

Trabajo Final de Graduación

“Materia de Los Ombúes”

Alumno: Martínez Luciana Janet

Institución: Universidad FASTA

Carrera: Licenciatura en Turismo

Titular de cátedra: Walter A. De Poi

Año: 2018

Índice

Introducción.....	4
1. Resumen Ejecutivo.....	5
1.1 Nombre del Proyecto:	5
1.2 Resumen de la idea del proyecto	5
1.3 El destino	6
1.4 Características.....	6
1.5 Estado de desarrollo del turismo local.....	8
1.6 Atractivos para visitar.....	13
1.7 Impacto del proyecto	15
2. Síntesis del FODA	19
2.1 Fortalezas.....	19
2.2 Debilidades	20
2.3 Oportunidades.....	21
2.4 Amenazas.....	22
2.5 FODA del proyecto	23
2.6 Fortalezas.....	23
2.7 Debilidades:	24
2.8 Oportunidades.....	24
2.9 Amenazas.....	24

3. Objetivos del Proyecto	24
3.1 Objetivos de Corto Plazo.....	24
3.2 Objetivos a Mediano y largo Plazo.....	25
4. Descripción detallada del Producto turístico	26
4.1 Relato de guías.....	29
4.2 Característica	32
5. Perfil del Mercado	34
6. Estrategia de Marketing	35
7. Política de precios	38
8. Política de comunicación	39
9. Política de comercialización	42
10. Calidad turística	42
10.1 Formulario de encuesta de satisfacción	43
Conclusiones	44
Bibliografía	46

Introducción:

El presente proyecto nace como una propuesta al planteamiento de crear un nuevo producto turístico para la localidad de Victoria Entre Ríos, que combine la historia del lugar con una nueva oferta turística, así nació “Matera de Los Ombúes”.

Esta iniciativa surge para dar respuesta a la realidad actual de la ciudad en lo que refiere al sector turístico, que evidencia un crecimiento muy importante, derivado esto a un constante aumento de visitantes, que demandan una oferta cada vez más variada de atractivos turísticos.

Para dar respuesta al escenario presente el objetivo es realizar un camino transitado a pie que lleve a los visitantes desde el lugar donde nació la ciudad de Victoria, llamado Cerro de la Matanza, mientras oyen una charla explicativa de la interesante historia del lugar y el porqué de este nombre fundacional para la ciudad, hasta finalizar este recorrido en lo que fue el Monte de los Ombúes, lugar casi inexistente en la actualidad porque la mayoría de los ejemplares se secaron con el correr de los años por distintas causas, para lo cual el propósito es hacer aportes a la revalorización de este recurso natural, haciendo partícipe de esto a los visitantes.

La propuesta es que esto sea llevado adelante por el Ente Mixto de la ciudad, conformado el mismo por la Municipalidad y la Asociación de turismo.

Así esta idea combina el interés por satisfacer la demanda turística con una nueva propuesta para el visitante, a la vez que se hace un aporte a la protección y conservación de un recurso natural importante para la población local, combinando de esta manera el pasado y el presente en un solo lugar.

1. Resumen Ejecutivo

1.1 Nombre del Proyecto:

Matera de los Ombúes.

El nombre hace alusión a las dos definiciones que se encuentran dentro de la palabra “matera”, por un lado porque es un recipiente, generalmente de forma rectangular, que sirve para poner otros recipientes de menor tamaño con plantas o para colocar plantas de adorno directamente en la tierra¹.

Y por el otro, a la persona que es aficionado a tomar mucho mate o que lo hace con gran regularidad, relacionando esto con la tradición de la región y principalmente de la ciudad Victoria, Entre Ríos, lugar elegido como base para la realización de este proyecto.

1.2 Resumen de la idea del proyecto:

Victoria se fundó a comienzos del siglo XIX sobre una de las siete colinas que abarca la geografía de la ciudad, y este rasgo ondulante de su fisonomía la hace atractiva y especial.

La historia de la ciudad comienza en el cerro de La Matanza y, como el nombre lo sugiere, en el origen hay un episodio trágico y sangriento. Esto ocurrió hacia 1750, cuando la autoridad española decidió ocupar por la fuerza esa región. Y fue en una de esas colinas, conocida hoy como cerro de La Matanza, donde ocurrió el sangriento hecho fundacional. En este cerro el ejército enviado desde Buenos Aires por el gobierno colonial acorraló y masacró a los últimos integrantes del pueblo que habitaba la zona. En un comienzo, el asentamiento surgido en ese rincón entrerriano fue conocido como “el pueblo de La Matanza”; varias décadas después, ya en el siglo XIX y sin dejar de aludir a la masacre originaria, el nombre del poblado fue cambiado por el de Victoria.²

¹ (<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/matera>)

² (<https://blucansendel.wordpress.com/2014/03/06/historia-del-cerro-de-la-matanza-victoria-entre-rios/>)

La finalidad es un circuito de recorrido a pie, dentro del “Cerro de La Matanza”, que permita poner en valor el elemento paisaje, como así también se realizará un rescate cultural e histórico sobre el lugar que muchos no llegan a conocer o conocen a medias.

Se le dará especial importancia al pasado de la ciudad, de modo que todo visitante que llegue al lugar pueda conocer la historia de los pobladores que fueron masacrados, su legado, cómo nació Victoria y a causa de qué, a través de una charla explicativa; como así también en el caso de lo natural, tendrá repercusión la consideración sobre la conservación del suelo, el escaso monte de ombúes que queda, las especies animales y el factor paisaje que, en la actualidad, se ve amenazado por las carreras de autos que se realizan en la cercanía, con la contaminación del aire, visual y auditiva.

La organización que llevará adelante este proyecto será el Ente Mixto: conformado por la Municipalidad de la ciudad y la Asociación de turismo, constituida por actores vinculados al desarrollo de la actividad turística de Victoria, ATURVIC (Asociación de Turismo de Victoria, Centro Comercial Victoria, Sindicato Empleados de Comercio, UTHGRA (Unión de Trabajadores del Turismo, Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina), y el Instituto Gaspar Benavento.³

1.3 El destino:

Victoria. Entre Ríos

1.4 Características:

La ciudad fue ocupada desde tiempos remotos por los indios minuanes, cuyo asentamiento habría persistido hasta mediados del Siglo XVIII, las extensiones sobre las que se alzaría con posterioridad la ciudad, fueron durante largo tiempo campo de batalla entre nativos que defendían sus dominios y españoles que llegaban para dominar. La

³ (<https://seranoticia.com/victoria-avances-en-el-proyecto-de-ordenanza-del-ente-mixto-de-turismo/>)

desaparición de los minuanes se daría en forma paralela con la ocupación de la zona del Cerro de la Matanza por otros grupos.⁴

Ubicada al Sudoeste de Entre Ríos, donde comienza el delta del Paraná, a 115 kilómetros de la capital provincial, Victoria es la combinación de hermosos paisajes y el desarrollo de la ciudad que data de la época colonial. Conocida como "la ciudad de las rejas", posee un patrimonio artesanal de rejas muy pocas veces visto en el mundo.

Topográficamente, Victoria se levanta sobre lomadas y cuchillas entrerrianas, producto de la extensión de la llanura pampeana que, al ser de poca altura por no superar los 110 metros, contribuyen a separar a los riachos que vierten sus aguas sobre el Paraná. La arquitectura de Victoria presenta edificaciones bajas de estilo colonial o italiano, con abundantes rejas que datan de 1930 y que evidencian el pasado del lugar.


El clima de esta región es templado y húmedo. El verano presenta temperaturas medias que rondan los 20°C, con máximas registradas de 33°C. El invierno es más acentuado con temperaturas medias de 10°C y frecuentes heladas.

Para acceder a Victoria por vía terrestre se pueden utilizar distintas arterias, según la región del país de donde se provenga. Una opción es a través del puente Zárate Brazo Largo y luego recorrer la R. P. N ° 11; otra es por medio del Túnel Subfluvial, luego empalmar con la misma ruta -11- hasta destino. Desde la provincia de Santa Fe se puede utilizar el puente Rosario – Victoria.⁵

⁴ (<http://www.termasdevictoria.com.ar/victoria.htm>)

⁵ (<https://www.welcomeargentina.com/victoria/>)



 Indica la zona donde se va a trabajar

Fuente: Mapa Turístico de Victoria. Municipalidad de Victoria.

1.5 Estado de desarrollo del turismo local:

Según un estudio publicado en un artículo de la Revista Tiempo de Gestión N°5, Año IV, Facultad de Ciencias de la Gestión de la Universidad Autónoma de Entre Ríos (Noemí Wallingre, 2008) referido a la evolución del desarrollo del turismo en la provincia, en el contexto de la República Argentina, este sector tuvo un origen tardío, aunque en pocas décadas y particularmente en la última, se realizaron importantes avances, tanto en la mejora en la accesibilidad, como en el aprovechamiento de atractivos, desarrollo de nuevos productos, alojamiento, gastronomía, u otras. Las principales mejoras en el transporte se encuentran en la modalidad vial, mediante la cual arriba el mayor número de turistas.⁶

⁶ (<http://repotur.yvera.gov.ar/bitstream/handle/123456789/335/evolucion-del-desarrollo-del-turismo-en-la-provincia-de-entre-r-080917135542%5B1%5D.pdf?sequence=1&isAllowed=y>)

Esta investigación asegura que desde el gobierno fueron impulsadas diferentes estrategias para el desarrollo del sector, incluyendo líneas de crédito más accesibles y exenciones impositivas que tendieron a favorecer el crecimiento de la oferta, en particular de alojamiento. Así se obtuvo, por ejemplo, en el año 2005 un importante incremento en las inversiones privadas, con un aumento del 22 % en la oferta de alojamiento. Fueron construidas nuevas alternativas de hospedaje, y para esa fecha las inversiones del sector privado en turismo superaron los 250.000.000 pesos, se inauguraron 35 nuevos establecimientos y se habilitaron 5.000 nuevas plazas.

Además se sostuvieron a través de las décadas iniciativas de marketing y se creó y mantuvo una imagen turística provincial, que comenzó a afianzarse a partir de 1987 y se caracterizó por el inicio de la participación de los municipios, aunque no de todos, en la elaboración de las políticas provinciales de turismo. Esa gestión marcó el destino turístico provincial a partir del gran cambio que se gestó con el Plan de marketing denominado Entre Ríos Todos los Verdes. Este fue acompañado por un trabajo entre los municipios y la actividad privada que incluyó un análisis y diagnóstico situacional de la accesibilidad, caracterización de la demanda y aproximación al producto provincial y se impulsó la capacitación del sector (Noemí Wallingre, 2008).

Este estudio afirma que hasta 1999 se procedió a la diversificación de los productos turísticos tradicionales como playas, fiestas, pesca deportiva, historia y cultura y casinos. Con posterioridad, fueron agregados el turismo rural, termal, golf y un pretendido e incipiente turismo de aventura que alcanzó poca competitividad en el contexto del turismo nacional. La diversificación de la oferta de productos produjo que desde el 2007 el slogan promocional fuera modificado a Entre Ríos, temporada todo el año.

Noemí Wallingre indica que la gestión de Gobierno provincial 2003-2007, puso en marcha un plan de trabajo y de acciones a desarrollar por el área de turismo bajo el nombre

de “El turismo” como alternativa al desarrollo de las economías regionales. El objetivo fue optimizar la estructura del Estado para dar solución a la problemática del turismo y sentar las bases para el desarrollo futuro con un perfil de actividad económica sostenida y sustentable en el tiempo. Así también, tendió hacia el desarrollo provincial mediante la constitución de un mapa basado en micro regiones turísticas articuladas por las principales localidades turísticas, rutas y accesos. Fueron creadas 11, separadas entre las pertenecientes a la Costa del Río Uruguay y del Río Paraná. Entre las primeras se encuentran los Caminos de los Azahares, Rural, Tierras de Palmares, Caminos del Palacio y Colonias Judías. Entre las segundas, la Ruta del Dorado, Paseo de las Colonias, Capital, Aldeas Alemanas, Lomadas Entrerrianas y Pueblos del Sur.

En este marco de desarrollo turístico nacional, la provincia acompañó la iniciativa del gobierno central quien implementó el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (2005) mediante la puesta en marcha en el año 2007 del Plan Estratégico Turístico Provincial (PETS). Éste procura establecer un diagnóstico de la realidad provincial; perfilar los corredores, micro regiones y circuitos en función de sus características diferenciales; proponer líneas de complementación entre los corredores y circuitos así como un plan de adecuación de la infraestructura de servicios provinciales y delimitar una agenda de promoción turística. El Plan es financiado con fondos de la Secretaría de Política Económica de la Nación, y llevado adelante por la Subsecretaría de Turismo del gobierno provincial (Noemí Wallingre, 2008).

Finalmente, este artículo afirma que el marco normativo tendió a adecuarse a las nuevas realidades del sector, por ejemplo a través de la Ley 5535/2003, que declara a la actividad turística de interés prioritario así como el desarrollo del sector en toda la provincia. Esta Ley establece como objetivos lograr la sustentabilidad del desarrollo integral del turismo en todo el territorio provincial y facilitar su integración ambiental

regional, como reserva de la biosfera; definir una política turística de realización en el corto, mediano y largo plazo; encauzar las acciones de promoción que generen mayor tráfico turístico hacia la región; etc.

También se sostuvo, en consecuencia a los avances provinciales, la educación formal vinculada al sector. Así la Universidad Nacional de Entre Ríos ofrece formación en turismo y gastronomía, mientras que Universidad Autónoma de Entre Ríos, lo hace en turismo y hotelería. Por su parte, varios Institutos privados, acompañan la oferta de formación técnica y las asociaciones empresariales lo hacen a través de la oferta de cursos cortos destinados a brindar una capacitación específica requerida por cada sector.

Aunque, como lo reconoce el propio gobierno, queda mucho por hacer, la totalidad de esas iniciativas y esfuerzos permitieron ubicar al sector turismo como la quinta actividad generadora de recursos económicos a la provincia, con los consecuentes beneficios en la mejora de la calidad de vida de la población (Noemí Wallingre, 2008).

En lo que refiere a Victoria se han hecho importantes avances en materia turística, como la implementación de ordenanzas que regulen la actividad (por ejemplo las aprobadas recientemente en abril de 2018, ordenanza N° 3.571 que establece la implementación de estacionamientos reservados, para vehículos que transporten o conducidos por personas con discapacidad en zona costanera en lugares de esparcimiento y recreación, haciendo especial énfasis en la promoción de la inclusión y la integración social a través del respeto de derechos⁷), la creación de la Cámara de Turismo de Victoria (CATURVI), la apertura en el año 2011 de la carrera pública a nivel terciario de Tecnicatura en Turismo, al igual que la materia Turismo que se brinda en la secundaria, para obtener así jóvenes interesados y personal capacitado, para lograr una regulación

⁷ (https://www.victoria.gob.ar/sites/default/files/boletin_n_13.pdf)

adecuada del turismo local, como también el brindar servicios adecuados a la demanda exigente de la actualidad.

Sumado a esto se encuentra la aprobación del Proyecto de Ordenanza del Ente Mixto, sancionado por Ordenanza⁸ en 2017 y reglamentado bajo Decreto 468 en abril de este año⁹, a cargo de quien estaría la realización de éste proyecto. Cuyo objeto de creación es planificar y ejecutar políticas, planes y programas destinados al desarrollo del turismo en la ciudad, en base a los criterios de sustentabilidad y competitividad; promocionar y difundir integral y competitivamente la ciudad con sus productos y servicios turísticos en el mercado Nacional y regional; concientizar a la comunidad acerca de los beneficios socioeconómicos del desarrollo del turismo y su influencia en la mejora de la calidad de vida y protección de los patrimonios naturales y culturales¹⁰.

En cuanto a la oferta que ofrece la ciudad, por su ubicación, el visitante puede desarrollar variadas y entretenidas actividades recorriendo los alrededores del lugar. Para destacar son los balnearios que se adueñan de la majestuosa ribera del Paraná. Aquí se desarrollan prácticas de canotaje, jet-ski, motonáutica, remo, windsurf, navegación a vela, natación y pesca. Además, estos espacios cuentan con todo lo necesario para realizar campamentos. Victoria posee un puerto deportivo y comercial que ofrece rampas adecuadas para la bajada de todo tipo de embarcaciones.

Declarada reserva para pesca deportiva en el espacio denominado Isla del Pillo y sus riachos; y reserva de pesca con devolución en el área de influencia de la reconocida Laguna del Pescado y sus bocas, la ciudad de Victoria se convirtió en destino inigualado para los apasionados por la disciplina del pique; y en cuanto a pesca se refiere, el departamento de Islas -extendido frente a la ciudad en una superficie de 370 mil hectáreas-

⁸ (https://www.victoria.gob.ar/sites/default/files/boletin_n_45.pdf)

⁹ (<http://lt39noticias.com.ar/2018/06/89100/>)

¹⁰ (<https://seranoticia.com/victoria-avances-en-el-proyecto-de-ordenanza-del-ente-mixto-de-turismo/>)

y el inmenso delta virgen, son los sitios más concurridos, principalmente en lanchas rápidas que el turista puede alquilar junto al servicio de guías de pesca.¹¹

Otra opción es realizar actividades de turismo aventura o ecológico, donde los paseos embarcados, los safaris fotográficos, los avistajes y las jornadas de supervivencia son una tentadora invitación de Victoria en lo que a turismo alternativo y natural se refiere. También el turismo rural tiene sus alternativas de actividades en la ciudad.

Durante el verano, en los últimos fines de semanas de Enero y todos los de Febrero, se lleva a cabo el Carnaval de Victoria y la ciudad es una de las que tiene mayor tradición en la fiesta carnavalesca. El visitante disfruta junto con los participantes del corso, de su música, comparsas y colores.

La debilidad principal en la actualidad tiene que ver con la estacionalidad, el turismo es discontinuo, solo se concentra en el verano, vacaciones de invierno y/o fines de semana largos. Como así también la falta de profesionales idóneos en el área de turismo local, lo que concluye en una deficiente gestión, planificación y control de la actividad turística a nivel municipal.

1.6 Atractivos para visitar:

Cerro de la Matanza: Una simbólica cruz permite ubicar fácilmente el cerro de caliza que, alzado sobre el noroeste de la ciudad, habría sido escenario de una cruenta batalla cuando Victoria aún no era Victoria, sino tierra de minuanes, chanáes, timbúes y charrúas, que libraron tensa resistencia a la ocupación de esta tierra por parte de los españoles.

Abadía del Niño Dios: En 1899 llegaron a la zona los monjes benedictinos, procedentes de Francia, forjadores de la actual Abadía los Monjes del Niño Dios, primer monasterio de estas características asentados en Hispanoamérica.

¹¹ (<https://www.turismoentrerios.com/victoria/pesca.htm>)

Los monjes de esta orden conservan un voto fundado en la oración y el trabajo. Y es justamente su tesonera labor la que ha dado origen a una reconocida industria artesanal de productos naturales.

Parroquia Nuestra Señora de Aránzazu: Pequeña joya arquitectónica característica del arte romántico del medioevo, esta iglesia fue inaugurada en 1875, combinando dos estilos de imponencia: el romano en el exterior y el barroco en el interior.¹²

Quinto Cuartel: o también llamado barrio de las caleras presenta unas construcciones antiquísimas que datan del año 1800 cuando llegan a la ciudad los primeros inmigrantes (vascos y genoveses), dedicándose particularmente a la explotación de la piedra caliza, con la cual fue construida parte de la ciudad de La Plata, que en ese tiempo era trasladada en barcos desde el primer puerto que tubo Victoria ubicado en este barrio.

Aquí también funcionó el primer banco que emitió moneda propia (Banco Lanieri).¹³

Costanera de la ciudad: se despliega entre el verde paisaje y el riacho Victoria, la Avenida Costanera “Dr. Pedro Radío” constituye el punto de encuentro social y recreativo, tanto de lugareños como de turistas.

Museo Carlos Anadón: Este Museo Histórico invita a recorrer el pasado de Victoria y alrededores, por las 8 salas que componen su estructura, casona de estilo afrancesado, típica de principios del siglo XX, donde funciona actualmente el reservorio cultural, sintetiza por sí misma la rica herencia arquitectónica de Victoria, y fue donada con tal fin por el filántropo Isidro Balbi.¹⁴

Parque Acuático Termal Victoria del Agua: cuenta con una ubicación privilegiada que las transforma en un balcón ideal para observar las bellas postales entrerrianas; aquí los visitantes pueden descansar, relajarse y también divertirse, ya que ofrece distintos y

¹² (<https://www.turismoentrerios.com/victoria/historico-religioso.htm>)

¹³ (<http://victoria.tur.ar/el-quinto-cuartel/>)

¹⁴ (<http://victoria.tur.ar/museo-historico-carlos-anadon/>)

variados espacios, como por ejemplo por un lado las piletas termales y por otro los toboganes recreativos.

Casino: que ofrece además de las tradicionales salas de juego, shows en vivo y discoteca los fines de semana.

1.7 Impacto del proyecto:

Este proyecto que consistiría en una caminata por senderos delimitados, ofreciendo una charla explicativa de la historia del lugar y de la ciudad en sí, aportaría la posibilidad de insertar a los profesionales en el mercado laboral (guías locales: personas que por la realidad actual, no cuentan con empleo o no están en planta permanente), para que ellos realicen el recorrido guiando a los visitantes mientras se narra los acontecimientos sucedidos allí.

Generaría también trabajo para el personal requerido, como por ejemplo persona/as a cargo del cobro de la entrada al predio. Como así también sería necesario un equipo de trabajo para acondicionar el lugar y mantenerlo diariamente (colocación de bancos, barandas en senderos, mantenimiento de las plantas, etc.).

Por otro lado, la municipalidad de la ciudad tendrá a cargo el corte del césped, también la colocación de carteles para indicar el acceso al predio y los paneles interpretativos.

El uso de un lugar inutilizado, sería un estímulo de interés de la comunidad local por la ciudad como destino. Aportando nuevos puestos de trabajo, se elevaría la calidad de vida de la comunidad.

Se intensificarían las relaciones sociales, dando lugar a intercambios culturales entre los turistas y la comunidad local. Y del mismo modo se planea realizar un aporte al desarrollo de la cultura y a conocer mejor nuestro entorno, para generar cambios positivos en los residentes. Como así también se debe destacar la iniciativa de recuperación y

conservación de este sitio, ya que de no llevarse a cabo, en un futuro cercano este espacio seguramente se perdería.

La mejora en las instalaciones y los servicios es un aspecto social positivo.

La economía actual de la ciudad ya se ve influenciada por el turismo en sí. Victoria se encuentra en un desarrollo favorable gracias a los servicios que se brindan, desde la creación del puente Rosario-Victoria y la seguidilla de inversiones en infraestructura, en nuevos recursos, en nuevos atractivos y demás, el turismo se convirtió en una parte fundamental en la economía de la ciudad. Es el motor generador de muchos puestos de trabajo, principalmente para los jóvenes que se están iniciando en el tema.

Por lo mismo, es necesario el innovar, el mantenerse siempre actualizados, el generar nuevas inversiones, y mantener los recursos existentes, para poder posicionarse en el mercado, que nos reconozcan y llegar a una verdadera “ciudad turística”, con su propia marca. Para lograr esto sería un aporte significativo tener un nuevo sitio para visitar, aprender, escuchar, recorrer, y formar parte de ello, obteniendo el incentivo para que las personas decidan regresar a la ciudad.

Así el incremento de beneficios sería tanto para las empresas existentes como para atraer nuevas inversiones. Se crearían puestos de trabajos de manera directa e indirectamente. Finalmente lo que se procura con esta idea es generar un equilibrio, donde se pueda poner en valor un recurso, cuidarlo y protegerlo, al mismo tiempo que se genera empleo y se produce aportes al desarrollo turístico de la ciudad. Obteniendo beneficios tanto para la comunidad local, ya que este proyecto contribuirá a la formación de la identidad local a través de su inherente historia, como para los visitantes obteniendo un nuevo atractivo a visitar para extender su estadía en el destino; creando en ambos una conciencia sobre la protección del patrimonio natural e histórico.

La tecnología se ha convertido en un factor todopoderoso para influenciar la elección del destino, nos muestran todo lo que queramos ver o saber sobre algún lugar en especial. La internet además de permitir mejorar los contactos acortando las distancias, haciéndolos más directos y generando un trato personalizado y de interacción entre cliente-oferente, abrió un abanico de posibilidades, para llegar a un número mayor de clientes, mejorar la oferta teniendo en cuenta las necesidades de los mismos, y otorgar una mejor entrega de los servicios, entre otras cosas.

Por lo cual la usaremos en nuestro favor, en consecuencia tendríamos contacto directo y permanente con nuestros clientes, ofreciéndole actualizados los precios, promociones, los progresos, y más, para lograr una estrategia de diferenciación en el mercado.

Utilizaremos las TICs para ayudar a la reducción de los costos de operación y comunicación a través de la reducción del número de comunicaciones personales o telefónicas y autorizando a los usuarios para acceder a toda la información que anteriormente sólo se conseguía por el contacto directo con las empresas turísticas.

El fin principal de este proyecto es la revalorización de un espacio natural de gran importancia para la ciudad de Victoria, un lugar que prácticamente en la actualidad se encuentra abandonado.

La zona principalmente afectada ambientalmente está ubicada a los pies del Cerro La Matanza, y es el Monte de los Ombúes que muestra un fenómeno atípico de la naturaleza. Es uno de los dos que existe en el mundo, ya que en situación normal, el ombú es una planta que crece en soledad.

Este Monte es considerado Reserva Ecológica, es un atractivo natural el cual alberga ombúes, que es una hierba gigante (visualmente parece un árbol pero no lo es) que siempre crece en forma aislada, posee unas raíces de larga extensión que se ramifican y

salen a la superficie. Sus frutos son similares a pequeños tomates achatados de color verde que se tornan amarillos cuando maduran.

Se dice que por cada indio que moría en las batallas contra los españoles, sus familiares plantaban un ombú, así se explicaría por qué se encuentra una comunidad de ombúes en este lugar.

El Monte de los Ombúes es un lugar imperdible, no sólo por su vegetación sino también por haber sido escenario de una leyenda urbana y rural.

Aunque la realidad actual es que ya no queda mucho por ver, los ombúes fueron desapareciendo, se secaron con el paso del tiempo, y una de los motivos de esta pérdida es que se encuentra ubicado a pocos metros de allí un circuito de carrera de autos, lo cual contamina de forma directa al lugar, y debería reubicarse lo antes posible, antes de que se termine lo poco que queda del legado de nuestro pasado. Otra amenaza fueron algunos productores rurales que eliminaron cientos de ejemplares de esta especie bajo la premisa de que este símbolo de la pampa quita posibilidades de cultivo. Un solo ombú ocupa entre 10 y 20 metros cuadrados fértiles y dificulta el trabajo de las máquinas agrícolas.

Así este proyecto busca que se tome conciencia de la importancia de este lugar, de lo extraordinario de tener un Monte de Ombúes y poder realizar un aporte para que las autoridades tomen cartas en el asunto y se ocupen de preservar tal recurso, introduciendo medidas de planificación y gestión.

Además se adaptará un costado del cerro para realizar un anfiteatro natural que dará la posibilidad a los visitantes de sentarse a observar por un lado, hacia la izquierda el monte de ombúes y por otra a la derecha, el paisaje que se observa desde esta altura, las Islas de Victoria.

Desde acá la idea será que cada visitante tenga la posibilidad de estar en el lugar, ver la realidad, conocer de nuestra historia y cultura, y ayudar a poner a germinar una

semilla de ombú para que en la estación de primavera sea plantada en ese mismo sitio y así ir recuperando esta reserva ecológica de a poco y con la ayuda de todos.

Utilizando el paisaje se llegaría a lograr una sensibilización medioambiental, logrando de esta manera que sea un estímulo para la conservación y para la mejora del entorno.

2. Síntesis del FODA

2.1 Fortalezas:

- La accesibilidad al destino ha mejorado en el último año.
- Entorno natural y cultural con particularidades y atractivos únicos en la Provincia.
- Existencia de favorables espacios verdes, públicos, con abundante vegetación, donde se fomentan las actividades al aire libre.
- Destino incluido en el Corredor Turístico de la Costa del Paraná
- Aprobación de nuevos proyectos turísticos a nivel local.
- Ubicación geográfica privilegiada. Paso obligado. A 60 km. del segundo centro poblacional más grande del país (Rosario-Santa Fe).
- Puesta en valor y conservación de lugares históricos, culturales y religiosos.
- Posicionamiento de la Marca ciudad en la provincia.
- Se fomenta y se incluye en las escuelas el estudio del turismo.
- Crecimiento y expansión de la oferta de alojamientos turísticos, la cual es hoy muy completa y variada.
- Potencialidad de la ciudad como sede de eventos.
- Disponibilidad de RR HH capacitado y otros recursos para el desarrollo turístico.
- Buen estado de conservación de los atractivos turísticos histórico-cultural gracias al cumplimiento de las normas que los protegen.

- Disponibilidad de recursos naturales, bellezas escénicas y biodiversidad florística y faunística.
- Educación y capacitación turística en la comunidad local.
- Seguridad y tranquilidad de vida y estancia en el destino.
- Interés y voluntad de integración entre sectores público y privado y decisión para definir la planificación turística en conjunto.
- Existencia desde el año 2012 de la Dirección de Turismo Municipal
- Valoración de cultura local por parte de los habitantes del destino.
- Aprobación del turismo como hecho positivo por parte de la población local.
- Creación de la Cámara de Turismo de Victoria (CATURVI).
- Trabajo en equipo entre empresarios locales.
- Amabilidad, cordialidad y buena atención de los habitantes del destino.

2.2 Debilidades:

- Falta de señalización y preservación de algunos recursos y atractivos naturales.
- Capacidad de carga física limitada en los diferentes servicios y en el destino mismo.
- Escasa e incompleta información brindada por la oficina de turismo local a los visitantes.
- Falta servicios para la satisfacción de las necesidades del turista en el destino.
- Promoción escasa de la ciudad por parte del municipio.
- Estacionalidad. Turismo discontinuo, generalmente se concentra en temporada de verano, vacaciones de invierno y/o en fines de semana largos.
- Escasa señalética turística.
- Falta de regulación de la actividad turística en cuanto a ordenanzas por ejemplo: ordenanza de guías locales, ordenanza de protección y conservación de los ambientes naturales, ordenanza sobre el cuidado y mantenimiento de los espacios verdes, etc.

- Escasa oferta de actividades recreativa y falta de emprendimientos, en particular para niños.
- Falta de comunicación entre los alojamientos y la oficina de turismo (inconvenientes cuando la ocupación de la ciudad es alta).
- Escaso uso de portales web turísticos, blogs y redes sociales.
- Falta de inversión por parte del gobierno local para el mantenimiento de los espacios públicos.
- Falta de profesionales idóneos en el área de turismo local, lo que concluye en una deficiente gestión, planificación y control de la actividad turística a nivel municipal.
- Proceso lento de pavimentación de las calles de la ciudad.
- Relación calidad/precio respecto de otros destinos competidores (costos elevados).

2.3 Oportunidades:

- Prioridad otorgada a la actividad turística entre las estrategias nacionales de desarrollo (imposición de feriados y feriados puente, etc), aumento del turismo interno.
- Importancia del sector turístico a nivel provincial.
- Estímulo de la provincia a través de financiación de proyectos para el desarrollo del turismo en la ciudad.
- Constante incremento de corrientes turísticas en la provincia y en la región.
- Planificación provincial turística integrada. La provincia está dividida y se promociona en corredores turísticos, cada uno agrupado por atractivos y actividades.
- Asesoramiento y apoyo financiero de organismos gubernamentales a proyectos turísticos y culturales.
- Desarrollo y aumento de la actividad turística a nivel provincial.
- Aumento de la tendencia, modismo, y/o preferencia por el ecoturismo, turismo salud, turismo rural y de estancias.

- Creación de redes, centros de información, encuentros de capacitación e intercambio de experiencias entre las diferentes localidades turísticas de la provincia.
- El cambio de moneda extranjera, con valores muy favorables para quienes nos visitan desde otros países.
- Existencia de eventos a nivel regional, provincial y nacional que favorecen y generan un gran movimiento turístico.
- Las facilidades de comercialización a través de los medios virtuales.
- Creciente reconocimiento del sector político de la provincia en considerar el desarrollo turístico del destino.
- Mejora del posicionamiento provincial a nivel turístico en el País.

2.4 Amenazas:

- Economía fluctuante e inflación - frena el desarrollo del turismo interno.
- Impactos ambientales sobre los recursos naturales de la zona causados por el río (crecientes - sequías).
- Costos competitivos ofrecidos por otros destinos.
- Tendencias del mercado en cuanto a la calidad, y demanda de diversidad de atractivos en los destinos.
- Crecimiento y aparición de nuevos destinos turísticos cercanos.
- Aumento de transporte pesado en las rutas que llegan al destino.
- Ausencia de control de planes de ordenamiento urbano, manejo y reglamento de uso de los recursos naturales por parte de la provincia.
- Elección de otros destinos turísticos ya posicionados en el mercado.

Una vez realizado el análisis FODA de la localidad queda de manifiesto que este producto será una manera de superar algunas debilidades del destino aprovechando sus fortalezas y oportunidades; aportando beneficios a la ciudad.

La localidad debe explotar los atractivos naturales e históricos que posee como también utilizar la cultura y protección del medio ambiente como estrategia diferenciadora.

La ciudad carece de una imagen turística, la cual debe crearse lo más pronto posible, utilizando todas las fortalezas con las que la ciudad cuenta como son la ubicación privilegiada, la educación y capacitación turística en la comunidad local, la disponibilidad de RR HH capacitados y otros recursos para el desarrollo turístico, como así también sus recursos naturales, bellezas escénicas y biodiversidad florística y faunística, donde este proyecto sería de gran aporte para que esta imagen logre seducir al turista por la belleza de los paisajes naturales y sus comodidades, logrando una percepción positiva y generando actitudes favorables hacia el lugar, así el desarrollo del sector turismo sería más rápido y los logros en el área significativos y distinguidos.

Esta propuesta generará puestos de trabajo, ampliará la oferta turística de la ciudad, pondrá en valor un recurso natural importante, como así también hará un aporte significativo al turismo histórico y cultural, todo esto como respuesta a varias debilidades que podemos observar hoy en día.

Sumando para considerar viable esta propuesta el aumento de la tendencia y preferencia actual por el ecoturismo y de los visitantes por conocer y recorrer la naturaleza y los verdes paisajes que nos brinda Victoria.

2.5 FODA del proyecto

2.6 Fortalezas:

- ✓ Ubicación geográfica privilegiada en cuanto su entorno natural y belleza paisajística.
- ✓ Existencia de lugares con abundante vegetación para fomentar la actividad al aire libre.
- ✓ Proyecto capaz de crear puestos de trabajo.
- ✓ Atractivo nuevo que amplía la oferta turística de la ciudad.
- ✓ Capacidad de aporte a la formación de la identidad local a través de su propia historia.

2.7 Debilidades:

- ✓ Falta de señalética que indique como llegar al lugar
- ✓ Dependencia del clima

2.8 Oportunidades:

- ✓ Aumento de la tendencia, modismo y preferencia por el ecoturismo.
- ✓ Preferencia de los visitantes por lo natural y paisajístico de la ciudad.
- ✓ Existencia de oferta ofrecida a grupos de estudiantes o demás personas que visitan la ciudad a la que se podría sumar el emprendimiento.
- ✓ Disponibilidad local de personas capacitadas para trabajar en el proyecto.
- ✓ Facilidades de comercialización a través de medios virtuales.

2.9 Amenazas:

- ✓ Economía fluctuante e inflación que frena el desarrollo del turismo interno.
- ✓ Existencia de un circuito de carreras a pocos metros del lugar, que impacta negativa y directamente sobre el Monte de Ombúes.
- ✓ Falta de pavimentación del acceso al lugar
- ✓ Estacionalidad. Turismo discontinuo.
- ✓ Clima.

3. Objetivos del Proyecto

3.1 Objetivos de Corto Plazo:

El principal objetivo es lograr, en el término de 3 meses aproximadamente, un importante recurso histórico y natural debidamente puesto en valor, cuidado, integrado a la oferta y reconocido turísticamente para la ciudad.

Para lo cual un importante aporte desde el sector sería lograr un tránsito de vehículos restringido por el lugar, y que el circuito de carrera de autos que se encuentra a muy pocos metros haya sido reubicado.

Acciones a realizar para el logro de los objetivos:

Ni bien sea aprobado esta idea por parte de la municipalidad, sería necesario ponerse en práctica el acondicionamiento del lugar incluyendo colocación de señalética, bancos, adaptación de senderos, etc. lo cual llevaría muy poco tiempo porque no necesita muchos elementos, ya que el atractivo en si es el natural, y lo tenemos a disposición nuestra. Además se tendría que cercar bien el sector donde se sembrarán los ombúes, ya que allí la gente no podría ingresar, al menos no hasta que estas plantas tengan el tamaño suficiente y no corran ningún riesgo. Podría llevar entre 8 a 10 semanas.

En forma paralela se desarrollaría el diseño de contenidos en función de los datos históricos y la organización administrativa para el funcionamiento del sector (contratación de personal, etc.).

Luego se debería llevar a cabo la adaptación de un lateral del cerro para la realización del anfiteatro natural y la colocación de luces para el show que se dará a la tardecita/noche; esto llevaría 2 o 3 semanas más.

Una vez colocados los elementos y los circuitos delimitados y acondicionados para que todas las personas puedan transitarlos, el lugar podría abrir sus puertas para todo el público que desee visitarlo.

El mayor costo sería obtener un terreno por parte de la municipalidad para reubicar el circuito de carreras.

3.2 Objetivos a Mediano y largo Plazo:

El proyecto iría creciendo a medida que se incrementen las visitas y que lo conozcan.

Se espera alcanzar en el lapso de 1 año que la cantidad de visitantes mensuales sean alrededor de 2800, calculando un ingreso de 400 personas los fines de semana y 300 personas en los días de semana.

El avance del monte de ombúes se podría observar en un corto tiempo ya que su crecimiento es rápido, alcanzando su máximo desarrollo antes de los 15 años.

Las semillas germinan en 3 o 4 semanas. En el momento en que las plántulas posean alrededor de 4, ó 5 hojas se trasplantan a su lugar fijo. Así los visitantes podrán observar su aporte a este recurso en su próxima visita a la ciudad, ya que aunque ellos no puedan ingresar al sitio donde están los ombúes plantados, éstos se pueden ver desde lo más alto del cerro mientras hacen el recorrido. Logrando también así el motivar el regreso de los visitantes en reiteradas oportunidades a nuestro circuito.

Además en un plazo de 2 años se tiene la perspectiva de tener plantados 100 ejemplares de ombúes, siendo debidamente cuidados diariamente.

Lo que se espera obtener es que los visitantes de la ciudad tengan otro atractivo natural para conocer, que los visitantes sepan de nuestra cultura e historia, de cómo se conformó la ciudad y recuperar el monte de ombúes que alguna vez existió. Para luego mantenerlo a través del tiempo.

La expectativa es que los actores fundamentales para conseguirlo son los responsables de turismo en el municipio de la ciudad, y en cuanto el atractivo en sí para que la gente nos conozca y sepa la historia y la realidad actual, el aporte será de los guías locales.

Siendo el costo una reestructuración de la aplicación y el cumplimiento de las normas que protegen los recursos naturales y culturales de la ciudad. Y el costo de los Recursos Humanos afectados al funcionamiento del sitio.

4. Descripción detallada del Producto turístico

Este proyecto refiere a un circuito histórico cultural que se realizará a pie en el Cerro de La Matanza. Donde se busca resaltar los aspectos culturales de la ciudad,

utilizando los recursos históricos para su desarrollo. Se trata de revalorizar hechos históricos ocurridos en la región.

El turismo histórico-cultural comprende todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidos por las sociedades. En ocasiones, la masificación del turismo conlleva a la transformación, el deterioro y la destrucción de los recursos culturales. Siempre aparece como más importante el interés económico de maximizar los beneficios, que la adopción de medidas concretas de salvaguarda de los diversos componentes que integran el turismo histórico-cultural.

Para dar respuesta a esto es que se pondrá en valor el elemento paisaje, como así también se realizará un rescate cultural e histórico sobre el lugar que muchos no llegan a conocer o conocen a medias.

Permitirá poner en valor, a través de un relato que se les brindará a los visitantes a cargo de guías locales, la historia de los pobladores que fueron masacrados, su legado y como fue creada esta ciudad, donde surgió y a causa de qué.

En el caso de lo natural, se los llevará a conocer (hasta el ingreso) el hoy escaso monte de ombúes, brindando información de cómo comenzó, lo excéntrico de tener uno, por lo mismo la importancia de poder conservarlo y recuperar lo que alguna vez fue; también darle el interés que se merece a las especies animales y el factor paisaje que se ve amenazado por las carreras de autos que se realizan en la cercanía, con la contaminación del aire, visual y auditiva.



El recorrido dará comienzo en la entrada principal que se encuentra bien delimitada por un arco de fierro muy grande, allí el visitante abonará una entrada y elegirá si quiere recorrer el lugar por su

propia cuenta o con la historia contada por un guía local, los cuales estarán disponibles para hacer recorridos a las 10hs, a las 14hs y a las 16hs, con una duración total de 45 minutos aproximadamente.

Se sube hasta la cruz principal, escuchando el relato, luego se va hasta una ubicación privilegiada ya que tiene gran altura y desde donde se puede apreciar gran parte de la ciudad, para que los visitantes puedan sacarse una foto panorámica. Allí también se puede ver lo desigual del paisaje,



por un lado el monte de los ombúes a los pies de este cerro y a la derecha el predio de lo que es hoy el circuito de carrera de autos. Es ahí donde se dará a conocer lo fundamental de la preservación de este suelo, el porqué de la reubicación de este evento de autos, como así también del aporte para mejorar lo poco que queda de un atractivo natural casi



inexistente en la actualidad. Y desde este lugar los visitantes podrán observar el avance del Monte de Ombúes a través del tiempo.

Así bajando por este cerro por caminos adaptados para su fácil acceso, cruzando por senderos, entre árboles, se llegara a la entrada de lo que queda de nuestro Monte de Ombúes, para que todos los visitantes puedan realizar su aporte plantando una semilla en un germinador,



las cuales luego de dar brote será plantadas en la estación primavera, para que puedan

apreciar en su próxima visita el crecimiento de un árbol que ellos mismo germinaron, sintiéndose parte de un legado local.

Después de obtener entre 150 a 200 semillas germinadas, ya no se realizará más esta propuesta, por lo cual para seguir teniendo participación de todo aquel que nos visite en el mantenimiento del lugar, el aporte será que cada persona que llegue aquí, lleve una piedra del tipo que quiera, así se dará comienzo a formar un gran camino de piedras desde la entrada hasta la cruz principal. Donde se ubica un camino ancho que no será transitado, ya que en la actualidad es por donde pasan los autos. Cada uno deberá llevar “su piedra diferenciadora” para poder encontrarla en su próxima visita. Con el paso del tiempo se formará un gran camino de piedras con formas y colores diferentes y donde cada visitante pueda reconocer la suya. Este camino se aprecia desde la entrada principal, por lo cual la vista será excéntrica y llamativa.

Además se les dará la posibilidad a los visitantes de que permanezcan en el predio el tiempo que ellos decidan quedarse, pudiendo recorrer lo que más les atraiga del lugar o simplemente para sentarse en lo que será el anfiteatro natural a disfrutar de los paisajes únicos de este entorno, compartiendo un mate.

4.1 Relato de guías:

La historia de esta ciudad comienza en el cerro de La Matanza y, como el nombre lo sugiere, en el origen hay un episodio trágico y sangriento.

Victoria se fundó a comienzos del siglo XIX sobre una de las siete colinas que abarca la geografía de la ciudad, y este rasgo ondulante de su fisonomía la hace atractiva y especial.

Pero su historia comenzó unos años antes, durante dos siglos, minuanes, chanáes y charrúas ofrecieron tensa resistencia a la ocupación española del territorio entrerriano.

Atacando a los viajeros que se aventuraban por las márgenes de los grandes ríos, a las estancias que se instalaban en los claros del monte, a los villorrios de indígenas pacíficos.

Gracias a un convenio amistoso logrado por Hernandarias en 1632, y también a la influencia de los jesuitas, se observó una larga tregua hasta finales del siglo XVII. La lucha se reanudó al comenzar la centuria siguiente. Los charrúas avanzaron impetuosos sobre las misiones guaraníes de Corrientes; los payaguas arrasaron los aledaños del Paraná, desde el río Feliciano a la Bajada. Gobernantes y propietarios clamaron contra los indios “ladrones, cuatreros y salteadores de todos los caminos reales”. Fracasan cuatro expediciones punitivas mandadas desde Buenos Aires.

En 1749 se propaga la noticia de una fuerte coalición, de la que participarían unos 800 combatientes. Entonces el gobernador de Buenos Aires, José Antonio de Andonaegui, ordena la guerra de exterminio. El capitán Antonio de Vera Mujica parte de Santa Fe rumbo a la cuenca del arroyo Nogoyá. Lleva severísimas instrucciones de acuchillar a cuantos persistan en sus posturas bélicas. El 3 de febrero de 1750 comunica la derrota del enemigo: el informe denuncia 273 muertos y 339 prisioneros.

Aunque no se precisa el lugar, bien pudo consumarse la masacre en este punto donde la tradición lo señala todavía. Matanza real, por lo demás, que marca el fin del aborigen en la vasta zona que delimitan el Paraná y el Uruguay en su extremo sur.

En un comienzo, el asentamiento surgido en este rincón entrerriano fue conocido como “el pueblo de La Matanza”; varias décadas después, ya en el siglo XIX y sin dejar de aludir a la masacre originaria, el nombre del poblado fue cambiado por el de Victoria.

Este es un cerro de naturaleza caliza. Debido a la explotación que se hiciera de sus canteras de piedra caliza, se encuentra erosionado en la actualidad.¹⁵

¹⁵ (<http://victoriaglobal.com.ar/cerro-de-la-matanza/>)

Podemos observar actualmente la cruz mayor y otras cruces menores, formando un rosario, esto es lo que conforma hoy en día el cerro de la leyenda, y donde se realiza cada Semana Santa el Vía Crucis que recorren cientos de fieles.

Pocos saben que al pie de esta colina hay un bosque artificial de ombúes. Es algo único sin duda porque el ombú es un gigante solitario, sin embargo los charrúas plantaron aquí un bosque al pie del cerro de la Matanza. Ellos dicen que cada ombú es un alma.

El ombú -nombre que proviene del guaraní- no es un árbol sino una hierba gigante, que crece naturalmente de forma aislada en la Argentina, Uruguay, Paraguay y sur de Brasil, pero no en formación boscosa, tal como sucede aquí.

El tronco del ombú es un tallo muy ancho y tierno, que conserva el agua y en el que se alternan capas leñosas con capas blandas. El diámetro del mismo puede llegar hasta los 3 metros y su denso follaje puede alcanzar los 18 metros de altura.

Pero a pesar de su gran tamaño, el ombú no puede ser utilizado en carpintería debido a que su consistencia es esponjosa, ni tampoco como fuente de calor ya que no arde.

La PHYTOLACA DIOCA, denominación científica del ombú, se caracteriza por su larga vida y fortaleza. Se sujeta al suelo por raíces fuertes y de gran extensión. Las flores forman racimos y son femeninas en algunos ombúes y masculinas en otros. Los frutos parecen pequeños tomates achatados de color verde, que se ponen amarillos al madurar y tienen en su interior las semillas. Las hojas son alargadas, pecioladas y tienen nervaduras; éstas se conservan en la planta hasta después de las primeras heladas.¹⁶

A pesar de que el ombú posee particularidades dignas de admiración, tales como la hermosura de su sombra, la resistencia a la sequía, etc. (cualidades que fueron valoradas

¹⁶ (<https://www.tripin.travel/victoria/reserva-ecologica/>)

por especialistas en flora de diversos países para llevarlo a España, California y el norte de África), ha afrontado, en su propia tierra, tiempos de deforestación implacables.

En los últimos años, algunos productores rurales han eliminado cientos de ejemplares de esta especie, pero no debido a la tradición campestre que suele conceptualizar al ombú como portador de males y receptor de rayos, sino bajo la premisa de que este símbolo de la pampa quita posibilidades de cultivo. Un solo ombú ocupa entre 10 y 20 metros cuadrados fértiles y dificulta el trabajo de las máquinas agrícolas.¹⁷

Para sumarle a las implicancias que este lugar sufre, como pueden ver a la derecha se encontraba ubicado un circuito de carrera de autos, donde en cada evento que se realizaba pasaban por este lugar muchos participantes y espectadores del mismo. Sitio que además de traer un impacto ambiental negativo, se observa que rompía la estética de este paisaje de naturaleza pura.

Como contrapartida de ello, en noviembre de 1999, alumnos de las escuelas de Victoria plantaron nuevos ombúes en la reserva ecológica. Todo un ejemplo para los mayores. Pero la realidad es que las autoridades no realizaban aportes para el mantenimiento y la conservación de estas especies.

Por ello, surge la idea de realizar este circuito y traerlos hasta aquí para que ustedes nos ayuden a recuperar lo que alguna vez fue, el monte de ombúes. Acompañenme a plantar una semilla de este precioso árbol en un germinador, la cual una vez que de brotes se plantará en este sitio en la primavera, para que en su próxima visita puedan observar lo que ustedes mismo realizaron.

4.2 Característica:

El Cerro de la matanza es un lugar más bien apartado de la ciudad, y al no darle la importancia que merece a lo largo del tiempo se ha ido desvalorizando, nunca se tomó

¹⁷ (<http://victoriaglobal.com.ar/v3/index.php/atractivos/nte-de-los-ombues>)

ninguna medida para que este sitio fuera un atractivo para visitar, no cuenta con cartelera, no está señalizado, no tiene información, y por lo cual si algún visitante llega hasta el lugar lo único que puede observar son el gran arco en el ingreso y las cruces que se encuentra allí, sin saber el porqué de estas ni su significado histórico/cultural.

Considero que es fundamental valorizar los atractivos naturales e históricos que posee Victoria. Y darle lugar al visitante que se sienta parte de este proyecto le sumaría valor, para que el interés sea general.

Será necesario el apoyo y aportes de parte de la municipalidad para su conservación, el mantenimiento y el control. Como así también de la Asociación de Turismo que dentro de sus objetivos principales se encuentra el concientizar a la comunidad acerca de los beneficios del desarrollo del turismo y la influencia de éste en la protección de los patrimonios naturales y culturales.

Así los logros serán sumar valor a los recursos existentes y poder así atraer a los turistas y obtener un verdadero desarrollo turístico. Obteniendo beneficios generales.

Considerando esto, el proyecto busca el desarrollo sustentable, propone una estrategia de diversificación que permitan mejorar la realidad social, política, económica y ambiental específica del lugar. Así el turismo, como uno de sus ejes de acción, puede preservar y revalorizar elementos turísticos.

El turismo histórico-cultural de Victoria está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituye en factores que identifican y diferencian a esta región.

En la actualidad podemos decir que el turismo histórico cultural incluye también lo que se llama patrimonio vivo; las diversas manifestaciones de la cultura popular (indígena, regional, popular, urbana), las poblaciones o comunidades tradicionales, las lenguas

indígenas, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones, características de un grupo o cultura.

Tendremos como desventaja las inclemencias del tiempo. Los días de lluvia no podrá brindarse el servicio. Al igual que habría que esperar que sequen los caminos para realizarlo, porque tanto los caminos para llegar, como el recorrido en sí son de tierra.

5. Perfil del Mercado

Este proyecto daría la posibilidad de tener un atractivo más para conocer en la ciudad, sumándole valor a la misma. Destinado este sitio a toda la familia, y también a que todo aquel que lo visite forme parte de este proyecto, de nuestra historia y de lo significativo de que sea recuperado este recurso natural y protegido debidamente para que pueda perdurar en el tiempo.

El turismo de la ciudad está constituido por turistas; visitantes y excursionistas, provenientes en su mayoría de las provincias de Santa Fe (por su cercanía principalmente de Rosario), Córdoba, Buenos Aires y de las localidades vecinas al destino, dentro de la provincia misma.

Nos visitan familias de ingresos medios, medios-altos, jubilados, grupos estudiantiles, de jóvenes y extranjeros.

Los visitantes generalmente son personas que nos eligen por nuestros espacios verdes, la naturaleza, la tranquilidad y por la cordialidad en la atención hacia ellos. Además una vez que nos visitan lo siguen haciendo en reiteradas oportunidades a lo largo del año. Para lo cual es fundamental que el circuito sea dirigido por guías capacitados, preparados para atraer con su relato a la imaginación de las personas, intentando volver el tiempo atrás y sentir lo vivido en aquellos tiempos formando parte de ello.

La mayoría de la gente que visita la ciudad quiere conocer lugares, la naturaleza, los verdes y por la cercanía de la mayoría de los sitios que se pueden conocer, prefieren realizar todo esto caminando, para implementar un poco de actividad física que es recomendada para todas las edades. Y no son muchos los espacios que están adaptados para recibir visitas, acorde a las necesidades. Por lo que este circuito sería un beneficio, una estrategia y una buena opción para recomendar a ellos. Además que se le dará la posibilidad de quedarse dentro del predio lo que cada uno prefiera, dándole espacio y tiempo de recreación de la manera que más disfruten, y así lograr socializar con lo que es la costumbre Argentina “el mate”. Pudiendo realizar esto en lo que va a ser el anfiteatro natural, así mientras disfrutan del paisaje pueden compartir un mate.

Sumado a esto hacia la tardecita/noche se dará en el anfiteatro natural un show de luces para sumarle valor al lugar, y sumar una opción para que el sitio represente una oportunidad para empresas privadas, como lo es por ejemplo el restaurante que abrió recientemente sus puertas en la ciudad, llamado “Alma Criolla” que se encuentra en la cercanía de nuestro atractivo, teniendo la posibilidad de armar una excursión al espectáculo con posterior traslado a una cena tradicional.

6. Estrategia de Marketing

Nuestro posicionamiento tiene que ver con poner en valor un recurso natural a punto de desaparecer, con una historia poco conocida y con el querer que los visitantes puedan ayudarnos a mejorarlo y conservarlo en el tiempo. Es decir que este atributo sería una idea diferenciadora ya que no existen por lo general atractivos en los que para recuperarlo los visitantes puedan ser parte de ello.

Mediante la protección de paisajes característicos se quiere lograr establecer objetivos de calidad paisajística con la finalidad de orientar y armonizar coherentemente las futuras intervenciones y prevenir o reducir las posibles incidencias sobre el paisaje.

Se busca tomar conciencia de la importancia que tiene la historia y el legado que allí existe tanto para la población local como para los visitantes; el tener un Monte de Ombúes es algo excéntrico, solo existen 2 en el mundo, son plantas que crecen en soledad, y no se está tomando medida alguna para recuperarlo ni preservarlo.

Esto es lo que queremos que la gente vea y así se interese para colaborar y aportar un poquito de cada uno, para que en unos años este sitio sea nuevamente lo que alguna vez fue, y de esta manera se conozca más sobre nuestra historia.

Se busca asociar el territorio representando su identidad, con el objeto de crear un posicionamiento y una visión positiva de la ciudad en la mente de los visitantes.

En la bandera de la ciudad vemos la importancia de que esto suceda:



En ella se representa el verde, que es el color de la naturaleza por excelencia, representando armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Esto tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad. Sugiere estabilidad y resistencia, simboliza el crecimiento y la esperanza.

El color amarillo evoca la luz del sol, sinónimo de honor, lealtad, inteligencia, determinación; transmite alegría, felicidad y energía. Representa el entusiasmo, la atracción, la creatividad, el éxito, el ánimo y el estímulo. Produce sensación de prestigio, de sabiduría, claridad de ideas y riqueza.

La Cruz, como símbolo central, mantiene estrecha relación con lo religioso, debido a que la fecha fundacional de Victoria se remite a la primera misa realizada en el Oratoria

de La Matanza y por ser un ícono en el cerro de dicho nombre, donde vivieron los últimos habitantes de los pueblos originarios.

El ombú, con su frondosa raíz marca el fuerte arraigo a nuestras costumbres y a nuestra identidad. Su exuberante follaje invita a cobijarse en su sombra para descansar y disfrutar, características propias de nuestra ciudad.

La curva central hace referencia a la topografía propia de esta zona, donde colinas y lomadas brindan a Victoria un paisaje único y pintoresco.

El sol naciente, con su calidez impulsa al crecimiento y desarrollo de los habitantes de esta localidad.

Los ángulos en las esquinas señalando hacia afuera, hacen alusión a los puntos cardinales, los que indican la evolución y expansión que ha logrado Victoria.¹⁸

Para lograr el reconocimiento del lugar, el significado del mismo y que esto pueda relacionarse con la imagen que se intenta tener de la ciudad, buscaremos que nuestro circuito este incluido en todas las publicidades que tiene la ciudad. Destacando las diferencias de nuestros servicios.

La estrategia para llegar a nuestros clientes y crear la fidelización hacia nuestro producto será hacerlo sentir parte de este proyecto, que además de que conozcan nuestra historia, nuestro comienzo, también puedan sentirse parte de revalorizar uno de nuestros atractivos naturales, sumándole de que con ello sientan la motivación de volver para observar el progreso de este sitio con el paso del tiempo.

Se estará en contacto permanente con los visitantes, a través de las redes sociales, allí se irán subiendo fotos de los progresos del lugar semanalmente, las novedades, las reformas, los cambios, y donde se les responderán todas las dudas o consultas. Como así

¹⁸ (<http://elvictoriense.blogspot.com/2010/05/bandera-de-la-ciudad-de-victoria-entre.html>)

también en estos mismos medios se impulsarán las reservas a través de promociones con anticipación para un incremento de las ventas y reducción de costos de comunicación.

La imagen que se utilizara para la identificación de este proyecto será:



Una imagen real del arco principal de la entrada al sitio. En el centro de este un ombú que hace referencia al árbol que identifica el proyecto, bordeado del color verde para resaltar la naturaleza

que nos ofrece. Y la imagen en general en blanco y negro haciendo referencia a que es un lugar antiguo lleno de historia.

7. Política de precios

Se buscará un equilibrio entre calidad, características y precio.

Se emitirá un bono contribución de 50 pesos por persona, adultos y 30 menores (de 10 años en adelante). Puede elegir recorrer el lugar por su propia cuenta o esperar a los guías, que realizarán el recorrido en determinadas horas (10 a.m., 14 p.m., 16 p.m.).

En temporada baja se harán promociones tales como:

- 40 pesos adultos y niños (menores de 10 años) sin cargo.
- Plan Familia (2 adultos y 2 hijos mayores de 10 años): 120 pesos.
- Plan Grupo: más de 10 personas: 30 pesos por persona.

Más de 20 personas: 25 pesos por persona.

El cobro estará a cargo de la Asociación de Turismo, con fiscalización del municipio; y se hará una distribución de la recaudación.

El personal estará a cargo de la Asociación de Turismo (guías, persona de mostrador y personal mantenimiento de las plantas) y los gastos de publicidad. Éstos serán la folletería, los banner a colocar en las oficinas de informes turísticos (uno en la oficina en la plaza principal y el otro en la oficina de turismo en la entrada a la ciudad), la creación de elementos de difusión y publicidad innovadores y actualizados, y el contacto rápido con el cliente de cualquier inquietud que nos hagan llegar a nuestro correo electrónico, sitio web y redes sociales.

Lo demás a cargo de la municipal, es decir el reacondicionamiento y mantenimiento permanente del lugar: colocación de bancos de plaza tipo colonial, barandas de madera, mantenimiento de senderos, señalización y paneles interpretativos para quienes deseen realizar el recorrido sin un guía.

Como referencia comparativa, lo más cercano (aunque con un predio mucho más amplio y con otros tipos de servicios, incluye por ejemplo un camping) sería el Parque Nacional el Palmar, cuya entrada se cobra \$250 por persona.

La demanda se verá afectada en temporada baja, con poca concurrencia, y aumentará en temporada alta (verano y fin de semana largos). Para lo cual se fijarán las promociones arriba descritas, aplicándolas días de semana y cuando la concurrencia es escasa.

8. Política de comunicación

Se utilizarán todos los medios de comunicación, para llegar a nuestros futuros visitantes. Será difundido en diarios y radios locales. Como así también, en los sitios web ya existentes, en donde se promociona y se dan a conocer los atractivos de la ciudad. Para lo cual se modificará la información existente, actualizándola con la oferta actual.

En el destino utilizaremos principalmente Out doors, para facilitar la localización y la llegada al lugar. Toda la señalética necesaria para que el visitante no se pierda en el camino, ya que el mismo son recorridos de tierra y donde existen varios cruces. También se repartirá folletería en las oficinas de información turística y en la terminal de ómnibus. En estos folletos se incluirá, además de la explicación sobre el lugar y lo que el visitante podrá encontrar allí, información clara sobre la forma de llegar al lugar utilizando un plano de la zona, que indique de manera sencilla como acceder al atractivo.



Fuente: Mapa Turístico de Victoria. Municipalidad de Victoria.

Los medios de comunicación masivos que se utilizarán, tienen que ver la prensa escrita: diarios, revistas, panfletos, etc. Cuya funcional principal será convencer al cliente de que nos visite y forme parte de nuestro proyecto en su paso por la ciudad.

Las promociones y precios se colocarán en folletería, disponible en los centros de información turística, en hoteles, en sitios web y redes sociales, siempre acompañado de las imágenes del lugar y de la propuesta de que los visitantes sean parte de la revalorización del legado de la ciudad.

A través de correo electrónico (que se les pedirá a todos al final del recorrido) se mandará información de los avances, de los cambios, de las promociones, del paisaje, de las noticias actuales, de normas, de ordenanzas, etc. y se les responderán todas las consultas que les surjan, logrando con esto un contacto directo y actualizado con los visitantes.

Sitio web: www.circuitocerrodelamatanza.com.ar

En este sitio se podrán observar imágenes del lugar ya acondicionado, siempre teniendo en cuenta la resolución, para que tengan la calidad necesaria como para poder verse con claridad pero no más, así se logra una web rápida, ya que todos los usuarios desean ver un sitio rápidamente y no estar a la espera de que se carguen las imágenes.

Aquí también se accederá a un resumen de la historia que se ofrece al llegar al lugar, los lugares que pueden conocer, los objetivos que se esperan alcanzar dejando en claro que los usuarios formaran parte de esto, y un apartado de contacto directo donde pueden dejarnos cualquier inquietud sobre el atractivo que será despejada en la mayor brevedad posible.

Se usará como promoción previa a la apertura del lugar un sorteo de entradas para acceder en su día de inauguración, al cual se accederá a través del sitio web para lograr así mayor cantidad de visitantes en la web al mismo tiempo que se espera crear expectativa en torno a la apertura de lugar. Los usuarios que quieran ser parte del sorteo solo deberán compartir de forma pública en sus redes sociales un link, indicando que formaron parte de este, así se logrará mayor difusión llegando a mayor cantidad de personas de distintas partes.

Este sorteo será difundido a través del Facebook del lugar, que se creará para obtener acceso directo a nuestro sitio web y para implementar sorteos y descuentos mensualmente como medio de difusión.

9. Política de comercialización

Podemos ofrecernos a través de: agencias de viaje, minoristas y mayoristas logrando que el producto se encuentre dentro de un paquete.

Así mismo la venta puede realizarse de manera directa también en el destino.

Estaremos aliados con diferentes alojamientos para que la entrada al circuito esté incluida dentro de la tarifa de la habitación.

Además podemos formar parte del paquete de lugares a visitar en los grupos estudiantiles que vienen con frecuencia a visitar la ciudad o hacer campamento en la misma. Allí se les ofrecen visitar los atractivos de la ciudad, lo cual sería un beneficio formar parte de estos, porque ellos vienen en distintas épocas del año, tratando con esto que sea una estrategia para evitar la estacionalidad.

Se tendrá una persona a cargo de la política de comunicación y comercialización, que pueda estar en contacto permanente con los clientes a través de todos los medios de difusión.

Esta persona se encargará de realizar sorteo de entradas y descuentos que se realizarán mensualmente para obtener una publicidad y propaganda más amplia y rápida. Además formará parte de todos los eventos turísticos que se realicen en la ciudad, como los son por ejemplo la Fiesta Provincial del Turismo, que fue realizada en la ciudad en dos oportunidades, este año se vuelve a realizar y se espera que vuelva a llevarse a cabo en la ciudad.

10. Calidad turística

Al finalizar su recorrido se le invitará al visitante a realizar una encuesta de satisfacción fácil de realizar, a través de la cual por medio de un emoticón podrá poner su satisfacción o no con la visita al lugar. Atrás de cada cara haciendo referencia a si sus expectativas fueron alcanzadas o no, se colocará una breve encuesta de 3 preguntas para

marcar con x, y una 4ta. en donde podrán redactar lo que crean necesario mejorar, en pocas palabras

10.1 Formulario de encuesta de satisfacción:

Frente:

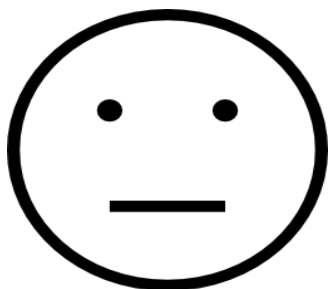


Dorso:

A large black outline of a circle containing the following text:

Le gusto el lugar?
Si No
La historia?
Si No
Formar parte?
Si No
Apreciación:.....
.....

Opciones de emoticones:



Conclusiones:

Este proyecto intenta ser un aporte de beneficios para la ciudad, los cuales serían generar ingresos, crear empleos directa e indirectamente, contribuir al desarrollo regional, utilizar recursos renovables, contribuir al rescate de usos y costumbres locales, generar infraestructura, crear un efecto multiplicador de la economía regional.

Se pretende que el destino esté entre las elecciones de los turistas de todas partes del país, que lleguen buscando la tranquilidad y el orden que la ciudad ofrece, sumado a la inmensa belleza natural que la región encierra.

La idea es viable, innovadora y agrega valor al destino, aprovechando un recurso olvidado y recuperando un sitio histórico y cultural.

La ciudad es visitada por la tranquilidad, los verdes, la gente, la seguridad, y esta propuesta aportaría la opción de sumarle a esto conocer su historia también.

Determinados elementos destacan en el territorio como hitos, recorridos y cierres visuales que estructuran el paisaje y caracterizan la identidad del ámbito. El Plan ha de mantener aquellas cualidades del paisaje que representan sus valores más significativos, adecuando las propuestas de intervención de manera que las transformaciones territoriales se produzcan de forma acorde con los valores paisajísticos específicos del territorio, su calidad y fragilidad.

Victoria, no es aún uno de los destinos más preferidos por el turista, esta ciudad entrerriana tiene como primera virtud sorprender al viajero con la acción proteccionista de una arquitectura colonial de ensueño.

Victoria impacta con una frondosa vegetación urbana; la gente que la visita alude a que es lindo sentirse bien atendido, considerar la humildad, la hospitalidad y el buen trato de su gente. Tiene diversión y espacios para la cultura y la juventud en un clima de seguridad.

Tenemos una tierra prodigiosa, una tierra con bondades naturales.

Se suma al turismo en el contexto de especial crecimiento, sobre un patrimonio arquitectónico protegido por normas municipales y leyes nacionales; sobre paisajes de colinas nos anexamos al turismo y lo sostenemos con la cordialidad de los entrerrianos que han decidido que Victoria tiene que ser turística por lo cual tenemos que apuntar a eso.

El turismo es el producto de un proceso histórico, dinámico, una categoría que se va conformando a partir de la interacción de agentes y diferentes situaciones, que obligan a obtener una mirada a largo plazo.

Para lo cual es necesaria una planificación turística en donde se tenga en cuenta conjuntamente aspectos sociales, económicos y naturales, formulando objetivos y evaluando estrategias.

Es en esta línea, precisamente, que se presenta la iniciativa “Matera de los Ombúes”, esperando que contribuya un atractivo sustentable y de relevancia en la localidad.

Bibliografía:

Historia Cerro de la Matanza disponible desde:

<http://blucansendel.com.ar/victoria/historia-del-cerro-de-la-matanza-victoria-entre-rios/>

Victoria. Cerro de la Matanza, disponible desde:

<http://www.argentinaturismo.com.ar/victoria/cerro-de-la-matanza.html>

Historia de Victoria, disponible desde:

<http://www.turismoentrerios.com/victoria/historia.htm>

<http://www.welcomeargentina.com/victoria/historia.html>

Cronología charrúa entrerriana, disponible desde:

<http://historiadelatinoamerica.com/una-cronologia-charrua-entrerriana/>

Reserva ecológica Monte de Ombúes, disponible desde:

<http://victoriaglobal.com.ar/v3/index.php/attractivos/nte-de-los-ombues>

Termas de victoria, disponible desde: <http://www.termasdevictoria.com.ar/turismo.htm>

Evolución del desarrollo del turismo en la provincia de Entre Ríos, disponible desde:

<http://www.repotur.gov.ar/bitstream/handle/123456789/335/evolucion-del-desarrollo-del-turismo-en-la-provincia-de-entre-r-080917135542%5B1%5D.pdf?sequence=1>

Bandera de la ciudad de Victoria, disponible desde:

<http://elvictoriense.blogspot.com.ar/2010/05/bandera-de-la-ciudad-de-victoria-entre.html>

Información del Ombú, disponible desde: <http://bonsai-web.blogspot.com.ar/p/el-ombu.html>

Ficha técnica del ombú, disponible desde:

<http://www.casasycosastandil.com.ar/notas/303b/34437/Phytolacca-Dioica.-Ombu.html>

Ordenanza n° 3.512, conformación Ente Mixto de Victoria Turismo. Ordenanza n°3.571.

Implementación de estacionamientos reservados, disponible desde:

https://www.victoria.gob.ar/sites/default/files/boletin_n_13.pdf

Noticias del Ente Mixto, lt39 noticias, disponible desde:

<http://lt39noticias.com.ar/2018/06/89100/>

Avances en el proyecto de ordenanza en el Ente Mixto de Turismo, disponible desde:

<https://seranoticia.com/victoria-avances-en-el-proyecto-de-ordenanza-del-ente-mixto-de-turismo/>

Definición de Matera, disponible desde:

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/matera>

Ordenanza n°3.512 creación del Ente Mixto de Turismo de Victoria, disponible desde:

https://www.victoria.gob.ar/sites/default/files/boletin_n_45.pdf

Portal turístico provincial. Pesca y paseos en Victoria, disponible desde:

<https://www.turismoentrerios.com/victoria/pesca.htm>

Dirección de turismo, Victoria. Quinto cuartel, disponible desde:

<http://victoria.tur.ar/el-quinto-cuartel/>

Lugares turísticos. Reserva ecológica de Victoria “monte de los ombúes”, disponible

desde: <https://www.tripin.travel/victoria/reserva-ecologica/>

Anexos:





