más aún de turistas. Se piensa que es una buena oportunidad para generar conciencia social, no solo en las poblaciones, sino también en aquellos que visitan la provincia de Santiago del Estero, en específico la Villa Rio Hondo, para no dejar morir la gran historia y el valor que posee para los rihondeños la misma.

Es claro que el potencial para explotarse turísticamente lo lleva adentro, se necesitan actores que apoyen a la comunidad olvidada; más allá de lo “negativo” que se presenta, se valora el patrimonio con el que cuenta y el valor y sentimiento de pertenencia del destino y sus habitantes.

11.b) Aspectos comerciales, económicos, sociales y ambientales

Evaluación Técnica: El aspecto técnico del proyecto es uno de los que más falencias podría presentar, debido a la cantidad de actores que se involucran en el mismo, pudiendo hacerse lenta o conflictiva su concreción.

Evaluación Comercial: Con respecto al aspecto comercial, la evaluación es demasiada acertada, ya que el proyecto cumple con pautas y puntos para generar una comercialización eficaz y que brinda buenos resultados.

Cuenta con los medios y canales necesarios para que se produzca el proceso y la transacción, por lo tanto, es comercialmente viable. Destáquese que los fines no son “comerciales/económicos” en su totalidad, debido a la temática de la propuesta (revalorización), pero también es cierto que dicha comercialización genera diversos impactos positivos en la comuna.

Evaluación Económica: En referencia al aspecto económico, la evaluación es excelente. Teniendo en cuenta la situación actual de la economía local, el proyecto genera grandes oportunidades y posibilidades a nivel económico (regional).

La evaluación deja buenos resultados, sobre todo complementando los aspectos comerciales y económicos; ambos beneficiosos no solo para la actividad (sector turístico) en la provincia y en la ciudad, sino también en la comuna, a sus pobladores.

Evaluación Social: La evaluación social del proyecto se ve favorecida en gran manera, debido a que Villa Rio Hondo cuenta con pocos habitantes, por lo que es posible que la gran mayoría disfrute y goce de los beneficios que les brinda el proyecto (producto).

Socialmente, se presenta la creación de muchos puestos de trabajo (nuevas oportunidades laborales), lo cual significa una esperanza para mejorar su calidad de vida. Además de sensibilizar y concientizar a las generaciones presentes (actuales), quienes serán las encargadas de mantener viva la historia y su legado.

Evaluación Ambiental: Por último, la evaluación ambiental que se realizó en dicho proyecto, no presenta “aspectos/impactos negativos”, debido a que se planificó teniendo en

cuenta el medio ambiente en el que se desarrollará la propuesta y respetando la capacidad de carga de acogida del destino.

Es de conocimiento que se debe preservar la comuna rural para seguir disfrutando y propiciando un ambiente agradable para el disfrute de todos (habitantes y turistas).

12) BIBLIOGRAFIA

Referencias

7, C. (s.f.). *Canal 7 HD*. Obtenido de Canal 7 HD: canal7.tv

Carrizo, E. (4 de Abril de 2017). *NE (Noticias del Estero)*. Obtenido de NE (Noticias del Estero): noticiasdelester.com

Gomez, J. V. (2018). *Revistas UM*. Obtenido de RFevistas UM: www.revistas.um.es

Goycochea Olazo, D. (2015). Repositorio academico de la UPC. *Centro de Interpretacion de la Cultura y la Historia en Cusco*. Lima, Peru.

Kotler, P. (12 de Abril de 2019). *LOUD ROOM*. Obtenido de LOUD ROPOM: loudroom.com

Kotler, P. (3 de Febrero de 2021). *Rock Content*. Obtenido de Rock Content: rockcontent.com

Liberal, E. (10 de Diciembre de 2015). *El Liberal*. Obtenido de El Liberal: www.elliberal.com.ar

13) ANEXOS

-Entrevista a un habitante de la Vieja Villa Rio Hondo, que vivió el éxodo y hoy es uno de los pocos ciudadanos de aquella época que viven en la Nueva Villa Rio Hondo.

*Datos:

-Nombre y Apellido: Juan Carlos, Figueroa.

-Edad: 80 años.

-Domicilio: Villa Rio Hondo, Santiago del Estero.

-Profesión: Jubilado.

-Entrevistadora (Estefanía, Salvatierra): Dado a que usted es uno de los pocos habitantes, si se quiere, sobreviviente al proceso del éxodo Riohondeño. ¿Qué recuerdos tiene de la Vieja Villa Rio Hondo, y qué me puede contar de aquella época?

-Entrevistado (Juan Carlos, Figueroa): Así es... en primer lugar la Villa quedó bajo el agua. Recuerdo que era una villa hermosa, teníamos el correo, la escuela, la iglesia, biblioteca.

-E: ¿Se puede decir que ya era una ciudad establecida?

-J.C: Exactamente.

-E: ¿Eran muchos habitantes?

-J.C: No, más o menos habrá habido unos 200 aproximadamente, entre chicos y grandes. Como los chicos ya se habían criado, se iban a Buenos Aires. A mi edad, ya éramos los últimos chicos que quedábamos nosotros, ya éramos pocos; las tardes eran una tristeza porque ya no había con quien encontrarse, todos se iban a Buenos Aires, se empezaron a ir.

-E: ¿Con qué fin se iban a Buenos Aires?

-J.C: Se iban a trabajar, a buscar trabajo porque allá (Villa Vieja) realmente no había nada, nada nada nada.

-E: ¿Recuerda en qué año o época sucedió eso? Por lo que tengo entendido, el fin era la construcción del embalse actual que tiene Termas de Rio Hondo. ¿Cómo les han dicho a ustedes que debían abandonar la Villa? ¿Les dieron un lugar para vivir?

-J.C: Si claro, aquí (Nueva Villa), aquí nos dieron. Y allá (Vieja Villa) a todos los que estaban viviendo les pagaron las casitas que tenían; pero había casas inmensas, grandes, pero antiguas. En aquellos años donde yo he nacido, en el año 42 y mi mamá había nacido en el año 1902.

-E: ¿Es decir que se trataban de herencias?

-J.C: Claro. Bueno, yo he escuchado hablar a la gente de aquellos años, de 1880 puede ser, que eran hermanos de mi mamá; ellos ya eran viejos cuando yo ya tenía conocimiento a los 4 años, viste. Yo ahí los escuchaba que decían ellos, conversaban, en esos tiempos parece que ya manejaban los radicales todos, todo era radical. Y ellos decían, criticaban a los radicales que nunca se acordaban de los pobres, jamás. Y bueno, de ahí después en el 45 vino Perón con la señora que era Evita, y ahí se compuso un poco.

-E: Como para mejorar la calidad de vida, digamos...

-J.C: Claro, mejoramos. Y así era el pueblito, cada uno tenía su hacienda, las vacas...

-E: ¿La cría de animales era el trabajo para sobrevivir?

-J.C: Exacto, con eso vivían. Porque no había más. Y cuando en el invierno, como era el safre en Tucumán, pelaban la caña, entonces la gente iba. Pero ¿qué iban? dos meses.

-E: Claro, eran trabajos temporales.

-J.C: Claro, no había más.

-E: Es decir, que cada uno trabajaba con lo suyo, en sus haciendas...

-J.C: Claro, cada uno tenía su hacienda. Pero en esos años era muy lindo porque había mucha comida.

-E: ¿O sea que ustedes producían sin necesidad de comprar y gastar en alimentos?

-J.C: Claro, ya no se gastaba. Y en el año 30 decían que había habido una pandemia también de los animales, no había que comer, se morían.

-E: Considero que habrá sido muy fuerte que los saquen de esa manera. Si bien les han dado un nuevo lugar para vivir, pero el desarraigo y la historia que tenían en la Vieja Villa era difícil de superar. ¿Usted siente que se hayan olvidado del pueblo y del lugar?

-J.C: Y bueno, yo no, porque ahora los que han nacido aquí, ellos no saben nada. Ya somos dos o tres los que quedamos de esa venida. Pero antes si, a toda la gente le dolía.

-E: Me imagino que hubiese sido lindo que las nuevas generaciones conozcan y sepan de sus raíces.

Había visto que en la iglesia tenían la piedra de San Francisco. ¿Qué hizo él en la historia?

-J.C: Bueno, San Francisco cuando cruzó ahí el río, cuando llegó ahí digamos en la otra orilla, en la parte de Tucumán ya, con las carretas cargadas con maderas, decían así, venía el cuento así, viste. Y bueno, los que estaban primeros, dice uno, San Francisco no van a pasar porque el río está crecido. No, le dice él, esperen, ya van a ver si con el río crecido no vamos a pasar. Y bueno, al otro día había mandado a ordenar que se aten las carretas a los bueyes para que crucen. Y bueno, algunos que decían, no, como va a cruzar si está el río así.

-E: ¿Pensaban que era imposible?

-J.C: Imposible, imposible. Cuando él extendió un cordón que tenía y se cortó el agua, pasó de todo. Pasaron todos ahí a la costa. Y venían para acá, y ahí iban a cruzar por lugares de cerquita, por ahí eran los caminos en esos años. Y bueno, y ahí cruzaron y bueno yo, como pensando ahora, que en ese lugar dejaron una piedra. Pero ahora yo pensando, no era piedra lo que él dejó ahí, era un bulto de arena que se secó, y ahí él hizo pisar la mula.

-E: ¿Se trata de la huella de San Francisco?

-J.C: Claro, para dejar la huella. El pie de él y la manito de un perro.

-E: ¿Y por esa razón se la conoce como la piedra?

-J.C: Claro, si si. Y ese bulto de arena que digo yo, porque piedra no creo que haya sido, no creo que han venido cargando se congeló y quedó dura. Eso es lo que yo digo que habrá sido así. Piedra me imagino que no ha venido trayendo del Alto Perú, porque del Alto Perú venían ellos.

-E: Además sumarle a eso la distancia, el cargamento que traían en las carretas y demás...

-J.C: Claro, traían maderas incluso ellos.

-E: Bien. Volviendo a la iglesia, había visto un pequeño cobertizo, ¿puede ser?

-J.C: Si, esos nos han dado cuando hemos venido aquí. Esa es la primera pieza que hemos tenido.

-E: ¿Considera que con ese hecho quisieron remediar el suceso del éxodo?

-J.C: Totalmente.

-E: Es decir que ese fue el comienzo de todas las casas actuales. ¿Todas comenzaron así?

-J.C: Todas, todas.

-E: Por lo que he visto, quedan pocos cobertizos...

-J.C: Y si, algunos lo sacan, pero nosotros (su familia) lo tenemos, son lindos porque es muy atajado. El de la iglesia por ejemplo ya estaba ahí cuando la construyeron.

-E: ¿Hay algún elemento o estructura que haya sido traído de la Villa?

-J.C: No, la verdad que no trajimos nada; ha sido medio imposible por la situación.

-E: Había escuchado comentarios de que en la iglesia resguardaron una partícula que pertenecía a San Francisco. ¿Usted tiene algún dato de eso?

-J.C: No, que yo sepa todas las estructuras y cosas que había en la iglesia las llevaron a Santiago (departamento Capital).

Y bueno, le cuento, cuando la trajeron a la piedra para acá, de aquí (Nueva Villa) la han querido llevar a Santiago, ya la habían cargado en un camión con acoplado, la levantaron y se enterró el acoplado y no lo podían sacar, así que la han tenido que dejar a la piedra.

-E: ¿O sea se puede decir que la piedra quedó aquí por un accidente?

-J.C: Claro, claro. San Francisco no dejaba que lleven debe ser, digo yo. Se enterró y no la podían sacar al acoplado de ahí.

-E: ¿Y usted cree que es un mito todo lo que se dice o cree que ha sido real?

-J.C: Si, ha sido cierto, porque las maderas que ellos llevaban, allá en Santiago pusieron una iglesia que estaban haciendo ahí, y cuando han querido hacer el techo, la madera esa, faltaba un poquito para llegar, para armar el techo, y bueno, y justo hasta que he llegado ahí, decían que ya iba a llegar, que agarren un martillo y la golpeen el palo, y luego se estiró el palo y ahí quedó arriba. Al principio no llegaba, faltaba un pedazo ahí, y ahí hicieron martillar el palo y el palo llegó, y está la leyenda en Santiago de eso.

-E: Claro, ahora me queda en claro la leyenda, porque al haber varias versiones y sumados los mitos y dichos, se hace difícil de comprender. Pero cuando es un relato y testimonio de alguien que lo vivió, como usted, se aclaran las dudas.

-J.C: Claro, la entiendo. Mi mamá me contó que el padre de ella, mi abuelo, era zapatero, ¡y como aprendió el aquí! En lugares que no había nada. Estudios en ese tiempo nadie tenía aquí, nadie. Era zapatero, así que dice que él hacía las zapatillas para los chicos para los 25 de mayo, 9 de julio, para las escuelas; zapatillas blancas, y ahí yo alcance a conocer todo eso, las hormas que tenía él. Conocí la máquina. Y el hermano de él era sastre en Tucumán ¡mire usted! Sastre en Tucumán. Entonces, como todo se hacía a mano, le dice un día a mi abuelo: che, ¿Por qué no vamos a Buenos Aires a comprar una máquina para zapatero y la otra para sastre? Bueno, formaron el viaje y dice mi mamá que carnearon un animal, hicieron charqui (comida típica de la región) y tenían las carretas ellos, y en carreta tirada por bueyes se fueron a Buenos Aires, y dice que a los 3 meses llegaron allá, y a los 6 meses volvieron. Y cada uno traía su máquina de Buenos Aires. ¿Qué le parece a usted?

-E: ¡Que historia! Algo que antes era casi imposible, ellos lo lograron...

-J.C: Claro, ellos lo han podido lograr. Viajar en carreta a Buenos Aires.

-E: Me imagino por todo lo que habrán tenido que pasar, y el sacrificio y el esfuerzo valieron la pena.

-J.C: Imagínese, así que... y faltaban otras cosas más que tenía que preguntarle a mi mamá, pero como ya empecé a salir a trabajar, iba y volvía, ya no llegué. Porque los hermanos de mi abuela, de la madre de mi mamá, ellos habían ido, ese tiempo había las guerrillas para la zona de Entre Ríos, Corrientes... había las guerrillas esos años, y bueno, él dice que iban yendo allá a las guerrillas, porque parece que le ofrecían trabajo para que vayan, y bueno de allá, parece que de aquí los llamaron para que vuelvan, que ya había pasado el tiempo, no iban a pelear. Y bueno de esa manera, es que aquí en la casa de mi abuela quedó una espada, y hoy está la espada, pero ya la tienen en otra casa, ahí en Termas.

-E: Claro, ¿podemos decir que se trata de una reliquia entonces?

-J.C: Claro, una reliquia. Una lanza también había, de esos años que iban a las guerrillas a pelear. Se armaban como Tucumán y Santiago, algo así.

Y bueno después por ahí (señala la ruta) pasaba la gente, mucho monte había.

-E: Con respecto a las plantas, ¿Cuáles predominaban? ¿O había variedad?

-J.C: Y si... bueno, de cosecha de maíz había, algodón, si, había.

-E: Leí que predominaban las plantas de cítricos. ¿Hoy también es así?

-J.C: Bueno, allá no había esas plantas (Vieja Villa), aquí sí, en la Villa Nueva. Vamos a decir en la ciudad de Villa Rio Hondo.

-E: ¿Y por acá cerca, a que se dedica la gente?

-J.C: Y la mayoría sigue con la cría de animales.

-E: ¿Qué otro aspecto conoce del departamento en general?

-J.C: Le comento, en Rio Hondo, Termas, ahí había tinajas de indios, ahí nos llevaban a hacer cosas de la escuela a nosotros, pero eran pedazos grandes de tinajas que estaban enterradas, que ellos (indígenas/nativos) habían sepultado, ahí las largaban a las tinajas. Ahí estaba la forma de la boca de la tinaja y todo.

-E: ¿Usted me habla de las tinajas que se usaban antes para depositar los cuerpos de las personas que fallecían?

-J.C: Claro, ahí entraban los cuerpos de las personas. Debe ser que los mutilaban y los ponían ahí.

Y después allá (Vieja Villa), pegado a la casa de mi abuelo, ahí salían mampas (especie de insectos), se levantaban de noche arriba y volvían a caer. Pero nunca hemos ido a descubrir, ahora recién pienso. Porque se levantaba de un árbol, y el árbol tenía ramas gruesas arriba, y de ahí salían los gajos, y ahí salía la luz para arriba, pero nadie se daba cuenta de subir en el árbol y ver que había en el medio. Nunca hemos sido curiosos. Buscaban ahí abajo, pero la luz se levantaba de la rama del árbol; pero en ese lugar había casas, pero casi todo eran barrancones, porque ahí caía toda el agua cuando llovía. Había muchas tejuelitas de muchos colores, azules, marrones, verdes. ¿Cómo hacían esos colores los indios? No sé cómo será que hacían. Eso sí he conocido yo.

-E: ¿Usted logró ver alguna?

-J.C: Si, logre ver. Pero yo me preguntaba como hacían sin tener nada, nada nada.

-E: Y con respecto a la cultura, ¿el pueblito ha sido de un arraigo fuerte en las creencias, mitos o costumbres que dejaban los ancestros?

-J.C: En realidad no eran tan amigos de eso, pero si de lo que había quedado en la Villa (vieja). Lo referido a los indios, o de las primeras civilizaciones que han llegado.

-E: Ahora, con respecto a Termas, que ha crecido turísticamente en los últimos años y es elegida internacionalmente ¿Qué piensa usted? Además de, supongo, la alegría. ¿De alguna manera se sienten invadidos?

-J.C: No, no, no... porque hay muchas condiciones para la gente.

-E: ¿Se refiere a que hay más oportunidades de trabajo, ¿verdad?

-J.C: Claro, claro, claro. Venden pan y todo eso, empanadillas. Y bueno, y van a vender ahí (Termas de Rio Hondo). Muchos se rebuscan ahí también. Es una gran oportunidad. En mi caso al menos no me siento invadido, porque pienso que es algo que nos beneficia a todos. Una comodidad muy buena es. Una grandeza.

-E: Sobre todo ahora, con los eventos programados, los atractivos que se han creado y demás.

-J.C: Por supuesto, es un lugar muy hermoso. Todo, todo, todo. Usted sabe que ahí (señala la ruta) se ponen a vender pan y tortilla y venden, venden, venden. Las gentes de Tucumán van y vuelven, gente de todos lados.

-E: Cuando es temporada de turismo, si bien los turistas se concentran en Termas ¿La villa recibe turistas?

-J.C: Sí, claro. Mucha gente. Vienen y van de aquí para allá todos.

-E: ¿Cuál es el atractivo o lugar de aquí que más visitan? Es decir, que más llama la atención, aparte de la iglesia que ya hablamos.

-J.C: Y bueno la gente va allá, a las aguas surgentes con aguas calientes. Lugares (localidades) que se llaman La Soledad y más allá de El Arbolito también, así que ahí van.

-E: ¿Son una especie de camping?

-J.C: Camping, camping. ¡Pero viera esa agua! Hierve, hierve.

-E: Es la característica principal de aquí... con las propiedades y minerales que tiene son prestigiosas.

-J.C: Claro, si, sí.

-E: Es notable que viene mucha gente mayor. Dicen que se debe a que son conocidas como curativas; yo no sé si son curativas o no, pero si ayudan a aliviar enfermedades.

-J.C: Si, para mí son curativas. Digo yo, porque la gente que viene de allá del frío, de los grandes fríos. Del sur. Les hace bien. A mí no me va a hacer bien porque aquí vivimos medio del fuego.

-E: Claro, nosotros estamos acostumbrados a las altas temperaturas.

-J.C: Es así. Yo a las Termas, cuando tenía 3, 4 años recién empezó las Termas.

-E: ¿Se refiere a que recién aparecían los hoteles y turismo?

-J.C: Claro, recién había los hoteles. Mi mamá hacía empanadas ahí para vender, porque venían para el invierno la gente, los turistas; y ahí vendía empanadas ella (su mamá).

-E: Siempre ha sido una oportunidad para generar ingresos entonces... Bueno, le agradezco la predisposición para poder responder y contarme sobre la Villa, es de gran utilidad y ayuda para mí.

-J.C: No, por favor. Como le digo, yo ya soy uno de los últimos de la época.

-E: De la época del Éxodo Rihondeño.

-J.C: Exactamente. Yo le vengo contando de la gente del 1870, 1880 en adelante.

-E: Una última pregunta. ¿Es cierto que cuando el río se seca, o sea cuando baja el agua, se logra ver algo de la estructura de la Vieja Villa?

-J.C: Sí, es cierto. Ya hace como 3 años que se bajó toda el agua del río, entonces era lindo para ir y conocer.

-E: Esa era la oportunidad para demostrar que no es un mito la historia de la ciudad sumergida.

-J.C: Claro, claro. Creo que la iglesia estaba verticalmente.

-E: Me dijeron que se logra ver el campanario de la iglesia justamente.

-J.C: Claro, eso es. Sí, sí. La iglesia estaba bien preparada, tenía todo.

-E: ¿Quién era el santo o patrón de la iglesia?

-J.C: Era la Virgen del Pilar.

-E: O sea que, de alguna manera, ¿la iglesia actual (Nueva Villa) ha sido construida para suplantar la de la Antigua Villa?

-J.C: Claro, precisamente ha sido así. Solo que a la piedra la pusieron después.

-E: Le agradezco el tiempo y la predisposición. Hasta otra ocasión.

-J.C: No, le agradezco a usted por interesarse en nuestra Villa y hacerme recordar todo lo vivido.

Relatos de ciudadanos

Omar Ruiz: ciudadano de 74 años “nacido y criado” en la antigua Vila Río Hondo, recuerda: “Yo vivía en la casa de la familia Gérez y, en una parte de esta vivienda, funcionaba un comedor al que iban a almorzar ciudadanos de la localidad, pero también visitantes. Y en algún momento del año 1952, llegaron al lugar ingenieros y técnicos, que decían que iban a construir un dique en la zona”. Lentamente, el rumor de la construcción de esta obra, comenzó a circular por todo el pueblo, por lo que “La Corporación Río Dulce”, convocó a una reunión social en la que se presentó como la empresa que construiría el Dique Frontal a una remota distancia del asentamiento de este pueblo. Finalmente, representantes de los gobiernos nacional y provincial, les notificaron a las familias de la antigua Villa Río Hondo, que debían trasladarse a un nuevo predio ubicado a 12 kilómetros de este lugar. El traslado fue lento y prolongado, ya que las familias se resistían a abandonar la tierra en la que habían nacido y crecido. Pero a medida que avanzaba la obra, y que el agua comenzaba a acumularse en la zona, las familias tomaron sus pertenencias y comenzaron a migrar en zorras, zulkis y “un ford a manija” que el gobierno puso a disposición para trasladar a la gente. Aunque la migración se llevó a cabo entre los años 64, 65 y 66, las familias acordaron conmemorar el 26 de marzo de este último año, como la fecha en la que se produjo “el éxodo rihondeño” ya que en esa jornada se trasladó la cruz de la Iglesia hacia la institución religiosa que se construiría en la nueva Villa.

Juan Soria: ciudadano de 80 años, oriundo de la vieja Río Hondo, fue el primer habitante del nuevo paraje, ya que antes de que se produjera el éxodo, con su esposa se había radicado en estas tierras para estar cerca de su familia. La tierra prometida era “puro monte”, un predio que el gobierno distribuyó entre 120 familias, otorgando terrenos de 50 metros por 200, con un “cobertizo”, viviendas con forma de horno de barro que todavía se observan en la localidad. a construir caminos, espacios públicos, e instituciones. Hoy, la mayoría de las viviendas se ubican a la vera de la ruta provincial N° 93 que atraviesa la localidad, y el paraje, ubicado a 15 kilómetros de Las Termas, es uno de los lugares más importantes del Departamento Río Hondo.

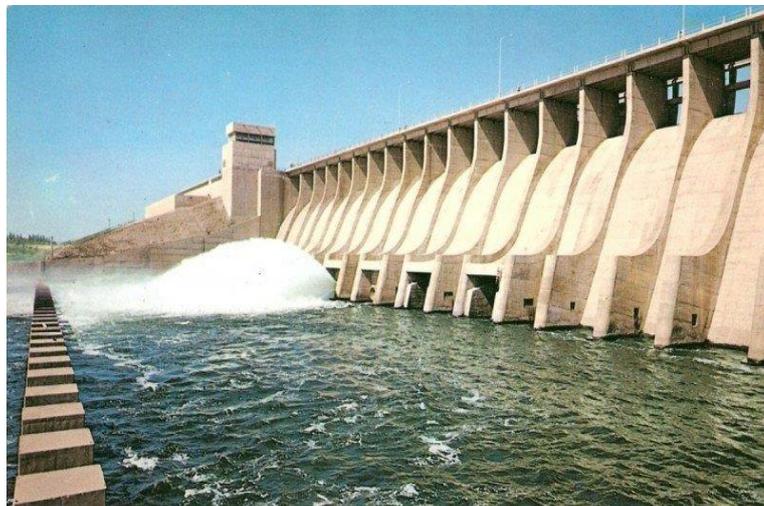
FOTOS



Antigua villa: Miraflores



Restos de la ciudad sumergida (estructuras) cuando el caudal del lago descendió



Actual dique en Termas de Rio Hondo