

46089

PROVINCIA DE SANTA FE

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

INFORME FINAL

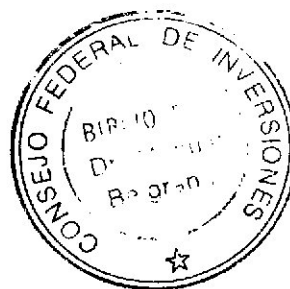
CONTRATO DE OBRA EXPEDIENTE 87190001

TÍTULO: TREN TURÍSTICO

FIRMAT – MIGUEL TORRES – MELINCUÉ.

EXPERTO: RODOLFO ALICO

NOVIEMBRE 5 DE 2007.



Santa Fe, Noviembre 6 de 2007

Consejo Federal de Inversiones.

San Martin 871

1004 – Capital Federal

Señor Secretario General

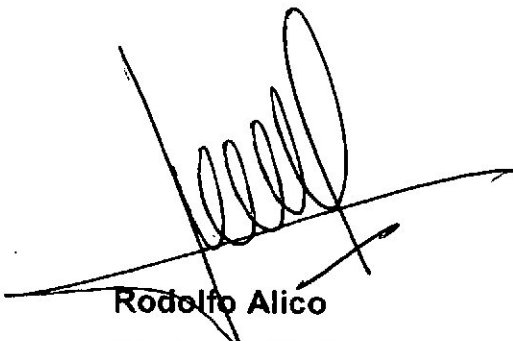
Ingeniero Don Juan José Ciácer.

Referencia: Expediente número 8719 00 01

De mi mayor consideración.

Tengo el agrado de dirigirme a usted en relación al expediente de referencia y para entregar adjunto el informe final con la información clasificada correspondiente a los trabajos previstos en el plan de tareas (contrato hoja nro 9), por triplicado

A la espera de vuestra comunicación referida a la aceptación del documento presentado, oportunidad para saludarle con la consideración más distinguida.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rodolfo Alico', written over a horizontal line. The signature is stylized and somewhat cursive.

Rodolfo Alico

Mail: rodolfo@e-mc.com.ar

Móvil: 342 - 155018659

INDICE

0. ABSTRACT DEL PROYECTO

1. OPERACIÓN FERROVIARIA

1. Antecedentes y generalidades.
2. Opciones de puestas en valor.
3. Datos técnicos de material tractivo, y remolcado.
4. Proveedores alternativos para las reparaciones.
5. Estaciones, vías y locaciones.

2. PRODUCTOS MERCADOS

1. Historia, socio demografía y características.
2. Oferta turística.
3. Mercados meta:
4. Escolar.
5. Residentes.
6. Visitantes.

3. INVERSION EN INFRAESTRUCTURA Y PUESTA EN VALOR

1. Entorno y situación.
2. Material tractivo rodante y remolcado.
3. Vías y accesos.
4. Estaciones terminales.
5. Resumen de la inversión.

4. INVESTIGACION DE MERCADOS

1. Segmento escolar.
2. Segmento visitantes.
3. Segmento residentes.
4. Conclusiones.

5. CONTEXTO Y ESTRATEGIA

1. Visión y punto de partida.
2. Análisis del contexto: oportunidades y amenazas.
3. Estrategia genérica y posicionamiento.
4. Efectos secundarios.

6. MEZCLA DE MARKETING

1. Mezcla de marketing genérica.
2. Producto mercado residentes.
3. Producto mercado turistas nacionales.
4. Producto mercado turistas internacionales.
5. Producto mercado escolares.

7. CASH FLOW

1. Escenarios y supuestos.
2. Estimaciones, flujo de fondos, cálculo del retorno de inversión y VAN

8. CONCLUSIONES FINALES

9. ANEXOS

1. Relevamiento fotográfico.
2. Otros trenes turísticos en Argentina
3. Antecedentes.
4. Fuentes.
5. Formulario de encuestas mercado escolares.
6. Formulario de encuestas mercado visitantes.
7. Guía de pautas de entrevistas con informantes claves.
8. Guía de pautas focus grup educadores.
9. Guía de pautas focus grup referentes de la cultura.
10. Documentos Anexos.
11. Registro fotográfico de recuperación de material rodante.
12. Propuesta de identidad gráfica.

0. ABSTRACT DEL PROYECTO

El proyecto La Ruta del Tren comprende un estudio de las potencialidades de los recursos de la zona de Firmat y Melincué en la provincia de Santa Fe y el análisis de los costos que demandaría la puesta en valor de material histórico para la realización de un viaje en tren a vapor entre ambas localidades.

Incluye los antecedentes, datos técnicos y opciones de recuperación del material rodante, tractivo y remolcado así como las estaciones y locaciones del lugar, una estimación de la inversión requerida y un detalle de las tareas necesarias para la puesta en valor.

La investigación de mercados contiene los aspectos cualitativos utilizando herramientas y técnicas de entrevistas en profundidad y focus group y los cuantitativos mediante encuestas. De la pesquisa se concluye respecto a la aceptación del concepto y la valoración de los atributos diferenciales del proyecto.

El informe agrega un análisis del contexto con sus oportunidades y amenazas, la elección de una estrategia genérica de desarrollo del proyecto y su posicionamiento, una estimación de ingresos con tres escenarios supuestos, el flujo de fondo proyectado y el calculo del valor actual neto y su tasa de retorno.

Se adjunta en anexos documentación de antecedentes del proyecto, declaraciones de interes, actas de conformación del Ente Turistico Firmat y un relevamiento fotográfico de las locaciones, del material rodante propuesto y de puestas en valor similares.

El documento cuenta con datos de proveedores posibles, una propuesta de mezcla de marketing con las adaptaciones requeridas a cada producto – mercado foco de la estrategia, siendo estos el mercado escolar, el de residentes y turistas.

Y las conclusiones abarcan todos los aspectos involucrados, antecedentes e información secundaria, datos primarios de investigación y estimaciones de puesta en marcha.

1. OPERACIÓN FERROVIARIA

1.1 Antecedentes y generalidades.

El sistema Ferroviario Argentino ha sufrido un proceso permanente y sistemático de desinversión en vías, material tractivo y remolcado. Producto de sucesivas crisis en el desarrollo del transporte y fundamentalmente del proceso de transferencia de los activos del patrimonio público al sector privado de operación, y a los entes de recuperación de territorio en las localidades.

Este proceso resultó especialmente dañino a las comunidades que vivían de la comunicación de la traza ferroviaria, y aún más a los restos de material que quedaron abandonados o en custodia de intereses difusos entre lo público y lo privado.

Como consecuencia de estas situaciones, encontramos en los lugares visitados restos en desuso de locomotoras vapor totalmente desmanteladas. No existen planos oficiales ni mayor documentación, ya que la misma fue destruida luego de la "dieselización" (pasaje del sistema de vapor a combustible Diesel) y todas están bajo el inventario del O.Na.B.E. (Organismo Nacional de Bienes del Estado).

Absolutamente todas se encuentran en estado entre regular y malo, con un 100% de faltantes en elementos de bronce (silbatos, válvulas de todo tipo, cojinetes, inyectores, etc.) aunque es posible repararlas y en todos los casos se trata de locomotoras de trocha ancha, no industriales.

El proceso de recuperación, puesta en valor y garantía de funcionamiento de este tipo de equipamiento requiere especificidades de oficios perdidos; por caso, para los componentes (eyector de vacío, bujes, lubricadores, bielas, quemador y todos los sistemas de la locomotora a vapor) no hay proveedores presentes o hay muy pocos. El proceso requiere de contrataciones individuales de torneros, matriceros, etc. a medida que avanzan los trabajos. Para tener un ejemplo burdo: no se consigue un proveedor de miriñaques para que participe de una licitación.

Aún en este entorno, para los trabajos principales de recuperación de calderas hay compañías especializadas y el resto del proceso puede encararse en talleres de la localidad de Pérez, Laguna Paiva o San Cristóbal (Provincia de Santa Fe).

Para el caso de los coches remolcados, se ha hallado un grupo de vehículos tipo "Birmingham" (en alusión a su ciudad de fabricación, en Inglaterra), pero su reparación se ve dificultada por la falta de demanda. Así, Cooperativa de Coches Rosario (uno de los proveedores posibles) prefiere reparar coches del servicio común de pasajeros, porque es un trabajo estándar donde conocen al detalle las labores a realizar.

La reparación requeriría de dos partes: la ferroviaria, de carrocería, pintura y los interiores: baños, puertas, celosías, vitraux, ventanillas, asientos, cielos raso, rosetones, etc. que pueden ser abastecidos por proveedores del sector. Posteriormente correspondería la habilitación en la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (C.N.R.T.).

El sistema de vías se encuentra operativo para trenes de carga de locomoción Diesel y requeriría una puesta a punto de nivel superior para soportar una locomotora de este tipo con las medidas de seguridad que impone material histórico recuperado.

Las estaciones de las localidades intervinientes en el proyecto pertenecen a dos concesiones diferentes: en Firmat, la traza es operada por N.C.A. (Nuevo Central Argentino S.A.) mientras que la estación esta en custodia de la Municipalidad. En Melincué, la estación -en total estado de abandono- se encuentra sobre la traza de A.L.L. (America Latina Logistica S.A.). En ambos casos se prevee un proceso de recuperación.

En resumen, el desarrollo de un emprendimiento turístico integral, basado en un servicio ferroviario de carácter histórico-turístico que unirá las ciudades de Firmat y Melincué (distantes unos 27 Km. entre sí) mediante un recorrido con atracciones especiales, requiere de la puesta en valor de todo un sistema en desuso: vías, obras de arte, estaciones, locomotoras y coches.

1.2 Opciones de puestas en valor.

Para la puesta en valor del material tractivo, y remolcado hemos identificado dos alternativas: Locomotoras vapor con coches de época tipo "Birmingham" y Coche motor. Se detallan a continuación las posibilidades.

- **Locomotoras a Vapor.**

En la restauración, reparación integral y puesta en valor de una locomotora vapor, para devolverla a condición de marcha con una confiabilidad del 70% como piso, encontramos diferentes posibilidades de maquinas disponibles, ellas son:

La locomotora N° 2005 0-8-0T Clase "C", ex Ferrocarril Rosario á Puerto Belgrano, actualmente depositada en dependencias de Talleres Campana (provincia de Buenos Aires). Entre las ventajas que presentaría esta locomotora, está su tamaño mediano y portar su propio tanque para agua y combustible, lo que le permite circular en retroceso, evitando maniobras en mesas giratorias y triángulos de vías.

Además, por haber cumplido servicios en la línea a Puerto Belgrano, circulaba en cercanías del tramo Firmat – Melincué, ofreciendo una identificación histórica con la zona.

La locomotora N° 607 (4-8-0) ex Ferrocarril General Mitre, depositada en el predio de Talleres Pérez. De porte muy moderno para su época, integró una de las últimas series de locomotoras vapor incorporadas en los ferrocarriles argentinos.

Ambas locomotoras presentan un alto grado de deterioro, producto de décadas a la intemperie, habiendo sido parcialmente desmanteladas, fundamentalmente en lo que a instrumental y broncearía se refiere.

- **Coches.**

Se ha considerado el uso de dos a tres coches de pasajeros, más un furgón con servicios generales. En Talleres Pérez se encuentra este tipo de material remolcado, el que figura parcialmente en los inventarios del ONa.B.E.

Se trata de coches tipo "Birmingham" con capacidad para 102 pasajeros en configuración original, metálicos del ex Ferrocarril Central Argentino, los que por su extraordinaria calidad se han conservado hasta el presente. Presentan un desmantelamiento total en su interior, lo que permite estudiar su futura configuración para el uso público. En principio, se contemplarán dos coches de 2ª clase y un furgón.

Los tres vehículos deberían ser sometidos a trabajos de reparación integral de chapería, pintura, carpintería, electricidad, climatización, audio y video, sanitarios, configuración interior; mecánica: frenos, enganches, bogies y miscelaneos.

En el furgón se adecuaría un equipo generador de electricidad para el suministro de iluminación, climatización, audio, video, cocina, según se determine en la configuración interior de los coches de pasajeros. Asimismo, el furgón contaría con dependencias y comodidades para la tripulación del tren.

Estas configuraciones se determinarán en función de los resultados del estudio de potencialidad de mercado: la cantidad de pasajeros a transportar, grado de confort en las ubicaciones (butacas más grandes, mayor espacio ocupado y menos cantidad de pasajeros a transportar, etc.).

Una alternativa sería dividir el tren en dos categorías:

Coche premium: asientos Pullman, televisión, video, audio funcional; o bien configurarlo como coche restaurant. En este caso pueden instalarse hasta 12 mesas para 4 comensales cada una, destinando el salón para cocina/buffet.

Coche estándar: aproximadamente 100 pasajeros sentados (asientos originales cuatro por hilera), climatización, audio funcional. Ambos coches contarán con sanitarios damas/caballeros, lavabos, etc.

- **Tren Automotor Diesel.**

Si bien esta variante no es la que mayor atractivo ejerce sobre los mentores del proyecto, su fuerza en cuanto a facilidades y economía la tornan insoslayable a la hora de efectuar el presente estudio de factibilidad.

Se ha detectado la existencia de un tren Diesel FIAT N° 7131, fabricado por FIAT CONCORD en 1963, éste está compuesto por una dupla, integrada por la unidad motriz y la unidad remolque con cabina. Funcionaba cubriendo servicios de corta, media y larga distancia en la línea General Mitre y su salida de servicio data de principios de la década de 1990.

La formación actualmente se encuentra depositada en el cuadro de la estación Córdoba del F.C. General Mitre, bajo la custodia de las empresas concesionarias N.C.A. y Ferrocentral, bajo la órbita administrativa del O.Na.B.E. Su matrícula es: Unidad motriz, 506; unidad remolque, 304.

Su aspecto exterior es de regular a bueno; se encuentra completo pero es muy probable que sea necesario someterlo a trabajos de mecánica pesada, y talvez, se haga imprescindible la adaptación de un nuevo motor Diesel, en reemplazo del motor FIAT original, que siempre resultó problemático.

Las ventajas de un tren Diesel de estas características es su versatilidad, facilidad de reparación, accesibilidad de repuestos de cualquier índole, incluyendo su planta motriz, disponibilidad inmediata de operación en contraposición a una locomotora vapor, la cual requiere de importantes tareas de mantenimiento; combustible económico; necesidad de agua sólo para los radiadores; menor peso por eje, lo cual posibilita la circulación sobre vías con escaso mantenimiento, etc.

Se estima que los costos de reparación y operación de un tren Diesel representan una porción sensiblemente menor de lo que insumiría un tren remolcado con locomotora vapor.

La desventaja es que carece de la simbología histórica y pintoresca de un tren a vapor, resultando demasiado convencional para personas de 40 años en adelante. Sin embargo, para jóvenes y niños, el tren Diesel es igualmente exótico, puesto que para ellos la experiencia de viajar en tren es el objetivo primordial, independientemente del tipo de vehículo en el que habrán de trasladarse.

Para acceder a la tenencia de la referida unidad, también es necesaria la conformidad del ONABE.

1.3 Datos técnicos de material tractivo, remolcado.

Locomotora N° 607, clase C.S.7, 4-8-0, F.C.N.G. Bartolomé Mitre

Diámetro interior:	1.718 mm.
Longitud entre placas tubulares:	4.136,9 mm.
Material de la caja de fuego:	Acero
Presión máxima de trabajo:	15,82 Kg./cm ² .
Cantidad máxima de tubos:	121 y 36
Diámetro exterior de los tubos:	51 y 133 mm.
Espesor:	3 y 4 mm
Material:	Acero
Superficie de calefacción:	Directa: 17,56 m ² Indirecta: 125,00 m ²
Superficie de sobrecalentamiento:	33,00 mm ² ;
Superficie de emparrillado:	3,02 mm ² .

Esta máquina posee dos tipos de tubos, pues cuenta con sobrecalentador.

Locomotora N° 2005 C S.B.1 (exC del R.P.B.) 0-8-0T F.C. Rosario Puerto Belgrano:

Diámetro interior:	1.505 mm
Longitud entre placas tubulares:	3.200 mm
Material de la caja de fuego:	Cobre
Presión máxima de trabajo:	12 Kg./cm ²
Cantidad máxima de tubos:	246
Diámetro exterior de los tubos:	46 mm
Espesor:	2,5 mm
Material:	Acero
Superficie de calefacción:	Directa: 11,55 m ² Indirecta: 113,50 m ²
Superficie de sobrecalentamiento:
Superficie de emparrillado:	2.100 mm ² .

Esta máquina funciona con vapor saturado.

Coches tipo "Birmingham" N° SV 2027 y SV 2038 "semi acero"

Longitud total:	24.180 mm
Ancho:	3.251 mm
Altura max. a nivel del riel:	4.019 mm
Peso (con equipamiento):	43.000 Kg
Capacidad cúbica:	145.126 m ³
Cantidad de asientos:	109
Bogies de dos ejes:	acero dulce
Distancia entre centros de bogies:	17.068 mm
Año de fabricación:	1929

Furgón tipo "Birmingham" N° 1334 "semi acero"

Longitud total:	20.853 mm
Ancho:	3.142 mm
Altura max. a nivel del riel:	4.023 mm
Peso (con equipamiento):	38.000 Kg
Capacidad cúbica:	134.818 m3
Bogies de dos ejes:	acero dulce
Distancia entre centros de bogies:	14.173 mm
Año de fabricación:	1929/1931

Tren Automotor Diesel FIAT modelo 7131

Fabricante:	FIAT Concord (Fábrica de Material Ferroviario)
Motor Diesel:	FIAT – OM, sobrealimentado,
Tipo:	12 cilindros opuestos horizontales.
Potencia del motor:	660 CV
Transmisión hidráulica:	OM – SRM D. 1,2 / 1,3
Longitud de la caja:	
Unidad motriz:	24.800 mm
Unidad remolque:	24.800 mm
Ancho de la caja:	
Unidad motriz:	3.139 mm
Unidad remolque:	3.139 mm
Altura max. a nivel del riel:	
Unidad motriz:	4.280 mm
Unidad remolque:	3.990 mm.
Peso en orden de marcha:	
Unidad motriz:	50.800 Kg
Unidad remolque:	34.500 Kg.
Cantidad de asientos:	
Unidad motriz:	76 / 86
Unidad remolque:	102 / 109.
Velocidad máxima:	120 Km/h.

1.4 Proveedores alternativos para las reparaciones.

Empresa: Fimaco SA
Especialidad: Calderas – Industria Metalurgica
Dirección: Ruta Provincial 70 km 22
Teléfono: 342 - 420570
Contacto Clave: Bernardo Sandaza

Empresa: Cooperativa de Trabajos Ferroviarios Talleres Pérez Ltda.
Especialidad: Reparación de material tractivo
Dirección: Ruta Nacional 33 s/n - Pérez
Teléfono: 341 – 4950404
Contacto Clave: Sr. Oscar Gracioso

Empresa: Edgardo Gonella
Especialidad: Calderas – Industria Metalurgica
Dirección: Aufranc 1204 – Esperanza, santa Fe
Teléfono: 3496 - 421446
Contacto Clave: Sr. Edgardo Gonella

Empresa: Establecimientos Metalúrgicos Universal
Especialidad: Calderas – Industria Metalurgica
Dirección: Valentín Gómez 4648 - Rosario
Teléfono: 341 - 4556863 – 4540105

Empresa: Tubomec
Especialidad: Calderas – Industria Metalurgica
Teléfono: 341 – 154 025776
Contacto Clave: Sr. Miguel Marizza

Empresa: MontarFe
Especialidad: Calderas – Industria Metalurgica
Dirección: Puerto General San Martín
Teléfono: 3476 - 429403

Empresa: Ing. Jorge Dip
Especialidad: Reparación de material remolcado
Teléfono: 341 – 156 650900

Empresa: Cooperativa de Trabajo Ferroviario Taller Coches Rosario Ltda.
Especialidad: Reparación de material remolcado
Dirección: Ruta Nacional 33 s/n - Pérez
Teléfono: 341 - 4952852
Contacto Clave: Ing. Ricardo González

Empresa: Cooperativa de Trabajo Industrial Laguna Paiva Ltda..
Especialidad: Reparación de material tractivo y rodante
Dirección: Gral. Belgrano 915 – San Cristóbal
Teléfono: 3408 - 420171

Empresa: Cooperativa de Trabajo Industrial Laguna Paiva Ltda..
Especialidad: Reparación de material tractivo y rodante
Dirección: Zona Suburbana s/n – Laguna Paiva
Teléfono: 342 - 4940250

Empresa: EMEPA S.A.
Especialidad: Reparación de material tractivo y rodante
Dirección: Av. Lastra 1400 – Chascomús (Bs. As.)
Teléfono: 2241 - 436632

Empresa: Cooperativa de Trabajo Talleres Junín Ltda..
Especialidad: Reparación de material tractivo y rodante
Dirección: Av. Rivadavia 719 – Junín (Bs. As.)
Teléfono: 2362 - 443481

Empresa: MATERFER – Material Ferroviario S.A.
Especialidad: Reparación de material tractivo y rodante
Dirección: Ruta Nacional 9 Km. 695 – Ferreyra (Córdoba)
Teléfono: 351 - 4953111

Empresa: Metalsur Carrocerías S.A.
Especialidad: Fabricación y reparación de carrocerías de ómnibus
Dirección: Av. San Martín 2939 – Vª Gob. Gálvez
Teléfono: 341 - 4921041
Contacto Clave: Ing. Miguel Maestú

1.5 Estaciones, vías y locaciones.

El proyecto contempla la intervención de dos espacios bien diferenciados, las estaciones y la traza ferroviaria. Para una dimensión del primer espacio se ha realizado un relevamiento de su estructura actual en las localidades de Melincué y Miguel Torres ya que la estación de Firmat se encuentra a cargo de la Municipalidad y en condiciones operativas. A continuación una breve descripción de su estado general:

Estacion de Ferrocarril Melincue

Comentario sobre la obra: en general puede decirse que la estacion a sufrido el paso del tiempo y la falta de mantenimiento.El interior del edificio ocupado y según estimaciones la estacion tiene un sector de atención al publico y vivienda en PB med. 44.,20x7.00m,sector de vivienda en planta alta med. 6.70x7.00m , galeria sobre anden 30.00x3.50m, galeria contrafrente 9.00x2.50m-Separado de la estacion un sector de galpón 27,50x9.80m.

Adecuaciones requeridas:

Sector atención al publico: reparación general de cielorraso suspendido - retiro de aberturas y reparación - colocacion de vidrios en su totalidad rehacer revoques exteriores – reconstituir capa aisladora - verificar techo inclinado.

Hay que reponer algunas tejas-pintura general.- arreglar veredas perimetrales - instalacion electrica completa.

Sector vivienda: hay que reparar techo inclinado – canaleta – pintura - ajustar aberturas - veredas e instalaciones de agua y electricidad .

Sector galerías: reparar techo inclinado - reponer tejas - cielorrasos y cerramientos laterales - reparar piso galeria en su totalidad y pintura general - ejecucion instalación electrica completa.

Sector galpón limpieza general - ejecucion de pisos (contrapiso y carpeta niveladora) – reemplazo de chapa en techo y cerramientos laterales - aventanamientos laterales - instalacion electrica - pintura general.

Tanque de agua: revocar en su totalidad con impermeable y grueso fratasado - pintura general - reponer sectores deteriorado en la mampostería.

En general podemos decir que la construcción mantiene sus lineas arquitectónica en condiciones de ser reparadas, para que puedan ser utilizadas para distintas actividades culturales y turísticas.

Estacion de Ferrocarril Miguel Torres.

Comentarios sobre la obra: al igual que Melincué la estacion a sufrido el paso del tiempo y tambien la falta de mantenimiento. La estacion tiene un sector de atención al publico de 13,60x9,10m,sector de vivienda 5.50x9.10m y galeria sobre anden 13.60x4.00m- y separado de la estacion un sector de sanitarios 3.46x3.50m.

Adecuaciones requeridas:

Sector atención al público: reparación general de cielorraso suspendido-retiro de aberturas y repararlas-colocacion de vidrios en su totalidad - picar revoque sector capa aisladora – reconstituir capa aisladora - verificar techo inclinado porque existen

algunas filtraciones que provocaron el deterioro de los cielorrasos - pintura general.- arreglar veredas perimetrales.-instalacion electrica completa.

Sector vivienda: hay que reparar techo inclinado – canaleta – pintura - ajustar aberturas-veredas e instalaciones de agua y electricidad .

Sector galerías: reparar techo inclinado, reponer chapas y cielorrasos - reparar piso galeria en su totalidad y pintura general - ejecucion instalación electrica completa.

Sector baños: limpieza general - ejecucion de divisorios - instalacion sanitaria - instalacion de agua - instalacion electrica - revoque interiores – carpetas - artefactos sanitarios – griferias – revestimientos – pisos – aberturas - vidrios - pintura general y reparación de techo inclinado.

Al igual que Melincué la construcción mantiene sus lineas arquitectónica en condiciones de ser reparadas, para que puedan ser utilizadas para distintas actividades culturales y turísticas.-

Traza Ferroviaria: se hace imprescindible la realización de tareas de mantenimiento y refuerzo del balastro de vías para poner operable el trazado de vías. Si bien están en condición de ser utilizadas por trenes de carga para el proyecto es imprescindible la adecuación a un material rodante histórico como el previsto.

2. PRODUCTOS MERCADOS

El encuentro de las atracciones de interés turístico (productos) con sus posibles consumidores (mercados) nos define un paradigma de análisis donde las variables controlables de la oferta (atributos de los productos, sistemas de comercialización, política de precios y modalidades de comunicación institucional y publicitaria) deben ser evaluadas (previsto en la segunda fase del trabajo) para concluir con los posibles escenarios de factibilidad del proyecto.

En este apartado del informe se describirán las características socio demográficas de la región, incluyendo las localidades intervinientes en el proyecto y el conglomerado del Gran Rosario que constituye el mercado de cercanía más importante. Se explicitará la oferta turística receptiva con sus atracciones actuales y se segmentará el mercado meta en sub grupos de estudio.

2.1 Historia, socio demografía y características.

• FIRMAT

La ciudad de Firmat se halla ubicada a los 33° 28' de latitud sur y 61° 29' de latitud oeste. El distrito jurisdiccional cuenta con una superficie de 23.335 hectáreas, la mayor parte de las cuales se encuentra en el Departamento General López de la provincia de Santa Fe.

Se comunica con el interior del país a través del Ferrocarril General Bartolomé Mitre (hoy Nuevo Central Argentino) y las rutas Nacional 33 y Provincial 93. La primera permite conectarse con Rosario (112 km.), Santa Fe (265 km), y todo el litoral fluvial hacia el Norte, y Venado Tuerto (56 km) y Rufino (150 km) hacia el sud-oeste, vinculándose de esta forma con Bahía Blanca y todo el sur santafesino.

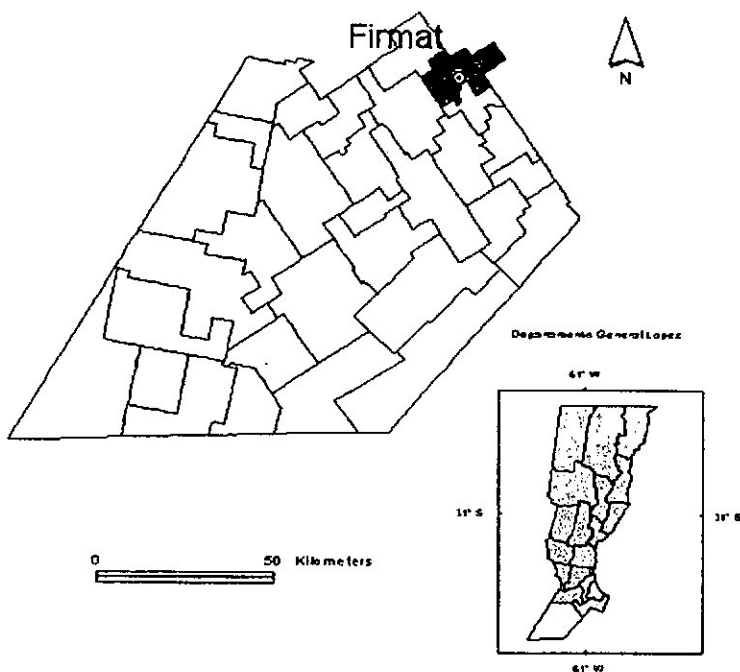
La ruta Provincial 93 comunica hacia el noroeste con Corral de Bustos (Córdoba) y todo el norte de nuestro país, y hacia el sur con Melincué (26 km) y Pergamino (109 km); y a través de la ruta Nacional 8 con la Capital Federal (355 km).

Desde la Estación Terminal de Omnibus "Ovidio Lagos", quince empresas unen la ciudad con Buenos Aires, Rosario, Santa Fe, Río Cuarto, Paraná, Mendoza, San Juan, Bahía Blanca e intermedias en circuitos regulares y en el distrito jurisdiccional se hallan instalados tres aeródromos particulares.

Límites Noroeste: Distrito Cañada del Ucle / Villada; Noreste: Bombal; Sudeste: Bombal/Miguel Torres; Sudoeste: Chovet (todos de la provincia de Santa Fe).

Carácter Jurídico: En el año 1962 Firmat es declarada ciudad. La Comuna que da trasformada en Municipalidad, cambiando su régimen administrativo y forma de Gobierno

Su clima cuenta con las cuatro estaciones marcadas y sus temperaturas máximas y mínimas son: invierno 7° a 10°. Verano: 20° a 35° .



Firmat surge como pueblo con el paso del ferrocarril, más precisamente con la construcción de la Estación. La misma se inició el año 1888, quedando terminada dos meses después.

Oficialmente no existe una acta legal donde se establezca la fundación de Firmat, pero los vecinos acordaron memorar la fecha del acto de inauguración de la Estación del Ferrocarril, un 30 de Agosto de 1888, como fecha de fundación

Por la ley del 17 de Octubre de 1881, el Gobernador de la Provincia, Don Simón de Iriondo, autoriza a Don Carlos Casado del Alisal, la formación de una sociedad que tendría a su cargo la construcción y explotación de un ferrocarril, que uniría el puerto de Rosario con la Colonia Candelaria (Casilda) y luego ésta con Colonia Iriondo (Arteaga) por un lado y con Melincué (San Urbano) por el otro.

En esta época existían cinco centros de población reconocidos: Melincué, San José de la Esquina, Villa Casilda, Teodelina y Arteaga.

El 2 de Septiembre de 1882, se aprueban los planos y trazado del ferrocarril, que se llamaría Oeste Santafesino; el 4 de Noviembre se inaugura el primer tramo Rosario-Villa Casilda, saliendo el mismo por Av. Pelegrini, detrás del Colegio Nacional, continuando por Pérez y Villa Casilda.

Se continúa la obra en dos ramales, uno con meta Cruz Alta, el cual se realiza en dos etapas, quedando terminada la primera en San José de la Esquina el 17 de Mayo de 1887 y de ésta a Cruz Alta el 6 de Enero de 1888. En este último tramo fueron proyectadas tres estaciones intermedias: Villada cuyo nombre se debe al ser pueblo español de origen de Don Carlos Casado del Alisal, Firmat (que toma este nombre como homenaje a su excelente colaborador y mejor amigo el Ingeniero Don Ignacio Firmat, a la sazón Director e Ingeniero de la misma) y Km. 78 (Durham), al efecto de facilitar los medios de comunicación y el transporte de granos, hacienda y demás productos, de una de las zonas más productivas del país a su punto de embarque, dado que se encontraban radicados los siguientes establecimientos de los señores: Miguel Torres, Manuel Torres, Bernardino Correa, Pedro Correa, Patricio O'Farrell, Manuel Mujica y Reynaldo Lynen y así dejar incluida esta zona al país, para su fortalecimiento económico.

Se ubica la estación de Firmat, entre los parajes antiguamente conocidos, por: Los Mogotes, Sepulturas, Cañada del Ucle y de la Aguada (campos conocidos como de la sucesión de Tomas Armstrong, que luego por herencia correspondieron al Dr. Carlos Dose y Sra. María Dose de Larriviere).

Existía con anterioridad a la construcción del ferrocarril, la Posta de los Juarez propiedad de Don Fausto Juárez, ubicada en el solar que actualmente se encuentra a 200 metros al este de las vías del ferrocarril y circundando por las calles: Godoy Cruz, Obligado, Roldán y Las Heras.

A raíz del nuevo camino férreo y de la estación denominada Firmat, se efectúa el trazado del pueblo, que por espacio de tres años no dió señales de vida, debido a pequeñas diferencias entre Sucesores de Armstrong y Carlos Casado del Alisal.

Existiendo tan solo el edificio de la estación, y en la misma un modesto restaurante, para asistencia de los viajeros y colonos, el cual podemos ubicar como primer negocio establecido en estas tierras, gracias al valor empresario del señor Felix Estavillo, a su vez jefe de la estación.

Entre los años 1889 y 1891 surgen las primeras casas construidas fuera del entonces radio urbano, por las causas mencionadas con anterioridad, las cuales pertenecían al señor Martín Lecumberry (conocida por La Quemada) y al señor Pablo Real.

A partir del año 1891, se comienza a construir dentro de lo que se había demarcado como pueblo, pudiendo citarse al de los señores Pedro Real, José Rodríguez, José Sallent, Luis Rivas, Angel Real, Manuel Barinaga, Lorenzo y Augusto Suiffet, Carlos Pelozzi, Bartolomé Pinolini y Fransisco Real, siendo todos ellos los primeros que comienzan a estructurar lo que sería con el tiempo, la actual ciudad de Firmat, destacándose algo que es característico en las poblaciones construidas alrededor de una estación, la edificación en el sector opuesto al frente de la misma, de estas primeras casas.

Desde su fundación y hasta la ciudad actual ha constituido un centro de producción e intercambio de bienes primarios e industriales con radicación permanente de talleres e industrias que permitieron el desarrollo de su pueblo:

La población es de 18.294 habitantes según el Censo de 2001 distribuyéndose de la siguiente manera: mujeres 9.430, varones 8.864.

Crecimiento en los últimos 10 años: 24,35%

Residen en zona urbana: 97, 80%, en zona rural: 2, 20%

Viviendas urbanas: 6516.

Viviendas rurales: 272.

Crecimiento en los últimos 10 años: 17,20%

Las principales vías de acceso son:

Desde y hacia Buenos Aires por Ruta Nacional 9 y Autopista Nacional A012 hasta Ruta Nacional 33. Desde y hacia Rosario por la Ruta Nacional 33. Desde y hacia Santa Fe por Ruta Nacional 168, por Ruta Nacional 11 e incorporarse a la Autopista Rosario-Santa Fe.

Cuadro de Distancias desde y hacia la ciudad de Firmat a:

Rosario 112 Km.

Santa Fe 265 Km.

Venado Tuerto 56 Km.

Rufino 150 Km.

Melincué 26 Km.

Pergamino 109 Km.

Capital Federal 355 Km.

- **MELINCUÉ**

La localidad de Melincué está ubicada en el departamento General López de la Provincia Santa Fe a los 33° 38' 60" de latitud Sur y 61° 27' 00" de longitud Oeste a una altitud 87 msnm y sobre una superficie 277 km².

Su fundación data de 1872 por la Compañía de Tierras Gran Sud Santa Fe y Cba. y posee en la actualidad una población 2.118 habitantes (INDEC, 2001) conformada de 1047 varones y 1071 mujeres, con una densidad poblacional es de 8,04 hab/km².

El mangrullo de Melicué se conserva y formaba parte del fortín levantado durante el virreinato de Juan José Vértiz (hasta el 31 de diciembre de 1777), que integraba la línea de defensa contra incursiones indígenas.

En 1868, el empresario Luis Laflor reconstruyó el mangrullo para lo cual utilizó ladrillos y argamasa, que le dio la solidez que aún conserva. Desde el mismo se observaba una gran extensión de campo, que permitía anticipar la llegada de los malones y por consiguiente que los pobladores buscaran refugio.

A principio de los años 1930, una compañía construyó un majestuoso hotel sobre una de las seis islas naturales de la laguna (cubiertas desde 1980 por 2 m de agua) y lo comunicó con la costa mediante un espigón. La obra era la más importante dentro de una serie de construcciones que conformaban el balneario, único complejo turístico de la zona.

Rápidamente la fama de Melincué y su laguna crecieron; donde llegaban turistas de todo el país. Fue, coincidentemente, en 1933 – año de inauguración del lujoso hotel– cuando la laguna dio su primer aviso.

El aumento ese año del régimen pluvial provocó el desborde y el agua ingresó al pueblo, pero la señal de El Niño, en el Hemicycle Seco (1920-1970), volvió a provocar el descenso del nivel de las aguas. En aquellos años le fue de interés tal fenómeno, pese a los antecedentes del Ciclo Húmedo (1870 - 1920) momento en que Florentino Ameghino había advertido la necesidad de establecer un extenso sistema de prevención y regulación (incluyendo el almacenamiento) del recurso hídrico.

Nadie supuso en aquel momento que con el correr de los años, las sucesivas crecidas de la laguna acabarían con el idilio de los veraneantes y Melincué.

A inicios de los 1950 se decretó la creación de un Parque Nacional que abarca al área de Melincué (aún relativamente poco modificada antrópicamente), pero en 1955 se derogó absolutamente el proyecto de crear tal Parque Nacional.

En los años 1970 comenzó el lento ascenso, la laguna gana con cada "año húmedo" tierras cultivables, el hotel queda inutilizado y pasa a ser un símbolo del abandono.

Para dar una solución definitiva al crecimiento de las aguas se reacondicionará el sistemas de drenajes ya puesto en marcha operable el viejo canal San Urbano, se ensanchará el puente carretero y el puente del ferrocarril sobre la Ruta Provincial 93.

El sistema de bombeo, garantizará el nivel de agua en la cota 82,50 m; con dos desagües de aducción y estaciones de bombeo, el agua sortea los 8 m de desnivel y descarga en el canal San Urbano.

La 2ª planta de bombeo está concluida, el proyecto de suministro de energía eléctrica está terminado. Con la nivelación, el agua quedará 1 m por debajo del hotel casino, recuperando la isla y 13.000 ha privadas

De esta manera la infraestructura de la zona permitirá un uso intensivo de la laguna con una garantía de control sobre el sistema hidrico – pluvial de Melincué.

- **ROSARIO**

Rosario se encuentra en el centro-este de la República Argentina, en un punto intermedio para quienes se desplazan entre las distintas regiones del país, y a 300 km de la Capital Federal.

La ciudad está ubicada en el extremo sudeste de la provincia de Santa Fe, sobre la margen derecha del río Paraná, a 300 km de la ciudad de Buenos Aires, y está asentada sobre una superficie de 172 km² en el corazón de la Pampa Húmeda.

Cuadro de distancias en km a las principales ciudades del País desde y hacia Rosario					
Localidad	Km	Localidad	Km	Localidad	Km
San Lorenzo	26	Santa Rosa	677	San Juan	1023
Victoria, Entre Ríos	60	Corrientes	719	Tucumán	1025
San Nicolás	70	Resistencia	721	Posadas	1041
Santa Fe	170	Mar del Plata	727	Salta	1185
Paraná	190	Necochea	771	Neuquén	1210
Zárate	240	Miramar	774	Jujuy	1300
Buenos Aires	306	Santiago del Estero	830	Viedma	1369
Río Tercero - Córdoba	354	Mendoza	855	Iguazú	1387
La Plata	360	La Rioja	874	Bariloche	1627
Córdoba	401	Formosa	909	Rawson	1655
Villa Carlos Paz	437	Catamarca	918	Río Gallegos	2800
San Luis	600	Termas de RH	965	Ushuaia	3375

El clima es considerado "templado pampeano", lo que equivale a decir que las cuatro estaciones no son bien definidas. Sin embargo, esto no impide afirmar que hay una temporada calurosa desde noviembre a marzo y una fría entre junio y la primera mitad de agosto. Lluve más en verano que en invierno, con un total de entre 800 y 1.000 mm anuales.

Medias anuales climatológicas

Temperatura máxima: 23.8° C

Temperatura media: 16.9° C

Temperatura mínima: 10.8° C

Precipitaciones: 1.025 mm. anuales

Humedad relativa promedio: 75 %

Nacida hacia 1665 como una pequeña aldea rural del Pago de los Arroyos, al sur del río Caracarañá, fue creciendo lentamente. El 29 de agosto de 1689, el Capitán General Don José Heffera y Sotomayor le dió a Juan Romero de Pineda la Concesión de estas tierras, que luego de su muerte fueron divididas entre sus hijas.

En 1723, arriban grupos de calchaquies que reducidos anteriormente en la zona del Salado, debieron trasladarse por agresiones de otros indígenas. Fueron agregándose otros pobladores en torno a la capilla y junto a las barrancas del Paraná, algunos de ellos provenientes de una Santa Fe asediada por los indígenas y otros atraídos desde el norte de Buenos Aires.

Cuando en esta zona fue creciendo la riqueza ganadera, se hizo necesario deslindar la Jurisdicción sobre la misma, estableciéndose el límite en Arroyo Del Medio: al Norte, jurisdicción del Cabildo de Santa Fe; al Sur, jurisdicción del Cabildo de Buenos Aires.

En 1725, se nombra un alcalde permanente y en 1730 las autoridades eclesiásticas, junto con el gobernador del Río de la Plata, disponen la creación del Curato de los Arroyos. El 23 de octubre de 1730 el Cabildo de Buenos Aires por solicitud del Gobernador y Capitán General del Río de la Plata Don Bruno Mauricio de Zabala, crea la Parroquia del Pago de los Arroyos.

Entre los años 1733 y 1742 se destaca la figura del Teniente de Gobernador Francisco J. Echague y Andía, poseedor de un profundo conocimiento de los indios, quien logra la paz con los pueblos mocovies y abipones, por los que es respetado, del mismo modo que por los vecinos y demás integrantes del Cabildo. Hasta su muerte trabajará incansablemente por sostener la pacificación y por reactivar la vida económica y el poblamiento de la región.

En 1740 se vende la Estancia de la Concepción y es el Capitán Santiago Montenegro quien compra la franja que flanquean los arroyos Saladillo y Ludueña, y hace donación de un lote a la Santísima Virgen del Rosario para su templo .

En 1757, comienza a usarse el título de "Parroquia Nuestra Señora del Rosario, Curato de los Arroyos", siendo cura párroco el Dr. Francisco de Cosio y Terán.

El 27 de febrero de 1812 el Gral. Manuel Belgrano procede a la Creación de la Bandera Nacional bajo el amparo de la Virgen del Rosario.

En 1819, el poblado de Rosario es incendiado por las tropas de Buenos Aires mandadas por Juan Ramón Balcarce, salvándose del incendio la capilla.

En 1823, la aldea es honrada con el título de "Ilustre y fiel Villa del Rosario" contando con 1000 habitantes y en diciembre, las autoridades civiles y el pueblo juran solemnemente la Virgen del Rosario como patrona.

El 5 de agosto de 1852, el gobernador Domingo Crespo promulgó la ley que declaró a Rosario como ciudad, esta fecha se considera fecha de fundación aunque, sin lugar a dudas, la misma fue el producto de muchísimos años de avatares históricos que sucedieron en el lugar.

Datos demográficos:

Localidad	Totales	Varones	Mujeres
Total Provincia Santa Fe	2,997,376	1,456,054	1,541,322
Gran Rosario	1,159,004	553,720	605,284
Rosario	906,004	429,532	476,472
Villa Gobernador Gálvez	74,760	37,053	37,707
San Lorenzo	43,034	20,788	22,246
Granadero Baigorria	32,187	15,914	16,273
Capitán Bermúdez	26,984	13,018	13,966
Pérez	23,515	11,639	11,876
Funes	14,467	7,154	7,313
Fray Luis Beltrán	14,294	6,946	7,348
Roldán	11,257	5,511	5,746
Puerto General San Martín	10,511	5,187	5,324
Soldini	1,991	978	1,013

IDEC. Censo población y hogares 2001

Perfil de la ciudad:

Rosario y su zona han sido tradicionalmente una región de importante presencia industrial y comercial. La ciudad y su influencia región forma parte del corredor productivo más importante del país que se extiende desde la ciudad de La Plata hasta Rosario.

La ciudad contribuye con más de la mitad del Producto Bruto Provincial; en su dimensión metropolitana y con algo menos del 5 % al Producto Bruto Interno del país.

Su situación geográfica, su entorno natural y su condición portuaria, pueden señalarse como factores que siempre favorecieron su desarrollo. El Área Metropolitana del Gran Rosario reúne el 42 % de los establecimientos industriales, el 53 % del empleo del sector y el 62 % de la producción provincial.

De este modo, configura un centro industrial, comercial y financiero asentado en el corazón mismo de la región productiva agrícola-ganadera más importante del país conocida como Pampa Húmeda.

Por su ubicación geográfica, Rosario se perfila como centro estratégico de la conexión bioceánica que unirá el Estado de Río Grande Do Sul (Brasil), sobre el océano Atlántico, con la región de Valparaíso (Chile), sobre el océano Pacífico.

Así, el hinterland del Gran Rosario constituye un punto neurálgico de comunicación entre los países integrantes del MERCOSUR; siendo, además, un paso obligado de las rutas comerciales y centro de prestación de servicios.

Este perfil de ciudad posiciona a su oferta como ideal para el turismo de cercanía y de negocios siendo un destino obligado para los organizadores de eventos nacionales e internacionales

2.2 Oferta turística.

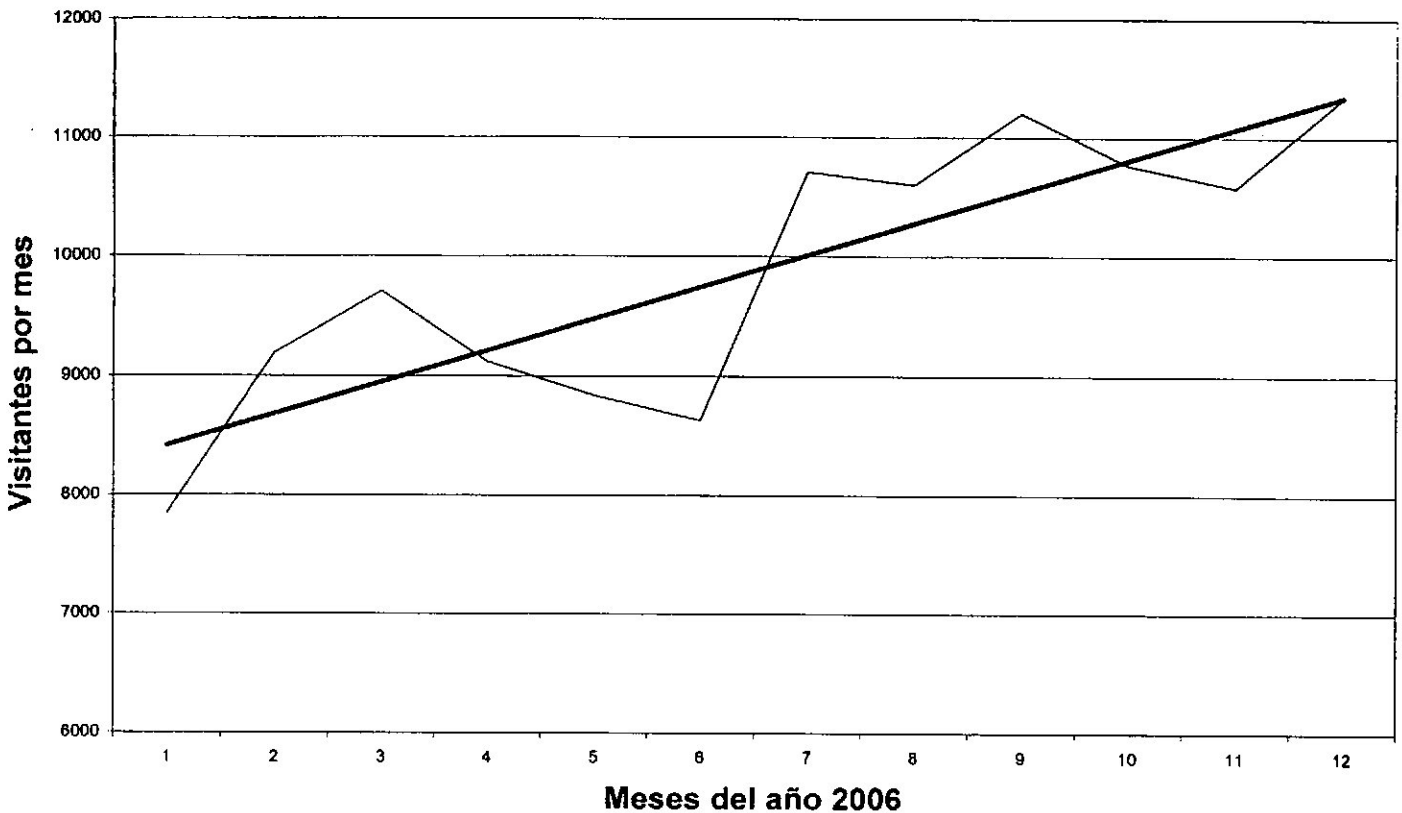
En este apartado del informe encontraremos una descripción de las atracciones turísticas que complementarían la oferta del producto Tren Turístico Firmat – Melincué. Constituye un somero relevamiento de las propuestas actuales y en vías de construcción y son urbanas y rurales, históricas y didácticas.

- Museo de Firmat : es una institución cuyo principal objetivo es comunicar y exhibir con propósitos de estudio, educación y deleite testimonios materiales del hombre y su entorno histórico, social y cultural. Fue fundado en 1995, contiene objetos relacionados con la historia de la ciudad que en su mayoría fueron donados por firmatenses. Su patrimonio se compone de documentos, fotografías, objetos personales, vestimenta de época, muebles y herramientas agrícolas, entre otros.
- Sala Cultural Municipal “Intendente Cardinali”, desde 1980, pone a disposición del público un moderno y cómodo auditorio para disfrutar de obras locales y regionales. Tiene una capacidad para 380 personas. En ella se realizan actos, conciertos y conferencias de todo tipo.
- Centro Cultural Municipal: Ubicado en el edificio que perteneció a la Escuela de Comercio, tiene por objeto la difusión y promoción de actividades culturales y comunitarias. Comparten el mismo edificio la sede del Centro Universitario Firmat y “Patrullambiental”, el primer ecoclub de la Argentina
- La Casa de los Acuña: Abierto al público recientemente, este espacio cultural fue la residencia del pintor y escultor Andrés Acuña. En su interior puede apreciarse un vasta colección artística compuesta por esculturas, óleos y monografías realizadas por Don Acuña
- Sociedad Española de Socorros Mutuos: El edificio que ocupa data de 1927 y muestra en su estilo influencias netamente hispánicas. Cuenta con un cine-teatro, con capacidad para 440 personas, un salón para fiestas y un bar.

- Museo de Paleontología, Mineralogía y arqueología: Ubicado en el edificio de la Fundación "Casa del Pueblo". Posee una colección de restos fósiles, huesos, vértebras, caparazones, dientes y mandíbulas de especies animales que habitaron la región y el país hace miles de años. Se exhiben además moluscos, caracoles y restos arqueológicos
- Estación del Ferrocarril: la estación de trenes y el ferrocarril fueron los impulsores del crecimiento de esta ciudad y es la zona más antigua que sigue en pie. Actualmente las instalaciones fueron remodeladas y allí funcionan "El galón del pueblo" utilizado para fiestas, conciertos y ferias, el Paseo Del Tanque, el Centro de Artesanos Quinqyercahue.
- Centro Tradicionalista Posta de Juárez: La institución tiene por fin rescatar las raíces de nuestra cultura. En su sede se exponen carruajes antiguos muy bien conservados. Entre otras actividades el Centro Tradicionalista organiza desfiles, jineteadas, destrezas criollas, enseñanza de danzas nativas y muestras de objetos relacionados con nuestra tradición.
- Complejo turístico Hotel Posta del Juárez / Spa Melin Kien. Ubicado en la ciudad de Firmat , cuenta con 28 habitaciones, bar y restaurant. El Spa Melin Kien (inaugurado en el año 2004) el cual es parte del complejo Posta del Juárez, cuenta con diversos servicios: tratamientos corporales, tratamientos de cosmiatría, hidroterapia, gimnasio, masajes, cama solar, entre otros. Cabe destacar que fue declarado de interés nacional y provincial.

En el siguiente gráfico se muestra la estadística de visitantes al complejo para el año 2006 entre huéspedes, visitantes al spa y tomadores de servicios (en color azul) y la línea de tendencia de desarrollo (en color rojo). Los visitantes promedian un valor de 9878 al mes lo que equivale al 50 % de la población permanente a valores actualizados del CENSO 2001.

Hotel SPA Melin Kien



- Plaza Bernardino Rivadavia: Desde el mismo momento de la realización del trazado urbanístico tuvo su nacimiento este espacio verde. Guarda en su interior innumerables recuerdos de la historia de la ciudad. En el año 1944, los conscriptos de esta clase donan e inauguran el busto de Rivadavia, que actualmente existe. El 17 de febrero de 1962, se inaugura una fuente donada por la colectividad española con motivo de las Bodas de Oro de la Sociedad Española de la Localidad.
- Plaza Mariano Moreno: Esta plaza, como la anterior, se origina con el trazado de la antigua Villa, ubicándose en la manzana comprendida por las calles San Martín, Av. Santa Fe, Bv. Solís y Mendoza en el Barrio Carlos Casado. El 25 de mayo de 1960 se descubre el busto de Mariano Moreno. En el mismo año se comienza la reforestación con nuevas especies de árboles magnificando de esta manera este espacio verde.

- Parque Municipal Carlota Joubin: La Sra. Carlota Joubin legó a la Autoridad Comunal 9 Has. en la parte noroeste de la planta urbana, a continuación del Barrio la Hermosa, con la expresa voluntad de la donante de que se construyera un parque público. El 31 de agosto de 1968, se inaugura oficialmente esta obra. Posee juegos infantiles, un lugar para camping con parrillas, un amplia arbolada e instalaciones necesarias para pasar una jornada agradable y placentera. Se destaca su original arco de entrada.
- Parque 12 de Octubre: Ubicado sobre el Bv. Solís, constituido por una arboleda frondosa, canchas de fútbol, y juegos infantiles, representa un lugar de gran atracción para la familia.
- Estación de Trenes y Playón del Ferrocarril: Es la construcción más antigua de la ciudad. En ella tiene su sede el Centro de Artesanos " Quinquercahue", en el mismo predio de la estación se encuentran: El Galpón del Pueblo, utilizado para festejos y actividades deportivas; el Paseo del Tanque y otros edificios que han sido reciclados y aprovechados por diferentes instituciones.
- Laguna El Hinijo: Declarada Área Protegida por el M.A.G.I.C de la provincia de Santa fe. Comprende 250 has. Permanentes en cuyas orillas se levantó entre 1864 y 1869, uno de los fortines de la Primera línea de frontera; Este espejo de agua dulce alberga una nutrida comunidad de aves, todo es un festín para los fanáticos de la ornitología. Posee un mínimo de instalaciones consistentes en la casa del encargado con una pequeña cantina, baños, áreas de acceso a la laguna con caminos para vehículos y un frente de costa de 650 mts. Para estacionar, caminar, descansar y practicar pesca deportiva.

Además de una forestación recientemente formada por sauces, álamos, algunas casuarinas y eucaliptus ofrecen sombra al área de acampada y una agradable alameda rodea la calle de acceso.

En las orillas de la laguna un saucedal en formación da refugio a los pescadores. El acceso a la laguna es a través del Club de Pesca y Náutica Venadense.

Aves: golondrinas, gallaretas, coscobas, patos sirirí, garza mora, cuervillos de la cañada, flamencos, cisnes de cuello negro, espátulas rosadas, varias especies de garzas y patos, macaés y chajaes.

- Estancia La Constancia: Cabaña de Hampshire Down. Venta permanente de productos caseros y artesanales de elaboración propia. Actividades al aire libre, de granja y agropecuarias. Ideal para festejo de casamientos, bautismo, y eventos.
- Establecimiento Los Amigos: Equinoterapia. Cabalgatas y servicio de recreación. Ruta Nac. 33 y Natalio Perillo.
- Estancia Santa Margarita: Típica casona de estilo inglés, construida a principios del 1900, con mobiliario de la época. Posee un parque de 20 has. Para el desarrollo de actividades recreativas (cabalgatas, paseos en carruajes, pileta de natación, bicicletas, caminatas, organización de eventos empresariales y familiares.
- Polo & Athletic Club: Canchas de Polo, Tenis, y Golf. Asesoramiento para el mejoramiento de la raza equina, reuniones hípicas y exposición de petizos de polo.
- Laguna de Melincué: Las aguas de la laguna Melincué, que abarcan unas 8.000 há, poseen propiedades terapéuticas y están indicadas para tratamiento de afecciones reumáticas, artritis y debilidad general.

El barro negro de la ribera es curativo y despiertan la curiosidad los flamencos que moran en sus alrededores. La Laguna Melincué es un lago endorreico en el Departamento General López, el lago forma parte de un ecosistema de humedal, con grandes poblaciones de patos y otras aves, protegidas como una reserva natural. En épocas de sequía el lago se hace salino.

Desde siempre, el nivel de agua de la Laguna Melincué ha estado variando considerablemente, afectando con inundaciones y muchas veces afectando la economía de poblaciones cercanas y el mantenimiento de los caminos.

De acuerdo a un estudio de la Facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura (UNR) de la Universidad Nacional de Rosario, en 1968 el nivel era 82,5 m, más de 3 m por debajo de lo normal. En 1998–2000 el gobierno provincial creó un Área Estratégica de Planificación del Ambiente, en los distritos Melincué, Carreras, Hughes, Elortondo y Labordeboy, con el objetivo de promover su desarrollo sostenible.

- **Casino:** Producto de la licitación Internacional está en plena construcción y previsto inaugurar para el mes de Julio del año 2007 un Complejo que incluye Sala de Convenciones, Hotel y Casino. La construcción de todo el complejo, tiene una inversión superior a los 40 millones de pesos, con una superficie cubierta de 4.320 m². Contempla un hotel de 3 estrellas con 30 habitaciones y piezas en suite, con vistas a la laguna, un centro de convenciones para 500 asistentes, un casino con 15 mesas de paño, 15 de bingo y 100 tragamonedas a lo que se suma un estacionamiento para 140 vehículos.

Además contará con canchas de tenis, pileta de natación y una zona exclusiva en la laguna donde habrá embarcaciones como veleros y moto de agua para los visitantes.



Una mención aparte mercede la oferta turística, cultural, gastronómica y atractivos de la Región y de la ciudad misma del Gran Rosario, esta ciudad cosmopolita de más de un millón de habitantes cuenta entre sus principales atracciones:

Parque y Monumento Nacional a la Bandera

Museo De La Bolsa De Comercio De Rosario

Macro - Museo De Arte Contemporaneo Rosario

Museo De La Ciudad

Museo Municipal De Bellas Artes

Museo De Arte Decorativo "Firma Y Odilo Estevez"

Museo Del Parana Y Las Islas - Museo De Ciencias Naturales

Museo De La Memoria - Museo Histórico Provincial

Museo Diario La Capital - Museo De Arte Sacro

Museo Experimental De Ciencias Y Planetario

Centro Cultural Parque De España

Centro Cultural Casa Del Tango

Arte A La Vista- Museo Urbano

Teatro El Circulo - Teatro Broadway - Teatro "La Comedia"

Teatro "Fundacion Hector I. Astengo"

Paseo de compras:

Alto Rosario Shopping - Palace Garden - Portal Rosario - Shopping del Siglo

Río e Islas:

Paseo Del Caminante Y Embarcadero Costa Alta

Playas Y Paradores Isleños

Playas Y Piletas En La Costa De La Ciudad

Parques:

De La Independencia

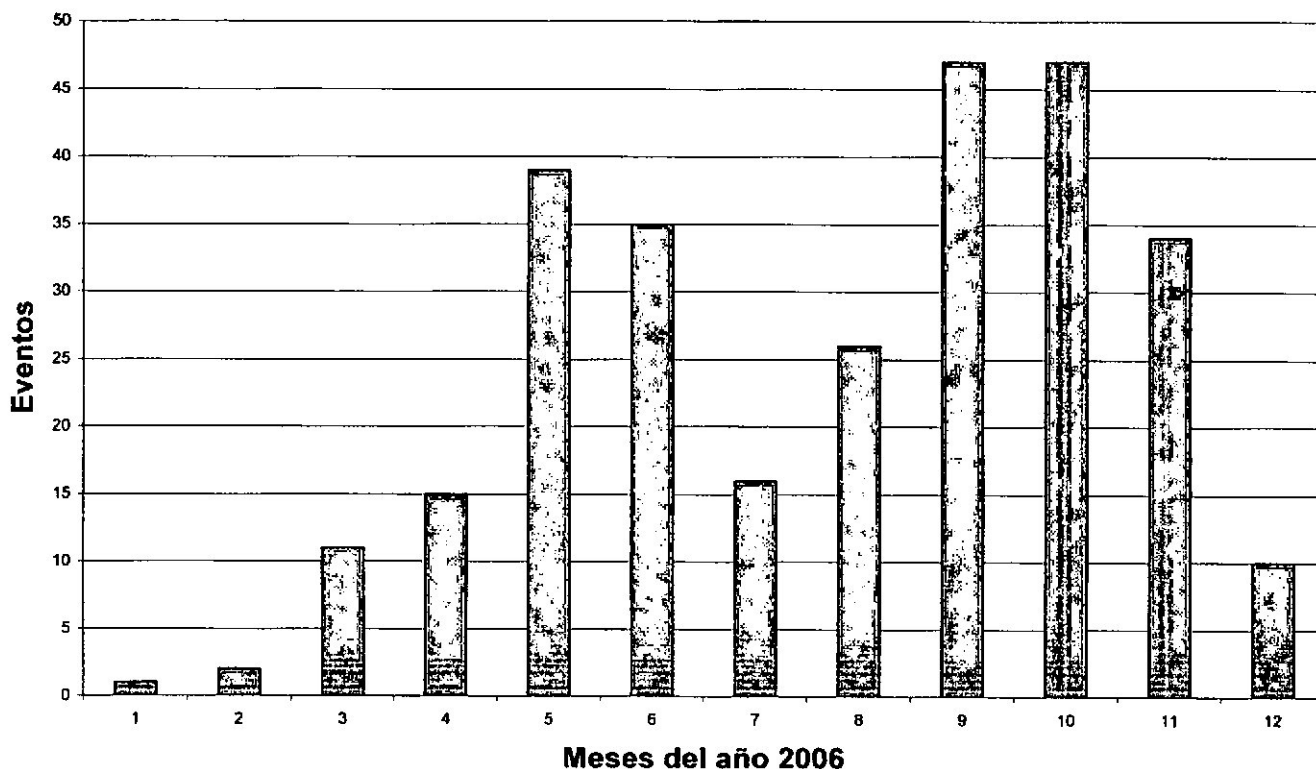
De España

Urquiza

De Las Colectividades Y Sunchales

La oferta de atracciones sumada a la potencialidad de los atributos de la ciudad y su hospitalaria hotelería y gastronomía han posicionado a Rosario como una de las plazas más importantes en la realización de eventos, convenciones y congresos tal lo que demuestra su estadística:

Eventos Ferias y Congresos Rosario y Region 2006



Fuente: Bureau de Rosario

Promedio: 24 eventos al mes – se adjunta en anexos listado.

Eventos	Visitantes		Expositores	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
Ferias Rosario	1344050	116	2268	0
Ferias metropolitanas	276000	0	1377	0
Congresos	75936	2236	598	13
Otros	81570	71	36	0
Subtotales	1777556	2423	4279	13
Total	1784271			

2.3 Mercados Meta

Para evaluar el mercado potencial que podría atraer el Tren Turístico es importante analizar los datos estadísticos de la ciudad de Rosario por tratarse del polo turístico de mayor importancia en cercanía al recorrido que realizará el tren, los visitantes extranjeros por diversos motivos y el tamaño de la escolaridad en la Provincia de Santa Fe.

- **Turismo escolar.**

Para una estimación inicial del tamaño del segmento de mercado consideraremos la cantidad de escuelas de la provincia de Santa Fe y sus alumnos divididos por nivel y modalidad:

Modalidad	Escuelas	
Privada	772	18,75%
Oficial	3345	81,25%
Totales	4117	

Modalidad	Inicial		EGB		Polimodal		Superior	
Privada	34678	33,43%	135704	26,15%	37163	35,94%	18157	42,75%
Oficial	69049	66,57%	383326	73,85%	66226	64,06%	24312	57,25%
Totales	103727		519030		103389		42469	

Fuente: Sectorial de Informática – Ministerio de Educación – Prov. De Santa Fe

Considerando ambas modalidades y los tres niveles de enseñanza (Inicial – EGB y Polimodal) podrían ser atraídos por la propuesta un segmento de 726 mil potenciales.

- **Turismo residentes:**

Para una correcta dimensión de lo que puede significar el tamaño del mercado potencial en lo que se refiere al turismo de cercanía describiremos la demografía de la provincia de Santa Fe.

Distribución por grupos de edad.

Población total	3.000.701
0 a 14 años	791.848
15 a 64 años	1.861.649
65 años y más	347.204

Distribución de residentes en hogares por departamento.

Departamento	Población
Total	3.000.701
Rosario	1.121.441
La Capital	489.505
General Lopez	182.113
General Obligado	166.436
Castellanos	162.165
San Lorenzo	142.097
Las Colonias	95.202
Constitución	83.045
Caseros	79.096
San Jerónimo	77.253
Iriondo	65.486
San Cristóbal	64.935
San Martín	60.698
Vera	51.303
Belgrano	41.449
San Justo	40.379
San Javier	29.912
9 de Julio	28.273
Garay	19.913

El desarrollo del proyecto funcionará como atracción para el turismo de día o cercanía, esta demografía combinada con los cuadros de distancias presentados en el apartado de socio demografía constituyen las bases cuantitativas del estudios de mercado previsto en la segunda fase del proyecto.

- **Turismo visitantes:**

De especial interés resulta la visita de extranjeros y residentes de otras ciudades del país en lo que generalmente se denomina turismo de negocios, es decir asistencia a ferias y congresos y disponibilidad de dos días de visita turística.

Para evaluar el tamaño de los visitantes hemos apelado a dos fuentes secundarias de información:

1. Oferta y demanda hotelera. Indicadores seleccionados por tipo de establecimiento. Rosario, provincia de Santa Fé. Año 2006 (Fuente: INDEC. Encuesta de ocupación hotelera)

Indicadores hoteleros	2006											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Establecimientos	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56
Habitaciones o unidades ocupadas	31.119	34.024	44.260	40.994	41.339	40.441	45.587	46.266	41.486	45.196	44.079	34.466
Plazas disponibles En miles	170.	158.	175	162	176	165	172	172	166	174	167	169
Plazas ocupadas En miles	50	54	71	65	64	62	75	76	70	73	72	60
Porcentaje de ocupación de las habitaciones o unidades	41,70	49,48	56,52	56,82	52,94	56,21	60,67	61,67	57,21	58,76	60,07	46,27
Porcentaje de ocupación de plazas	29,65	34,55	40,39	40,41	36,57	37,94	43,70	44,64	42,48	42,28	43,31	35,71
Duración de estadía promedio de los turistas (en días)	1,64	1,63	1,69	1,62	1,62	1,55	1,66	1,68	1,75	1,81	1,83	1,85

2. Ocupación y gasto hotelaría en Rosario (Fuente: Sub Secretaría de Turismo Prov. Santa Fe)

Concepto	Valor
Camas de Hospedaje Región Rosario	7500
Porcentaje promedio de ocupación	70%
Visitantes día	5250
Gasto promedio	\$ 70

Este segmento constituye el tercer target a tener en consideración en la investigación de mercado proyectada.

3. INVERSION EN INFRAESTRUCTURA Y PUESTA EN VALOR

3.1 Entorno y situación.

De las entrevistas mantenidas con los interlocutores del sector surge claramente un abatimiento y una desconfianza generalizada por la puesta en marcha de un proyecto de esta naturaleza.

Es notorio observar como las infraestructuras, los recursos humanos, técnicos y el material se ha ido deteriorando casi sin pausa desde la nacionalización de la red ferroviaria en 1948 hasta la fecha.

Uno tiende a pensar que la liberalización de la década del 90 y su política de privatizaciones y apertura ha sido lo que liquidó a Ferrocarriles Argentinos, pero la verdad dista bastante de ello y el hecho es que todos los interlocutores entrevistados son una consecuencia de años de desidia y falta de profesionalismo del sector.

El cierre de los ramales y la desafectación de cien mil empleos con la sustitución del servicio mediante empresas prebendarías de transporte de pasajeros, cotos de transportes de cargas y cooperativas de talleres sin capacidad gerencial es la realidad percibida de un sector en crisis.

No es intención ni alcance de este estudio evaluar el sistema ferroviario ni de pasajeros ni de carga de la República Argentina pero es importante resaltar que en las entrevistas mantenidas con quienes hoy detentan las posibilidades de recuperación del sector se percibe la incapacidad para realizarlo.

La búsqueda de este consultor de datos certeros en lo que a puesta en valor se refiere ha tropezado con la indiferencia y el desinterés de quienes son los líderes de las organizaciones del sector.

En síntesis el entorno en el que se ha desarrollado esta etapa del estudio ha contado con muy poca colaboración de los referentes, con mucha desconfianza respecto de la posible realización.

Claro que como toda regla hay siempre excepciones y en este caso ha sido Ferroconstrucciones y su presidente Jorge Dip quién desde el comienzo comulgó con la idea y aportó invaluable material de registro gráfico que acompaña en anexo el presente informe.

Para la estimación de puesta en valor del material tractivo rodante y remolcado se han consultado las siguientes fuentes:

Cooperativa De Vías Y Obras De Rosario (Marcos Vilche, Jose Peñaloza)

Ferroconstrucciones (Jorge Dip)

Cooperativa De Coches (Vicente Evangelista)

Industrial Laguna Paiva Cooperativa (Luis Gomez)

Asociacion Ciudad Del Riel Laguna Paiva (Sergio Lopez, David Sanchez)

Ferroclub Central Argentino (Jose Ciancia)

3.2 Material tractivo rodante y remolcado.

Para la estimación del costo que requiere la reparación y puesta en valor del material dividiremos en dos categorías: locomotora y coches (incluye el furgón), seguidamente se detalla para cada una de ellas un listado de las tareas imprescindibles incluyendo la mano de obra especializada.

Todos los ítems fueron cuantificados con una sobrevaloración del 15 % que tendrá como objetivo la previsión ante situaciones no contempladas, se recuerda que estamos trabajando sobre material histórico con un importante deterioro por desuso.

- **Locomotora a vapor.**

1. **Caldera.**

Recambio y reparación de la totalidad de la tubería.

Recambio del sistema de seguridad y controles de nivel de agua.

Instalación completa de instrumental nuevo en cabina.

Reparación del cuerpo.

Reemplazo de soportes.

Reparación total del hogar con el recambio del material refractario.

Sustitución de puerta y traba.

Reemplazo de cenicero y parrilla.

Reparación y/o cambio de inyectores.

Control de ultrasonido.

Prueba hidráulica a 17 km / cm 2 de presión.

2. **Caja de humo.**

Recambio y recuperación de componentes.

3. **Duomo.**

Reemplazo de caja y caños.

Recuperación y reparación de la válvula.

4. **Motores.**

Reparación de cilindros y reemplazo de aros.

5. **Sistema de tracción.**

Reparación de bielas existentes.

Fabricación de componentes y movimientos faltantes (incluye modelado, fundición, torno y ajuste)

6. **Ruedas**

Mecanizado y rectificación.

Control de espesores y bisel.

Control de ultrasonido.

7. **Suspensión**

Desmontaje, reparación, control de ultrasonido y montaje.

8. Enganches.

Reemplazo de resortes.

Reparación de mandíbula trasera.

9. Sistema de frenos.

Desmontaje, reparación y reemplazo de componentes de los compresores.

Reemplazo de acoples y cañerías.

Sustitución de zapatas.

Instalación de comando de cabina V.

10. Cabina.

Instalación integral de comandos, válvulas, manómetros y controles de nivel.

Reemplazo de aislantes.

Colocación de ebanistería y maderas.

Tapicería y confort.

11. Depósitos

Reparación de los depósitos laterales de agua.

Reparación de los depósitos de combustible.

12. Instalación eléctrica.

Instalación completa.

Reemplazo y adaptación de los sistemas de toma de energía (provistos por el servicio de grupo electrógeno en furgón)

Adaptación y reemplazo de luces exteriores (farol y reflector) y luces de cabina.

13. Extras

Traslado y fletes de partes a talleres externos.

Arenado y acondicionado de chasis.

Pintura resistente de alta temperatura.

Rubinería y bulonería general.

Aceitado, engrasado y puesta en marcha

Estimación de inversión total de reparación de locomotora: \$ 750.000
--

- **Coches de pasajeros y furgón.**

1. **Bogies.**

Desmontaje completo.

Reparación del conjunto de suspensión.

Mecanizado de ruedas.

Rectificación de llantas y biseles.

Armado y montaje de conjunto.

2. **Bastidor.**

Control de espesor.

Alineación y reparación de estructura.

3. **Estructura - habitáculo.**

Reparación y restauración del techo.

Restauración de laterales.

Recubrimiento de material sintético ignifugo de piso completo.

Cambio completo de pisos.

Reemplazos de asientos (en este ítem se prevee para el análisis la restitución de modelos similares a originales, con estructura de hierro y asientos de madera. Se dejará abierta una posibilidad de colocar carrozados especiales con asientos individuales tapizados reclinables u otra configuración).

Reemplazo de componentes de instalación eléctrica.

Colocación de artefactos de iluminación de época.

Reemplazo de ventanillas.

Cerrajería en general.

Reparación de herrería y carpintería exterior.

Colocación de vidrios y puertas.

Arenado y preparación para tratamiento .

4. **Frenos.**

Reemplazo del sistema de válvulas en general.

Reemplazo de cañerías.

Recambio de zapatas.

Reparación de timonería de frenos.

Reparación de cilindros.

Cambio de mangueras de acople de locomotora hasta el último coche.

5. Enganches.

Recuperación y reparación del sistema de enganches y mandíbulas.

6. Servicios.

Sistema centralizado de energía eléctrica con grupo electrógeno.

Baños y servicios sanitarios hombre / mujer en cada vagón.

Sistema de calefacción centralizado con distribución por tuberías o radiadores.

7. Extras

Traslado y fletes de partes a talleres externos.

Arenado y acondicionado de chasis.

Pintura resistente de exteriores.

Rubinería y bulonería general.

Aceitado, engrasado y puesta en marcha.

Estimación de inversión total de reparación de cada coche: \$ 400.000
--

Estimación de inversión de la formación 2 coches + furgón: \$ 1.200.000
--

3.3 Vías y accesos.

El presente apartado incluye un presupuesto ponderado de lo que significaría la reparación y reconstrucción del tramo de vías comprendido por el triangulo próximo al cruce de la Ruta Nacional Nro. 33 en cercanías de la estación Firmat hasta el empalme en la estación Melincué con más la reparación del cuadro de esta última y la rehabilitación de la mesa giratoria.

Los trabajos contemplan la re – alineación de rieles, nuevo balastardo requerido con piedras y desagues, reemplazo de durmientes y fijaciones vencidas, reparación y reemplazo de alcantarillas, puentes, agujas de cambios.

Todo lo solicitado dentro las normativas vigentes y según las especificaciones de las empresas concesionarias de los tramos mencionados. Se adjunta en anexos la nota formal de cotización solo por mano de obra.

Estimación de inversión total de reparación vías:	\$ 300.000
--	-------------------

3.4 Estaciones terminales.

Estación de Ferrocarril Melincué

Sector atención al público: reparación general de cielorraso suspendido - retiro de aberturas y reparación - colocación de vidrios en su totalidad rehacer revoques exteriores – reconstituir capa aisladora - verificar techo inclinado. Reponer tejas - pintura general.- arreglar veredas perimetrales - instalación eléctrica completa. Sector vivienda: reparar techo inclinado – canaleta – pintura - ajustar aberturas - veredas e instalaciones de agua y electricidad. Sector galerías: reparar techo inclinado - reponer tejas - cielorrasos y cerramientos laterales - reparar piso galería en su totalidad y pintura general - ejecución instalación eléctrica completa. Sector galpón limpieza general - ejecución de pisos (contrapiso y carpeta niveladora) – reemplazo de chapa en techo y cerramientos laterales -aventanamientos laterales - instalación eléctrica - pintura general. Tanque de agua: revocar en su totalidad con impermeable y grueso fratasado - pintura general - reponer sectores deteriorado en la mampostería.

Estimación de inversión total de reparación de Estación Melincué:	\$ 300.000
--	-------------------

Estación de Ferrocarril Miguel Torres.

Sector atención al público: reparación general de cielorraso suspendido-retiro de aberturas y repararlas-colocación de vidrios en su totalidad - picar revoque sector capa aisladora – reconstituir capa aisladora - verificar techo inclinado porque existen algunas filtraciones que provocaron el deterioro de los cielorrasos - pintura general.- arreglar veredas perimetrales.-instalación eléctrica completa.

Sector vivienda: hay que reparar techo inclinado – canaleta – pintura - ajustar aberturas-veredas e instalaciones de agua y electricidad. Sector galerías: reparar techo inclinado, reponer chapas y cielorrasos - reparar piso galería en su totalidad y pintura general - ejecución instalación eléctrica completa. Sector baños: limpieza general - ejecución de divisorios - instalación sanitaria -instalación de agua - instalación eléctrica - revoque interiores – carpetas - artefactos sanitarios – griferías – revestimientos – pisos – aberturas - vidrios - pintura general y reparación de techo inclinado.

Estimación de inversión total de reparación de Estación Melincué: \$ 200.000

3.5 Resumen de la inversión.

A los valores de puesta en operación del material tractivo, rodante y remolcado, la traza ferroviaria y las estaciones terminales hay que adicionar un monto aproximado a ciento cincuenta mil pesos (\$ 150.000) en el desarrollo de la totalidad del esfuerzo de marketing requerido para el posicionamiento del proyecto.

Esto incluye identidad gráfica corporativa, diseño y desarrollo de marcas y sub marcas, comunicación electrónica y web, material de folletería y soporte gráfico, señalética e identificación visual y merchandising.

Por tanto el resumen de la inversión se compone de:

Puesta en valor de locomotora a vapor:	\$ 700.000
Puesta en valor de dos coches de época más un furgón de servicios:	\$ 1.200.000
Recuperación de vías:	\$ 300.000
Estaciones de Melincué y Miguel Torres:	\$ 500.000
Marketing y comunicación:	\$ 150.000

TOTAL INVERSION START UP PROYECTO:	\$ 2.850.000
---	---------------------

4. INVESTIGACION DE MERCADOS

El desarrollo de la investigación de mercados, tal como estaba previsto en el plan de trabajo, se realizó con técnicas mixtas (cualitativas y cuantitativas) tanto para validar los conceptos y atributos como para poder concluir en forma numérica.

Para el segmento escolar se utilizó una encuesta estructurada cuyo respondiente se determinó que sea la Directora del establecimiento. Sobre un total de 4117 escuelas se realizaron cien casos (una muestra del 2.43 % del universo) lo que permite extrapolar con alto grado de confianza los resultados al universo muestral. Este sector involucra 726.146 educandos en los niveles inicial, EGB y polimodal y en el apartado específico se presentan los datos estadísticos correspondientes al estudio.

En el segmento de visitantes (nos referimos a los turistas a la ciudad de Rosario), estimamos por datos secundarios un promedio de 5250 cada día (ver ocupación hotelera – fuente sub secretaría de turismo de la Provincia de Santa Fe Informe número uno página 38). Para este caso también se utilizó técnica de encuestas con cien casos efectivos (representa el 1.90 % del universo), al igual que el segmento de escolares en el apartado específico se presentan los datos correspondientes.

El segmento de residentes por su tamaño y dispersión geográfica, hace inconducente la utilización de técnicas cuantitativas ya que el muestreo requerido para poder concluir en forma extrapolable al universo sobrepasa las limitaciones de este estudio. De manera que empleamos aquí técnicas de investigación cualitativas como lo son los focus group y las entrevistas con informantes claves.

Para una segmentación de las opiniones decidimos dividir al público en cuatro grupos de referencia, estos son: educadores, personas relacionadas con la cultura, referentes empresarios y del sector del turismo. Para los dos primeros subgrupos se realizaron dos focus group en cada caso y para los restantes entrevistas personales.

En el apartado correspondiente se exponen las conclusiones sobresalientes y los emergentes consolidados de los atributos del proyecto.

4.1 Segmento escolar.

Datos técnicos del estudio

Población: 4117 escuelas.

Dato extraído del primer informe de avance, ver página 36. Para el establecimiento de cuotas se tomo como válido el % de alumnos por gestión.

Encuestados: directoras de las escuelas

Muestra: 100 casos. Tipo de muestreo: Estratificado.

Estratos: según la gestión se obtuvieron dos estratos en correspondencia con los datos de la población.

Escuelas oficiales: 77 escuelas

Escuelas privadas: 23 escuelas

Tipo de encuesta: estructurada multivariante, telefónica.

Cuestionario: anexo.

Trabajo de campo: Provincia de Santa Fe - Agosto 2007.

Descripción de la muestra

Localidad de las escuelas

TOTAL	100	100 %
Rosario	13	13%
Venado Tuerto	5	5%
Cañada de Gomez	3	3%
Casilda	3	3%
Villa Constitución	3	3%
Arequito	2	2%
Arroyo Seco	2	2%
Bigand	2	2%
Chañar Ladeado	2	2%
Gdor Galvez	2	2%

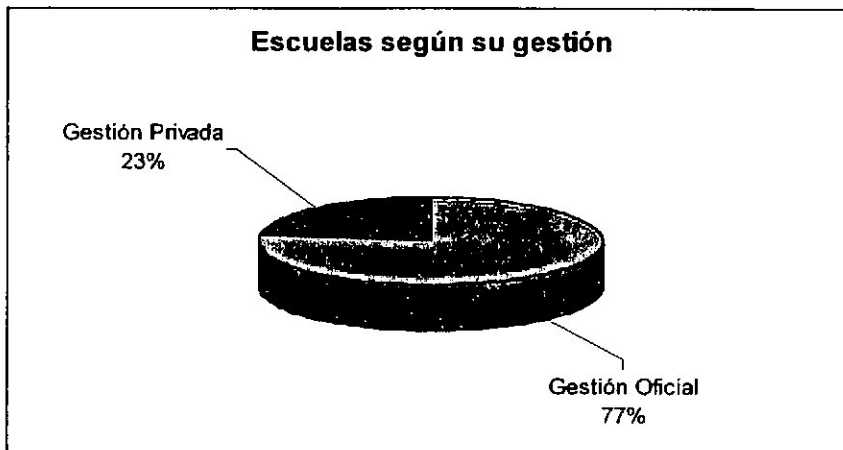
Las Rosas	2	2%
Maria Juana	2	2%
Murphy	2	2%
San Gregorio	2	2%
Santa Isabel	2	2%
Teodelina	2	2%
Totoras	2	2%
Alcorta	1	1%
Alvear	1	1%
Armstrong	1	1%
Baigorria	1	1%
Beltran	1	1%
Bourquet	1	1%
Cañada de Ucle	1	1%
Cañada Rosquín	1	1%
Capitán Bermudez	1	1%
Carmen	1	1%
Chabas	1	1%
Colonia Castelar	1	1%
Colonia la Argentina chica	1	1%
Coronel Bogado	1	1%
Correa	1	1%
Diego de Alvear	1	1%
El Ortondo	1	1%
El Trébol	1	1%
Esmeralda	1	1%
Figuera	1	1%
Firmat	1	1%
Frontera	1	1%
Funes	1	1%
Gdor Lagos	1	1%
Los Nogales	1	1%

Maggiolo	1	1%
Maria Susana	1	1%
Maria Teresa	1	1%
Maximo Paz	1	1%
Oliveros	1	1%
Pavon Arriba	1	1%
Perez	1	1%
Piamonte	1	1%
Pueblo Esther	1	1%
Pujato	1	1%
Rufino	1	1%
Salto Grande	1	1%
San Eduardo	1	1%
San Jenaro Norte	1	1%
San Jeronimo Sur	1	1%
San Jorge	1	1%
San Lorenzo	1	1%
San Martin	1	1%
Santa Teresa	1	1%
Sastre	1	1%
Timbues	1	1%
Villa Cañas	1	1%
Villada	1	1%
Wheelwrigth	1	1%

La muestra estuvo compuesta por escuelas de las localidades de la tabla.

Escuelas según su gestión

TOTAL	100	100%
Gestión Oficial	77	77%
Gestión Privada	23	23%

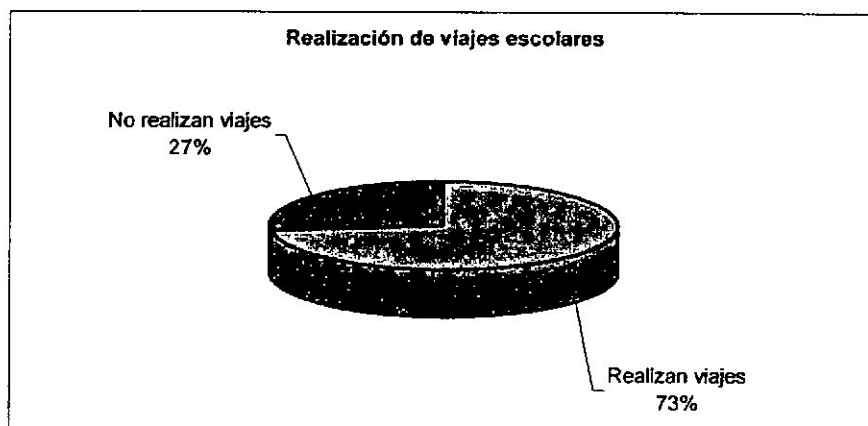


Se encuestaron 77 directoras de escuelas con gestión oficial del estado y 23 escuelas de gestión privada. Siguiendo el tipo de muestreo elegido, estos dos grupos conforman los estratos.

Hábitos de viaje

Realización de viajes escolares

TOTAL	100	100%
Realizan viajes	73	73%
No realizan viajes	27	27%



Del total de las escuelas encuestadas un 73 % realiza viajes escolares mientras que un 27 % no lo hace. Aquí cabe destacar que en la mayoría de los casos las directoras dejaron de realizar viajes para los alumnos debido a los costos, ya que muchos alumnos no podían solventar los gastos.

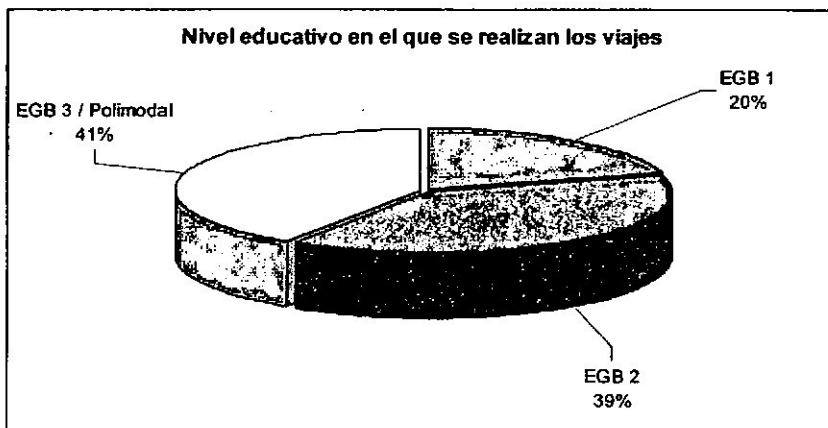
Realización de viajes escolares según estrato

	Total muestra		Privada		Pública	
	N	%	N	%	N	%
Total	100		23		77	
Realiza viajes	73	73%	60	78%	13	57%
No realiza viajes	27	27%	17	22%	10	43%

Al analizar la realización de viajes según la gestión observamos que un 78 % de las escuelas privadas realizan viajes mientras que ese porcentaje disminuye a 57 % en las escuelas públicas.

Nivel Educativo en el que se realizan los viajes

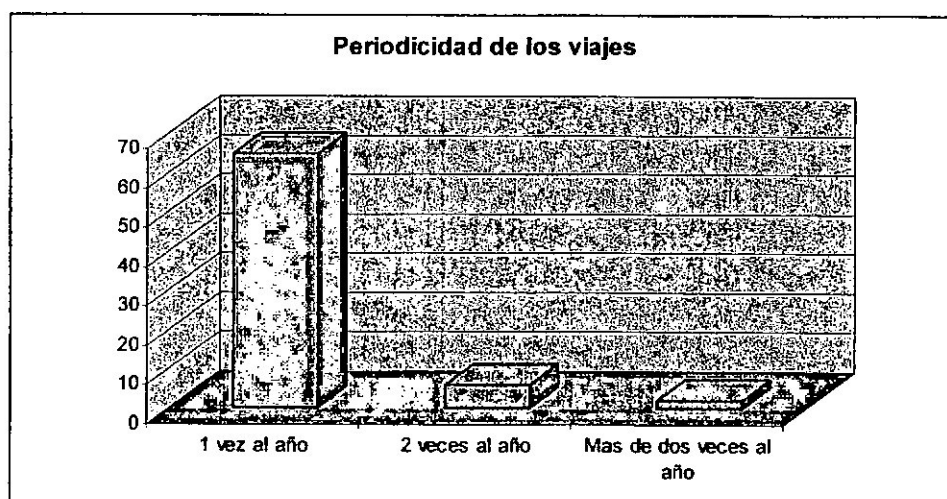
TOTAL	N	%
EGB 3 / Polimodal	54	41%
EGB 2	51	39%
EGB 1	27	20%



En relación al nivel educativo en el cual se realizan los viajes encontramos que en su mayoría se realizan en la EGB 2, 3 y el Polimodal, sumando un 80 % entre ambas categorías. Las directoras manifestaron que esto se debe principalmente por la edad de los chicos, ya que no es tan fácil viajar con los más pequeños de EGB 1.

Periodicidad de los viajes

TOTAL	73	100%
1 vez al año	65	89%
2 veces al año	6	8%
Mas de dos veces al año	2	3%



En cuanto a la periodicidad con la que se realizan los viajes vemos que la mayoría de las escuelas viajan una sola vez al año.

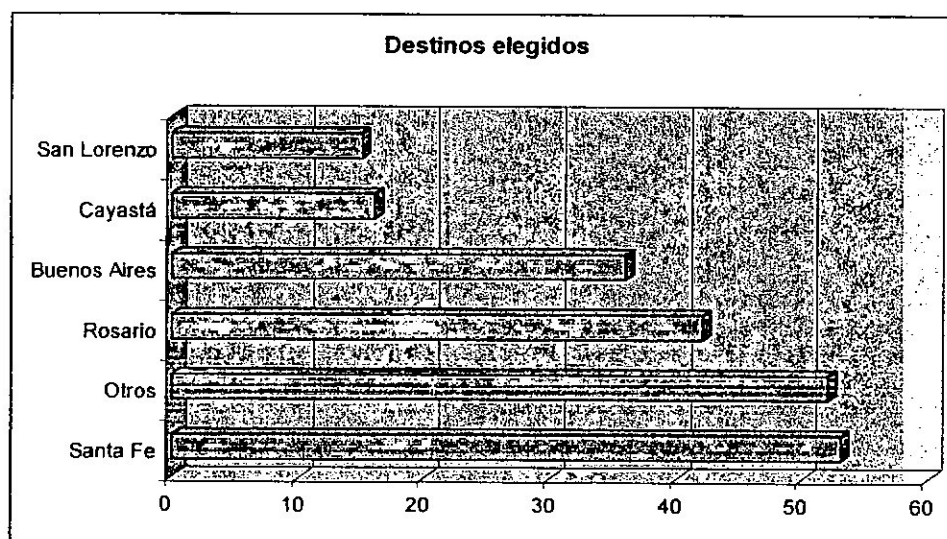
Periodicidad de los viajes por estratos

	Total Muestra		Oficiales		Privadas	
		%		%		%
TOTAL	73	%	60	%	13	%
1 vez al año	65	89%	53	88%	12	92%
2 veces al año	6	8%	5	8%	1	8%
Mas de veces al año	2	3%	2	3%	0	0%

Al analizar los datos de la periodicidad de los viajes observamos que no existen diferencias significativas por estrato.

Destinos elegidos

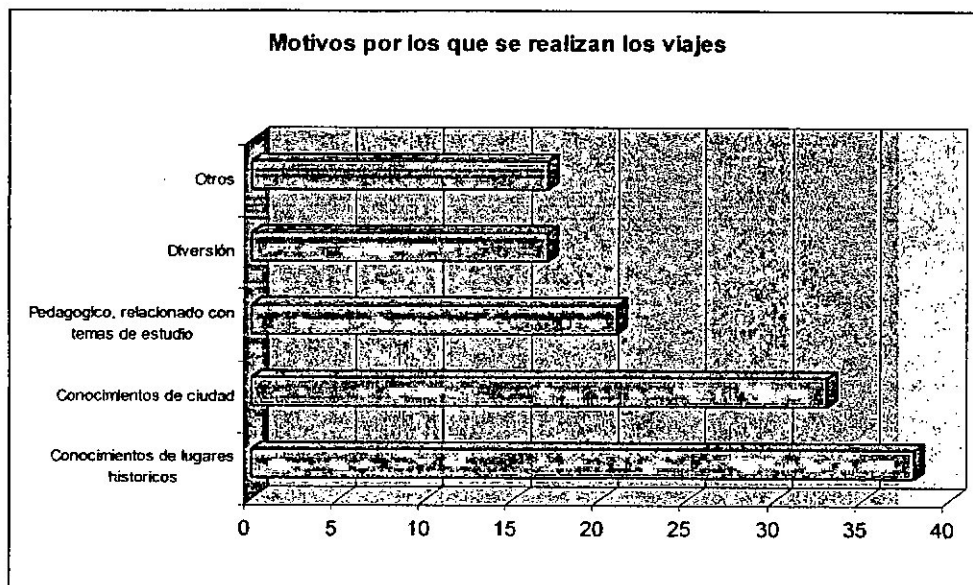
TOTAL	214	100%
Santa Fe	53	25%
Otros destinos	52	24%
Rosario	42	20%
Buenos Aires	36	17%
Cayastá	16	7%
San Lorenzo	15	7%



Al preguntar a las directoras por los destinos que se eligen para viajar hallamos que un 25 % viaja a la ciudad de Santa Fe, un 20 % a la ciudad de Rosario y un 17 % a la ciudad de Buenos Aires, mientras que en menor medida con un 7 % visitan las localidades de San Lorenzo y Cayastá. Además cabe destacar que un 24 % elige otros destinos para viajar.

Motivos por los que se realizan los viajes

TOTAL	126	100%
Conocimientos de lugares históricos	38	30%
Conocimientos de ciudad	33	26%
Pedagógico, relacionado con temas de estudio	21	17%
Diversión	17	13%
Otros	17	13%



Al analizar los motivos por los cuales se realizan viajes escolares un 30 % de las directoras manifestó que se hace para conocer lugares históricos y un 26 % para el conocimiento de ciudades, un 17 % lo hace ya que el destino que eligen se relaciona con los contenidos curriculares de estudio, y un 13 % por diversión y recreación para los alumnos. El restante 13 % lo hace por otros motivos.

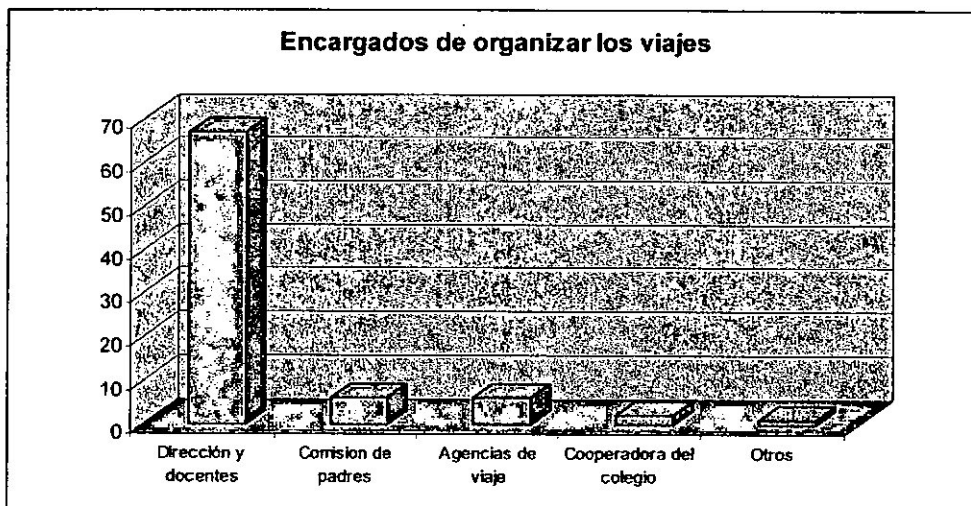
Motivos por los que realizan los viajes según estrato

	Total muestra		Oficial		Privada	
TOTAL	126	100%	105	100%	21	100%
Conocimientos de lugares históricos	38	30%	32	30%	6	29%
Conocimientos de ciudad	33	26%	28	27%	5	24%
Pedagógico, relacionado con temas de estudio	21	17%	16	15%	5	24%
Diversión	17	13%	14	13%	3	14%
Otros	17	13%	15	14%	2	10%

Al analizar los datos acerca del motivo de viaje de las escuelas por estratos encontramos que no existen diferencias significativas entre ambos.

Encargados de organizar los viajes

TOTAL	82	100%
Dirección y docentes	67	82%
Comisión de padres	6	7%
Agencias de viaje	6	7%
Cooperadora del colegio	2	2%
Otros	1	1%



Al consultarse sobre la organización de los viajes encontramos que en un 82 % de las escuelas se hace cargo la dirección junto a los docentes. En menor medida, con un 7 % se encargan las comisiones de padres, agencias de viaje y en tan solo un 2 % la cooperadora del colegio.

Costo de los viajes

TOTAL	92	100%
De \$ 10 a \$ 50	26	28%
De \$ 50 a \$ 100	22	24%
De \$ 100 a \$ 300	20	22%
NS / NC	18	20%
Más de \$ 300	6	7%

Moda: \$ 10 a \$ 50
 Promedio: \$ 50 a \$ 100
 Máximo: Más de \$ 300
 Mínimo: \$ 10 a \$ 50

En relación al costo que se paga por los viajes el valor pagado más nombrado fue en un rango de \$ 10 a \$ 50, mientras que el promedio pagado cae en el rango de \$ 50 a \$ 100. Esta diferencia se debe a que encontramos como valor máximo viajes de más de 300 pesos

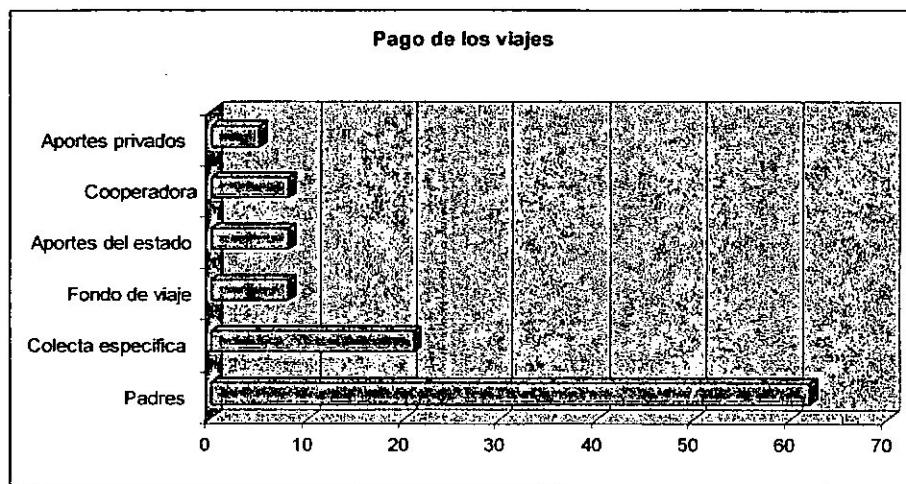
Costo de los viajes según estrato

	Total de la muestra		Oficiales		Privadas	
TOTAL	92	73%	69	100%	23	100%
de \$ 10 a \$ 50	26	21%	22	32%	4	17%
de \$ 50 a \$ 100	22	17%	15	22%	7	30%
de \$ 100 a \$ 300	20	16%	14	20%	6	26%
NS / NC	18	14%	16	23%	2	9%
Más de \$ 300	6	5%	2	3%	4	17%

Cuando analizamos los datos del costo pagado por los viajes según los estratos, encontramos que las escuelas de gestión privada realizan viajes de mayor costo, ya que mientras un 30 % realiza viaje de entre \$ 100 y \$ 300, en las escuelas de gestión oficial tan solo lo hace en un 20 %. También vemos que es mayor el porcentaje de viajes de entre \$ 50 y \$ 100 pesos que se realizan en escuelas de privadas mientras que ese porcentaje disminuye a 22 % en escuelas oficiales.

Pago de los viajes

TOTAL	112	100%
Padres	62	55%
Colecta específica	21	19%
Fondo de viaje	8	7%
Aportes del estado	8	7%
Cooperadora	8	7%
Aportes privados	5	4%



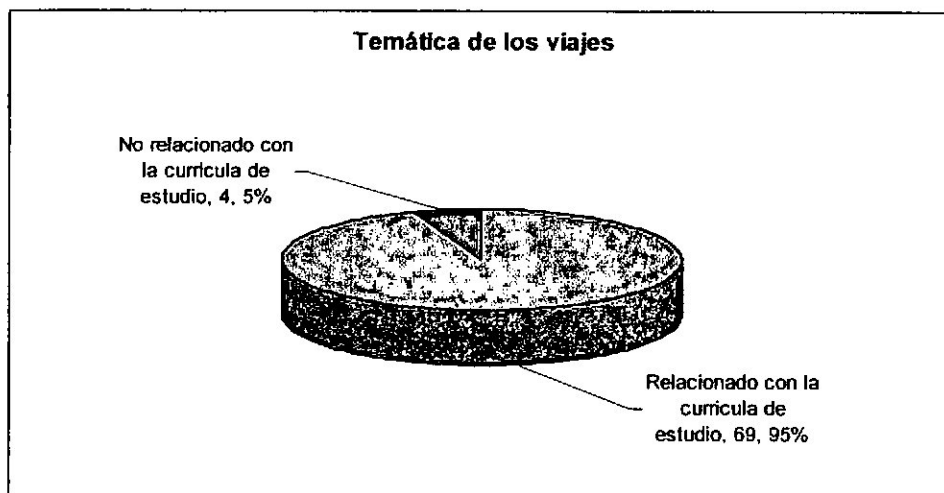
Al examinar quien paga los viajes escolares detectamos que en su mayoría los solventan los padres con un 55 % de respuestas, mientras que un 19 % realiza una colecta específica para fondos para poder viajar y un 7 % lo hace con fondos destinados a viajes, aportes del estado y aportes de la cooperadora del colegio. Tan solo un 4 % realiza los viajes a través de aportes privados.

	Total de la muestra		Oficiales		Privadas	
TOTAL	112	100%	91	100%	21	43%
Padres	62	55%	50	55%	12	57%
Colecta especifica	21	19%	17	19%	4	19%
Fondo de viaje	8	7%	6	7%	2	10%
Aportes del estado	8	7%	8	9%	0	0%
Cooperadora del colegio	8	7%	6	7%	2	10%
Aportes privados	5	4%	4	4%	1	5%

Al analizar quien paga los viajes según los estratos no encontramos diferencias significativas entre ambos. Lo único para destacar de las respuestas es que las directoras de escuelas de gestión oficial manifestaron recibir aportes del estado para realizar viajes mientras que las directoras escuelas de gestión privada respondieron que no reciben fondos.

Temática de los viajes

Total	73	100%
Relacionado con la currícula de estudio	69	95%
No relacionado con la currícula de estudio	4	5%



Al examinar si los viajes escolares que se realizan están relacionados con las currículas de estudio observamos que definitivamente tienen relación, con un 95 % de respuestas. Tan solo un 5 % contestó que los viajes no están relacionados con los temas de estudio de la escuela.

Potencialidad de realizar el paseo en tren

Aceptación de la propuesta del paseo en tren

TOTAL	73	100%
Avala la propuesta	72	99%
No avala la propuesta	1	1%



La disposición para realizar un paseo en tren dentro del marco escolar es definitiva, con un 99 % de directoras que avalarían dicha propuesta.

En este punto es importante destacar que en su mayoría las directoras aclararon que permitirían realizar este viaje si el paseo en tren cuenta con las medidas de seguridad correspondientes.

Disposición a pagar por el paseo

TOTAL	73	100%
\$ 50	28	38%
\$ 30	12	16%
Lo minino posible	11	15%
\$ 100	10	14%
\$ 75	8	11%
NS / NC	4	5%



Moda: \$ 50

Promedio \$ 58

Por último el precio que estarían dispuestas a pagar las directoras de las escuelas, por el paseo en tren con el viaje y los refrigerios incluidos sería de aproximadamente \$ 50 pesos.

4.2 Segmento visitantes.

Datos técnicos del estudio

Población: visitantes a la ciudad de Rosario. 5250 personas promedio por día. (Dato extraído del primer informe de avance, ver página 38, punto2.)

Muestra: 100 casos. Tipo de muestreo: Aleatorio simple

Cuestionario: anexo.

Tipo de encuesta: estructurada multivariante, entrevista personal.

Trabajo de campo: Ciudad de Rosario. Santa Fe, Evento Rosario Se Muestra – Terminal de autobuses y peatonal – Agosto 2007.

Descripción de la muestra

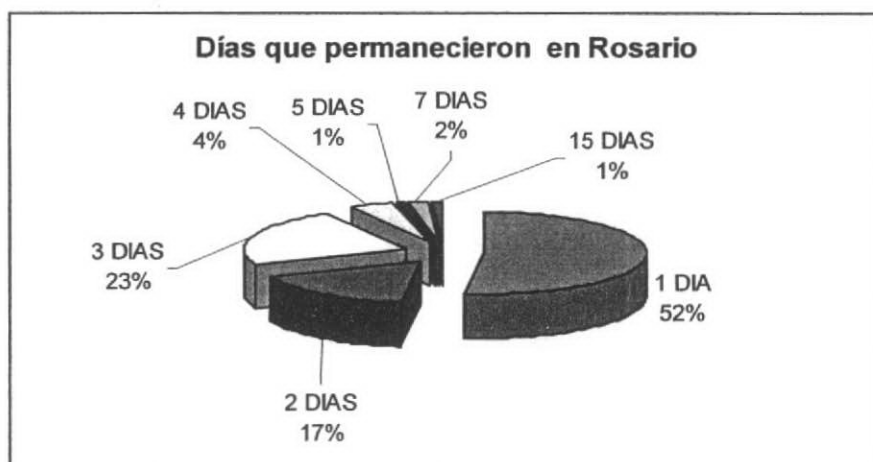
Lugar de residencia de los visitantes a la ciudad de Rosario

TOTAL	100	100 %
Provincia de Santa Fe	51	51 %
Otras Provincias	32	32 %
Capital Federal	16	16 %
Extranjeros	1	1 %

Al leer los datos contenidos en esta tabla observamos que los visitantes a la ciudad de Rosario provienen principalmente de la provincia de Santa Fe con un 51 %. Con un porcentaje menor, encontramos visitantes de Capital Federal, otras provincias de Argentina y tan solo un visitante del extranjero.

Días que permanecieron en Rosario

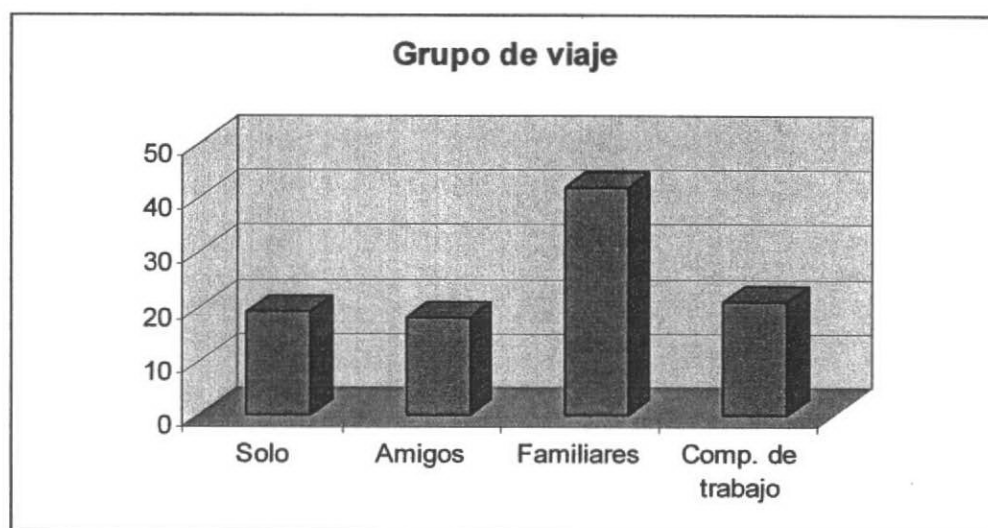
TOTAL	100	100 %
1 DIA	52	52 %
3 DIAS	23	23 %
2 DIAS	17	17 %
4 DIAS	4	4 %
7 DIAS	2	2 %
5 DIAS	1	1 %
15 DIAS	1	1 %



Del total de los visitantes encuestados, observamos que la mayoría permanecen en Rosario solo por un día (52 %). En menos medida los visitantes asisten a Rosario en un 23 % por 3 días y en un 17 % por 2 días. Sin % significativos encontramos visitantes que van por 4, 5, 7 y 15 días.

Conformación del grupo de viaje

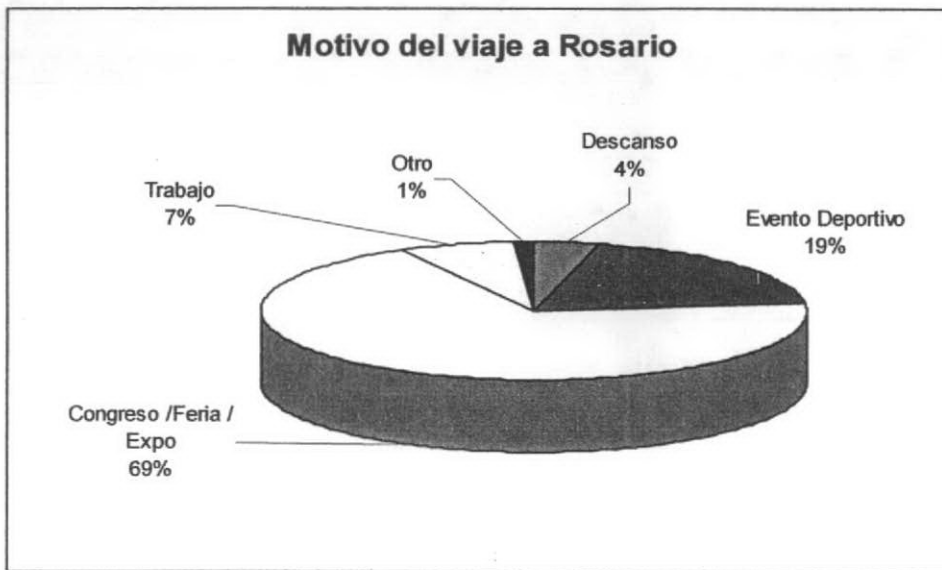
TOTAL	100	
Con familiares	42	42 %
Con compañeros de trabajo	21	21 %
Solo	19	19 %
Con amigos	18	18 %



Cuando analizamos con quienes viajan los visitantes a Rosario observamos que un 42 % lo hace con la familia, un 21 % con compañeros de trabajo, un 19 % viaja solo y un 18 % viaja con amigos.

Motivo del viaje

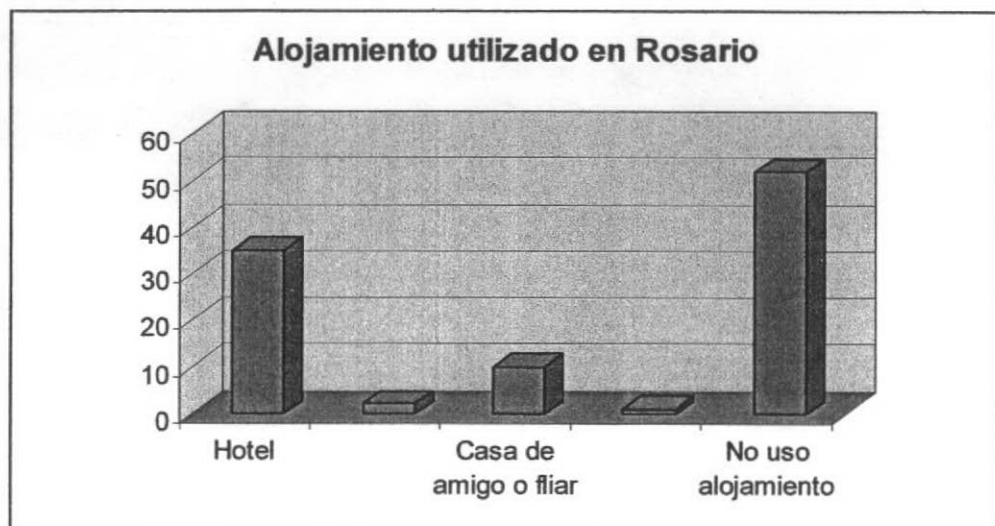
TOTAL	100	
Congreso /Feria / Expo	69	69 %
Evento Deportivo	19	19 %
Trabajo	7	7 %
Descanso	4	4 %
Otro	1	1 %



Con respecto al motivo por el cual los visitantes viajan a Rosario observamos que la mayor afluencia se produce para visitar ferias, exposiciones y congresos. Con datos menos significativos vemos que un 19 % viaja para asistir a un evento deportivo, un 7 % por trabajo, un 4 % para descansar y un 1 % por otro motivo.

Tipo de alojamiento de los encuestados

TOTAL	100	100 %
No usó alojamiento	52	52 %
Hotel	35	35 %
Casa de amigo o familiar	10	10 %
Hostal / Cabaña	2	2 %
Otro	1	1 %

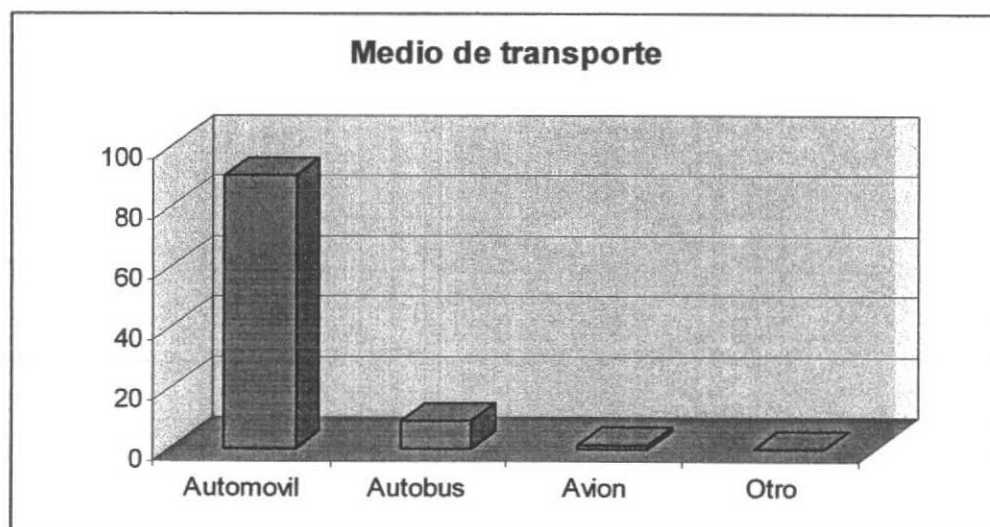


En relación al tipo de alojamiento que utilizan los visitantes observamos que un 52 % no utiliza alojamiento; debido a que solo visitan la ciudad por un solo día.

El resto de los visitantes que se alojan por más de un día utilizan el hotel en un 35 %, casa de amigos / familiares en un 10 % y hostel / cabañas en un 2 %

Transporte utilizado para llegar a Rosario

TOTAL	100	100 %
Automóvil	90	90 %
Autobús	9	9 %
Avión	1	1 %

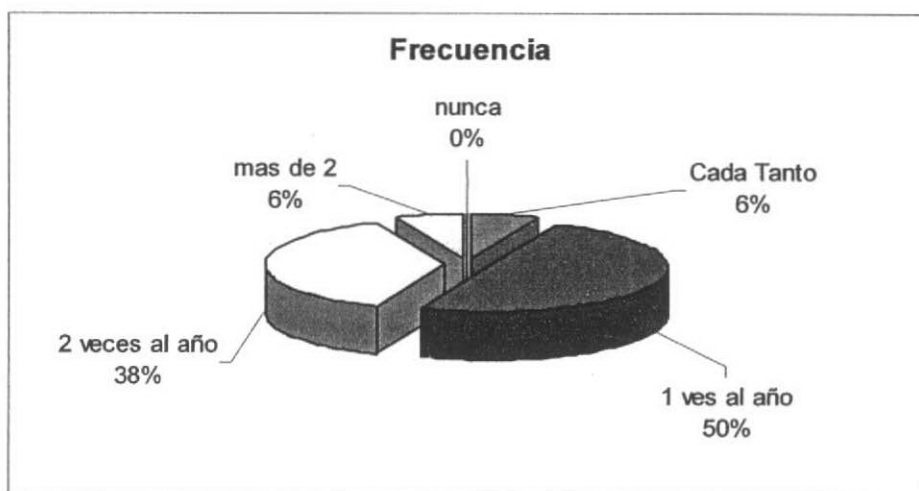


El medio de transporte utilizado para llegar a Rosario es definitivamente el automóvil. En muchísima menor medida se utiliza el autobús y el avión.

Descripción de los hábitos vacacionales

Frecuencia con la que toma vacaciones

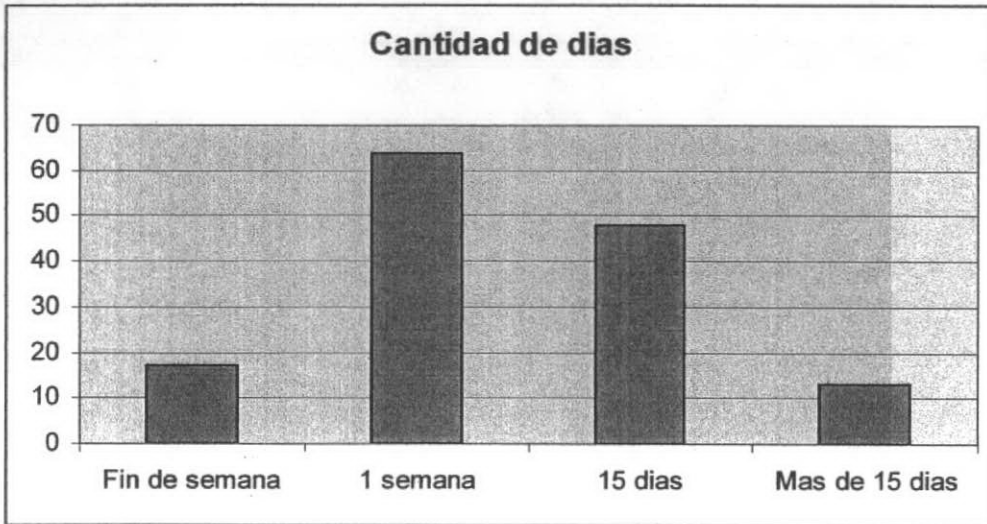
TOTAL	100	100 %
1 vez al año	50	50 %
2 veces al año	38	38 %
Cada Tanto	6	6 %
Mas de 2 veces	6	6 %



La mitad de los encuestados salen de vacaciones 1 vez al año y un 38 % sale más de dos veces. Con % menos significativos hallamos que un 6% salen más de dos veces al año y un 6 % solo lo hace cada tanto.

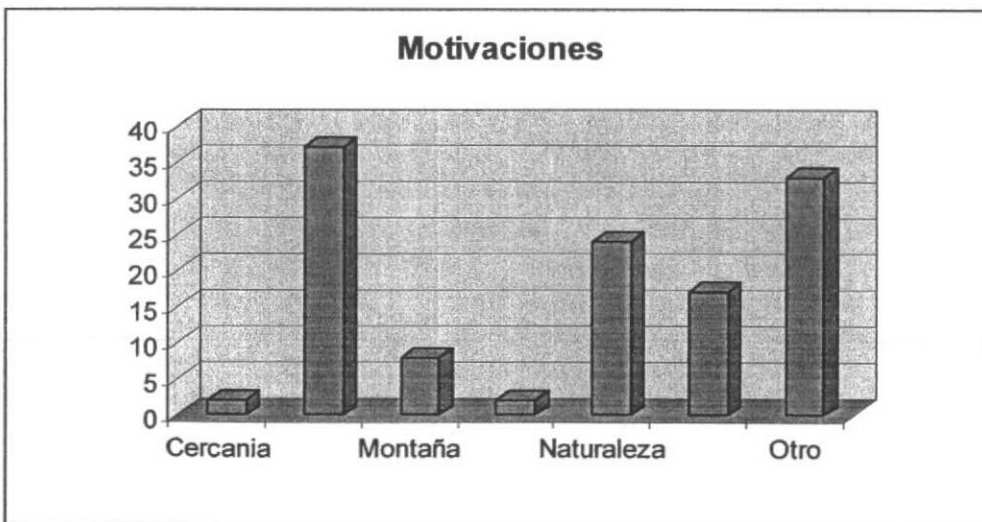
Cantidad de días que utilizan para las vacaciones

TOTAL	142	100 %
1 semana	64	45 %
15 días	48	34 %
Fin de semana	17	12 %
Mas de 15 días	13	9 %



Motivaciones para elegir el destino de vacaciones

TOTAL	100	100 %
Mar	30	30 %
Otro	27	27 %
Naturaleza	20	20 %
Posibilidad Económica	14	24 %
Montaña	7	7 %
Cercanía	2	2 %
Lugares históricos	2	2 %

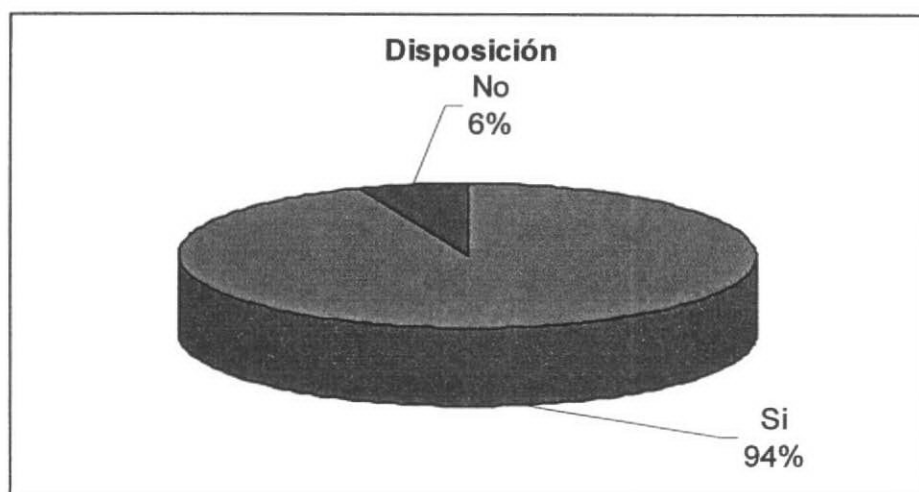


En cuanto a las motivaciones que tienen las personas para elegir un destino de vacaciones podemos ver que están muy fragmentadas las respuestas, si bien un tercio elige destinos sobre el mar, también encontramos con un 20 % que eligen el destino por el contacto con la naturaleza del lugar y un 24 % por la posibilidad económica al momento de tomar vacaciones. El resto de las respuestas con menor importancia, están divididas en un 7 % por la montaña, un 2 % por la cercanía y otro 2 % por lugares que son históricos.

Potencialidad del prospecto.

Disposición a realizar un viaje en tren de época

TOTAL	100	%
Si	94	94%
No	6	6%
NS NC	0	0%



Definitivamente es prácticamente total la aceptación cuando preguntamos si estarían dispuestos a realizar un paseo turístico en una locomotora a vapor de época.

Ticket promedio que pagarían los visitantes con disposición a hacer el paseo

TOTAL	94	100%
Entre \$ 20 y \$ 50	57	61%
Menos de \$ 20	14	15%
NS NC	9	10%
Entre \$ 70 y \$ 100	6	6%
Mas de \$ 100	4	4%
Entre \$ 50 y \$ 70	3	3%
Nada	1	1%

Datos estadísticos:

Promedio: entre \$ 20 y \$ 50

Moda: entre \$ 20 y \$ 50

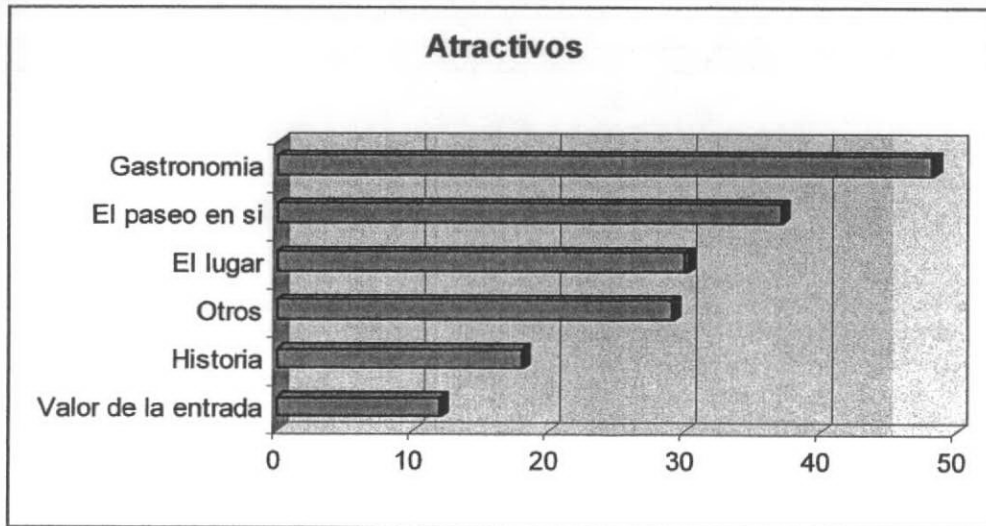
Mínimo: Menos de \$ 20

Máximo: Más de \$ 100

A través del análisis de los valores calculados con respecto al ticket de entrada que estarían dispuestos a pagar quienes realizarían el paseo en tren, podemos notar que tanto el promedio como la moda caen en el intervalo de entre \$20 y \$ 50 pesos. A su vez en correlación con dichos datos, vemos que un 61 % eligió dicha opción. El mínimo que pagarían sería un ticket de menos a \$ 20 y el máximo sería un ticket de más de \$ 100.

Atractivos valorados del paseo

TOTAL	174	100%
Gastronomía	48	28%
El paseo en si	37	21%
El lugar	30	17%
Otros	29	17%
Historia	18	10%
Valor de la entrada	12	7%



En relación a los atributos que los encuestados manifestaron valorar de existir un paseo así, distinguimos que un 28 % valora la gastronomía que se podría ofrecer en el tren y un 21 % valora el desarrollo del paseo en si mismo, sin importar tanto otros atributos.

Con menores respuestas, vemos que a un 17 % le interesa el lugar desde donde sale el paseo en tren, un 7 % elegiría realizar el paseo según el precio de la entrada y un 10 % en función de la historia asociada al tren y el lugar.

4.3 Segmento residentes.

Como se detallara en el inicio del capítulo para una pesquisa de aceptación de los atributos e ideas fuerza del proyecto se realizaron con técnicas cualitativas en el segmento de residentes, entrevistas y discusiones de grupo, seguidamente se exponen los abstract y conclusiones sobresalientes para cada sub-grupo.

Empresarios:

Se realizaron diez entrevistas en profundidad (la guía de pautas y el listado de los participantes se adjunta en anexos con detalle de las organizaciones a las que pertenecen y cargos). Seguidamente se transcriben las conclusiones y aspectos salientes de las entrevistas:

Aceptación del concepto y de la propuesta. En términos generales el concepto es rápidamente comprendido y la propuesta de desarrollo aceptada en sus atributos básicos, en la mitad de los casos existe una preocupación por el rol que desempeñará el estado en la prestación del servicio.

Resumiendo: esto es una actividad privada? Ha sido la pregunta dominante ya que su respuesta condiciona la disposición a invertir en un proyecto mixto público – privado sobre la base de una concesión. Aclarado el punto se percibe una clima favorable al desarrollo de negocios.

Atracciones y / o servicios adicionales sugeridos. En todos los casos se identifican aspectos ya considerados referidos a la cultura e historia de las localidades, recorridos temáticos y producción de materiales (merchandising, fascículos y material de lectura, revistas, libros, folletos, etc.).

Adicionalmente se propuso la creación de una granja para paseo complementario pensando en los circuitos del segmento escolares urbanos y en el desconocimiento de la vida agreste.

En cuatro casos se propone un circuito complementario con cabalgatas y recorridos fluviales por la laguna de la Picasa, éstos son compartidos también con COMBOS de atracción del futuro casino y el SPA existente.

Dudas respecto de la operación. La principal duda referida a la operación está fundada en las cuestiones estrictamente de seguridad en el transporte, hay un profundo desconocimiento y por lo tanto temor a los aspectos de la seguridad ferroviaria, sus maniobras y sistema de acople.

El resto de los interrogantes son típicos de un sector de atracciones, fueron frecuente las preguntas: Cómo piensan convocar y vender los recorridos? Qué sucede con el mal tiempo? Qué canales de comercialización integrarán el emprendimiento?

Alternativas de inversión. Referidas a las posibilidades concretas de inversión la totalidad de los consultados optaron por atracciones complementarias a la principal, en parte por visualizar una escala más pequeña y controlable, en parte por comprender que asociarse para poner en marcha un tren requiere de inmovilización de capital y en parte porque la figura de ente mixto con el estado municipal no convence respecto al mantenimiento de la seguridad jurídica de los contratos.

Identificación de oportunidades. Claramente se identifica al Ticket como la principal fuente de ingreso del proyecto, respecto de su valor la totalidad de los entrevistados han dado un valor de piso superior a los \$ 30 y considerando la integración de gastronomía, guía de turismo y servicios adicionales ha trepado hasta \$ 100 cada viaje guiado ida y vuelta.

Adicionalmente al paseo la gastronomía ocupa preponderantemente las oportunidades identificadas, adaptadas a los target de mercado van desde parrillas tradicionales, picadas camperas, comidas típicas de campo (locros, guisos, empanadas, humitas, etc.) hasta restailing estéticos de lo que comúnmente se denomina Funny Meels (comida divertida).

Las atracciones de juegos ocupan el segundo lugar en preferencia de los empresarios con isla de entretenimientos al aire libre, parque de diversiones, puestos de kermesse, etc. En tercer lugar aparecen las tiendas de indumentaria y Gift Corner (tazas, llaveros, gorras, boligrafos, miniaturas, etc.)

Propuestas comerciales. En ningún caso se recibió una propuesta firme para integrarse comercialmente al proyecto aunque si se manifestó mucho interés, entendemos que aún es prematuro y requiere de ciertas realizaciones como lo son la asignación del material rodante y el comienzo de la puesta en valor para envalentonar a los inversores.

También se percibió en algunos casos una cautela respecto a posibles inversiones derivada de cierta incertidumbre macro económica y política nacional de cara al proceso electoral en marcha.

Aspectos negativos y/o inconsistentes del proyecto. El aspecto considerado más desfavorable, unánimemente, es la distancia con los centros poblados y las dificultades de los accesos.

Si bien es cierto que Firmat se encuentra vinculado con Rosario por ruta a 45 minutos de coche, la inexistencia de autopistas y aeropuertos y fundamentalmente el hecho que el circuito no esté integrado a las principales atracciones del País (Cataratas, Glaciar Perito Moreno, Bariloche, etc.) lo que lo separa del ritmo habitual de las agencias de viaje.

Conclusiones. En términos generales podemos concluir que para los entrevistados vinculados a los negocios el proyecto es aprobado con recelo para la inversión directa pero es identificado claramente como una oportunidad receptiva considerable.

El interés manifiesto en saber del estado de avance del proyecto demuestra que es percibido con valor agregado dentro de la oferta posible de diversificación de inversiones.

Los aspectos negativos que se expresaron no son ajenos a la especificidad de los negocios de este sector, accesibilidad y mezcla de comunicación de marketing más lo relacionado a la operación propiamente dicha de transporte. En resumen asegurar una atracción íntegra minimizando los errores de gestión y garantizando la seguridad en el transporte.

Si bien la herramienta no permite extrapolar los resultados conseguidos con estas entrevistas al universo de los hombres de negocios si podemos decir que en los casos entrevistados hay cierta expectativa positiva por rescatar la historia y cultura de la región con un emprendimiento de esta envergadura y no escapa el segmento a los recuerdos nostálgicos de otros tiempos con trenes a vapor.

Operadores de Turismo:

Se realizaron diez entrevistas en profundidad (la guía de pautas se adjunta en anexos). Seguidamente se transcriben las conclusiones y aspectos salientes de las entrevistas:

Aceptación del concepto y de la propuesta. En todos los casos el proyecto ha sido muy bien recibido, comprenden el concepto y tienen una perspectiva muy positiva respecto de la realización efectiva del mismo.

Como una propuesta para el mediano plazo lo hallan totalmente atractivo para los turistas y consideran que en el largo plazo se podría acoplar otras ciudades ligadas al tren, para armar una oferta más amplia dentro de la provincia de Santa Fe.

La mayor preocupación respecto del trayecto surgió por el poco conocimiento de Firmat como zona turística. Otra de las inquietudes manifestadas es la existencia del atractivo del paisaje que podrían ver los turistas desde el tren en su recorrido.

A lo anteriormente dicho señalaron que será vital contar con el apoyo del estado provincial para promover el proyecto, sobre todo de la ciudad de Rosario y de Buenos Aires, porque las mismas cuentan con una gran afluencia de turismo, la cual podría ser seducida a Firmat para realizar el paseo en el tren.

Atracciones y / o servicios adicionales sugeridos. En relación a las atracciones del tren, la atracción principal directamente relacionada ha sido las paradas que este realizará. Todos observaron que los trenes turísticos existentes en Argentina que han sido exitosos, poseen paradas dentro del recorrido, donde cada una tiene algún atractivo especial, que hace más agradable el viaje.

Además todos los entrevistados coincidieron en que es casi tan importante como el tren, la creación de atractivos adicionales, porque piensan que los turistas no se trasladarían hasta la zona únicamente por el tren. Relacionado con este aspecto señalaron como muy positivo la instalación del casino de Melincué.

Otros atractivos no relacionados específicamente con el tren que sugieren son las ofertas relacionadas con el campo y las estancias, dada las características de la zona. En este aspecto señalaron que podría anexarse “un día de campo”, con gastronomía típica como asado criollo, paseos a caballo, explicación de las actividades productivas de la zona etc. y por otro lado “un día en la laguna” también con gastronomía típica y actividades relacionadas a la pesca.

Los entrevistados opinan que este tipo de atractivos adicionales pueden ser de especial interés para atraer turistas extranjeros, ya que son ofertas que están en constante y creciente demanda.

Dudas respecto de la operación. Las dudas que surgen respecto la operación del trayecto unánimemente fue la seguridad en el transporte y el continuo funcionamiento sin interrupciones.

Todos coinciden que fallas en el funcionamiento, tardanzas en los horarios de los recorridos y desperfectos que pudieran ocurrir durante el trayecto podrían afectar negativamente la imagen del destino como un paseo turístico.

La mayoría de los entrevistados manifestaron tener grandes dudas sobre el estado de las vías y el reacondicionamiento de las máquinas que se operarán; y que para salvar este punto negativo será de suma importancia mostrar el tren y su interior en todo el material de comunicación, para transmitirles tranquilidad a los turistas.

Precios de ticket. En la pregunta sobre el precio del paseo fue donde surgieron mayores diferencias. El precio sugerido va desde los \$ 30 hasta los \$ 100. Más allá del precio específico 3 entrevistados comentaron que se debería tener en cuenta un paquete familiar, ya que si la visita está compuesta por una familia de 4 o 5 integrantes, deberá estudiarse la forma de no encarecer demasiado el precio total sumado de todos los integrantes.

Además surgió la duda del precio en relación al público que se intentará atraer para que realice el paseo. Otra opción que surgió fue la creación de distintas categorías dentro del tren, para atraer distintos tipos de segmentos turísticos., con precio diferenciados según la categoría. A esto aclararon que cada categoría debería estar diferenciada por el confort, la comodidad y los servicios adicionales.

Material y esfuerzo total de comunicación. Con respecto a la comunicación de la oferta turística del tren todos los entrevistados expresaron que gran parte del éxito será la correcta comunicación del destino. Destacaron que se debería contar con folletería tanto para turistas como para interesar a las agencias de turismo, afiches, página web, material multimedia, CD interactivos entre otros.

También piensan que puede ser muy útil la colocación de publicidad en vía pública y cartelera en los accesos a las ciudades cercanas más importantes como Rosario, Santa Fe y Buenos Aires. Asimismo creen que es fundamental contar con una oficina de turismo en la zona totalmente capacitada y preparada para brindar información.

Un aspecto muy importante que destacaron para poder comercializar el destino a través de las agencias de turismo podría ser la invitación de las agencias más importantes de la provincia de Santa Fe y Buenos Aires, para que conozcan el lugar, el tren propiamente dicho y los atractivos de la zona, y de ésta manera lograr generar mayor interés. Aclararon que este tipo de actividades se realizan normalmente para los mayoristas de turismo.

Comentarios adicionales. Un punto que señalaron 5 de los entrevistados fue relacionar la zona con el descanso y la tranquilidad para atraer turistas de las grandes ciudades como Buenos Aires o Rosario, que buscar lugares para visitar que provean seguridad, tranquilidad y relax., ya que este tipo de destinos requeridos están en auge.

Un aspecto negativo señalado a la hora de comercializar el proyecto a través de agencias de turismo fue la falta de cultura de turismo receptivo en la provincia.

Otro aspecto importante es verificar la señalización de las rutas para llegar hasta Firmat, comprobar el estado de las mismas y chequear los medios de transporte (autobuses) desde los distintos centros urbanos poblados más cercanos, para asegurar que realmente se podrá llegar hasta allí (frecuencias, horarios, etc.)

Participar en las ferias de turismo que se hacen a nivel nacional e internacional para dar a conocer el destino. Establecer y comunicar exactamente la capacidad hotelera de la zona para recibir al turismo.

Conclusiones. Si bien no podemos extrapolar las conclusiones a la totalidad del segmento podemos afirmar que en los entrevistados hay un convencimiento que el tren solo no es una oferta en si misma, sino que hay que complementarla para que sea realmente atractivo.

También percibimos que es una demanda del sector trabajar con la secretaria de turismo de la provincia y sobre todo con Rosario, porque el turismo allí está en auge y podría captarse ese target.

Representantes de la cultura:

Se realizaron dos grupos de enfoque de 8 integrantes cada uno, los participantes son de un variado conjunto de activistas culturales en artistas plásticos, escultores, actores, músicos, críticos, cineófilos. Seguidamente se presenta un abstract de las conclusiones sobresalientes y de los emergentes consolidados del segmento:

En general no hay registro de actividades culturales de valor en el interior de la Provincia, se percibe vagamente una actividad desde lo rural, la música, el folclore, la artesanía y poco más.

Distinto es el aspecto cuando se considera el valor de la cultura local, la historia y lo relacionado fundamentalmente al tren, el ferrocarril y su impronta, aún así solo representa un valor relativo comparado con la oferta cultural de Rosario y su cosmopolita composición de arte.

El concepto y la propuesta es ampliamente aceptada, se percibe un asombro por la posibilidad de poner en valor una infraestructura de esta característica y el hecho que desde el Estado haya un involucramiento tan claro y aún más de la existencia de empresarios capaces de apostar a este tipo de negocios.

Textual: " Y ustedes me dicen que van a invertir 3 millones en poner esto a funcionar? . Saben lo que cuesta conseguir padrinos de este tamaño para hacer actividades culturales? "

El mejor provecho de las apreciaciones del grupo han sido los anexos propuestos, es evidente que las posibilidades al arte que abre un espacio de esta naturaleza son infinitas, seguidamente se listan las ideas para completar la oferta cultural:

Muestras de pintura, escultura y salón anual de arte "La Ruta del Tren", muestras de cine, video documental temático, específico de la historia y general, producción de TV semanal ó mensual con visitantes, NOTI TREN (un noticiero con las experiencias de adultos y niños del paseo), producción gráfica con sociales (fotos, testimonios).

Encuentro anual coral y de música folclórica, desarrollo de una compañía de teatro del tren y actuación en fines de semana en puestas en escena como atracciones complementarias, mimo y zancos (escuela y vivencial de pasajeros), producción de artesanías específicas y merchandising regional, murga (desarrollo y actuación), escuela de tango y danzas referidas a la inmigración (flamenco, pasodoble, música del volga, etc.), gigantografías y muralismo, arte electrónico y desarrollos web, entre otros.

Como era de preverse no han surgido de los grupos apreciaciones económicas de sustento a las actividades culturales ni opinión respecto del ticket, no obstante la opinión llegada el tema es Textual: “ Que sea lo menor posible – esto debe estar al alcance de todos – el Estado tiene que ayudar. ”

Referido a los aspectos negativos percibidos están dentro del estándar de toda la opinión: seguridad en el transporte, continuidad en la prestación del servicio, integridad de la propuesta temática y si se quiere específico del grupo se puede mencionar la expectativa de gratuidad de algunos servicios culturales: Textual: “ Uno no puede cobrar a la gente por una actividad cultural – debería incluirse en el ticket – además los empresarios van a ganar con la gastronomía ”

Conclusiones – Recomendaciones: como aspecto concluyente no extrapolable al universo podemos citar que el segmento es referente y formador de opinión en medios e informantes clave de los atributos y beneficios que aportan valor cultural a la propuesta. Como recomendación general se propone realizar actividades específicas con los líderes del segmento (presidente de asociaciones, conservacionistas, actores culturales clave y críticos) para promocionar el proyecto y de ser posible involucrarlos en el desarrollo de la oferta cultural complementaria.

Educadores

Se realizaron 2 grupos de enfoque de 8 integrantes cada uno, las participantes han sido maestras, profesoras y directoras de escuelas de la provincia de Santa Fe, de todos los niveles educativos.

En relación a los viajes escolares que se realizan dentro de un marco escolar, en general todos los participantes manifestaron que cada año realizan viajes con los alumnos de distintos niveles.

El motivo principal de dichos viajes son básicamente dos: uno relacionado a las materias de estudio y su relación con el lugar a visitar y uno relacionado al fin de curso en 7mo y 9no de la EGB y 3er año del Polimodal.

Los viajes de 3er año del polimodal son a Bariloche como festejo de fin de la educación secundaria, por lo que la escuela prácticamente no se involucra. En cambio, ya sea viajes relacionados con las materias o viajes de fin de 7mo o 9no grado la escuela tiene una participación activa en su organización.

Mientras que para las materias se realizan viajes a la capital de la provincia de Santa Fe o Rosario por su valor histórico, como viaje de fin de curso eligen destinos como Carlos Paz y Misiones. En general los viajes son organizados por las maestras del grado que viajará en conjunto con la dirección de la escuela y un grupo de padres o la cooperadora de la escuela.

Un punto negativo detectado es que en muchos de los casos se han dejado de realizar viajes por motivos económicos, ya que los padres no podían costear los mismos. Otro motivo por el que se han dejado de hacer viajes es la falta de disciplina de los alumnos durante los viajes.

Textual: "Las visitas a localidades fuera de donde está ubicada la escuela son muy útiles para los alumnos, amplía sus conocimientos y es una excelente oportunidad de integración, por eso muchas veces reclamamos fondos de estado, ya sea de la municipalidad o del estado provincial / nacional, porque deben ser considerados como algo tan importante como tener tizas para escribir en el pizarrón"

El concepto y la propuesta de la realización de un paseo en un tren turístico es totalmente aceptada. Un aspecto positivo que destacaron es la falta de conocimiento de los alumnos del tren como medio de transporte, por lo que creen que el paseo será sumamente atractivo para realizar con los alumnos.

En este aspecto todos destacaron la necesidad de contar con guías capacitadas y especializadas durante el paseo, para que puedan brindarles información a los alumnos que les sea de utilidad y para que luego puedan realizar trabajos prácticos o evaluaciones.

Textual: "Sería muy lindo que los chicos puedan hacer este viaje, ya que ninguno de ellos viajó en tren. Podemos aprovechar una oportunidad así para enseñarles gran parte de la historia de nuestro país y sobre todo de nuestra provincia, y el desarrollo económico que se logró cuando se instalaron los trenes en Argentina"

Una gran preocupación es la seguridad con la que operará el tren, como por ejemplo: "que las puertas cierren bien, que no se paré en el medio del camino, que haya barreras, que no haya accidentes, que no haya vidrios rotos..."

Se detectó un gran sentimiento de afecto de todos los participantes con el tren, ya sea porque algunos lo han utilizado como medio de transporte o porque recuerdan cuando el tren funcionaba y pasaba por su ciudad.

Un punto conflictivo es el precio del paseo, ya que piensan que si el estado es parte de este proyecto, el costo para los alumnos debería ser mínimo, solo teniendo que hacerse cargo del traslado hasta Firmat y las comidas.

Asimismo, piensan que si el proyecto es totalmente privado, se podría pagar un ticket desde unos \$ 10 a unos \$ 30 pesos por alumno. En este aspecto señalaron que es muy diferente la situación de escuelas marginales, que sea cual fuere el precio del ticket, no podrán realizar el paseo si hay que pagar todo el viaje, y nuevamente volvieron a opinar que en esos casos el estado debe proveer fondos para que en esas escuelas también se realice el paseo.

Como conclusión todos se manifestaron con muchas expectativas sobre la realización del paseo, muy interesados y entusiasmados pero con la gran duda: ¿será suficientemente seguro para llevar alumnos bajo la responsabilidad de la escuela?.

4.5 Conclusiones.

Para dar un marco concluyente a la investigación tomaremos en cuenta valores sumados de los segmentos que tuvieron oportunidad de pesquisarse en forma cuantitativa, luego explicitaremos los 4 factores críticos de éxito que a nuestro criterio surgen como emergentes del trabajo cualitativo y por último esbozaremos aspectos a tener en cuenta para formular el posicionamiento competitivo, tema del tercer y último informe de este estudio.

Respecto al segmento de escolares el 77 % realizan habitualmente viajes de estudio, de ellos el 80 % se realiza en los ciclos EGB 2 y polimodal, lo hacen (en un 89% de los casos) una vez al año y el 45 % de los destinos corresponde a visitas a las ciudades de Santa Fe y Rosario. El 74 % de las temáticas elegidas son de estudio y en el 95 % de los casos corresponde a temas curriculares, el 82 % de los viajes son organizados y coordinados por directivos y docentes. Habitualmente erogación entre \$ 50 a \$ 100, en el 74 % de los casos con dinero de los padres y en menor medida de colectas específicas y por último la propuesta es aceptada en un 99 % de los entrevistados y el ticket promedio es de \$ 50 en el 63 % de los casos.

En el segmento turistas hay que considerar que el 48 % de los casos permanece en Rosario más de un día lo que permite ofrecer el destino, el 70 % de los entrevistados declara viajar para asistir a un congreso o por negocios (lo que confirma la hipótesis de destino de trabajo), el 48 % toma alojamiento y el 90 % de los entrevistados se moviliza en automóvil. Respecto a la aceptación de la propuesta ésta es válida para el 94 % de los casos y la disposición a pagar un ticket esta en valores que oscilan entre \$ 50 y \$ 100

Del trabajo de investigación con herramientas cualitativas surgen claramente 4 ejes que constituirán la base de sustentación de la estrategia de posicionamiento, estos son:

Un lugar con Historia – Un destino atractivo: El desarrollo completo de la oferta y desarrollo de productos en base a las ventajas comparativas del entorno y la historia del lugar constituye la base de apoyo de la oferta turística. Historia, economía, cultura y diversión son los cuadrantes del éxito del producto.

Un viaje Incrible – Una experiencia inolvidable: La experiencia misma del viaje en tren con más los aditamentos de alistamiento pre viaje, la parada obligada de campo y la instrucción del avance tecnológico en los transportes constituye para todos pero fundamentalmente para los niños un recuerdo emotivo solo comparable con navegar, andar a caballo o volar.

Una comunicación integrada – Un mensaje dirigido: Gran parte de la mezcla de marketing estará sustentada desde la comunicación, comenzando con la presentación del proyecto en sociedad con diferentes etapas (pre proyecto, desarrollo, puesta en marcha, etc.). Tanto la elección correcta de las marcas y lemas marcarios, como así también los soportes de identidad corporativa deben contemplar toda la cadena de desición de consumo: educandos, maestros y directores, padres, familias, turistas, agencias de viajes, etc.

Una operación impecable – Un paseo seguro: La preocupación atendible de seguridad en el transporte y de consistencia en la operación debe interpretarse como una oportunidad más que como una desventaja. Esto significa una preocupación permanente en el mantenimiento y reaseguro de la operación de transporte y atracción.

Posicionamiento Competitivo, resumen de las ideas fuerzas que cristalizarán el proyecto: Único – Innovador – Rescata el Patrimonio – Revaloriza la Historia – Promueve la cultura del trabajo – Enseña y Educa – Divertido – Emocionante – Increíble.

La propuesta a desarrollar en el final del trabajo consiste en el establecimiento de la correcta mezcla de marketing y una aproximación de plan de negocios.

5. CONTEXTO Y ESTRATEGIA

5.1 Visión y punto de partida.

Crear un destino turístico con identidad propia, revalorizando el patrimonio histórico relacionado al ferrocarril y otros atractivos con la historia provincial santafesina y nacional en la zona de Firmat y sus alrededores.

A través de esta premisa se pretende lograr la participación activa de todos los actores intervinientes (municipalidades, gobierno provincial, empresas privadas, agentes de turismo y habitantes de la región), en pos de una mejora económica y social para la zona.

Se pretende generar un destino turístico competitivo y sustentable a largo plazo.

5.2 Análisis del contexto.

• Oportunidades y potencialidades

1. Notable incremento del turismo internacional que visita Argentina desde el año 2001 por el tipo de cambio favorable en relación al dólar y al euro.
2. Puesta en marcha del casino en la ciudad de Melincue y la recuperación de la laguna que potenciarán la oferta del tren.
3. Tendencia creciente de los turistas a buscar destinos alternativos a nivel nacional (turismo rural, de estancias y de descanso)
4. Cercanía con la ciudad de Buenos Aires y Rosario, dos grandes centros urbanos con capacidad de generar tráfico.
5. Rosario se ha posicionado claramente como un destino para grandes eventos, lo que puede resultar en potenciales visitantes al paseo del tren.
6. Total aceptación del concepto en los diferentes públicos a realizar un paseo en tren. Este dato surge de la investigación realizada en el segundo informe.
7. Se trata de una propuesta de turismo original para la provincia de Santa Fe y la región.

- **Amenazas y deficiencias**

1. Falta de infraestructura turística en alojamiento para recibir gran cantidad de visitantes.
2. Insuficiencia en los medios de transportes para llegar hasta Firmat
3. Escaso conocimiento de la zona como destino turístico a nivel nacional e internacional.
4. No existe cultura de turismo receptivo en la región.
5. Posibles cambios en las condiciones macroeconómicas pueden resultar perjudiciales para el proyecto.
6. Escasos recursos humanos calificados para atender al turismo.

5.3 Estrategia Generica.

La estrategia genérica ideal a seguir para la ruta del tren es el **DESARROLLO DE PRODUCTO** turístico, entendido este no solo como el desarrollo del paseo del tren únicamente, sino también el desarrollo de todos los recursos de la ciudad de Firmat y sus alrededores (mencionados en el primer informe).

Llamamos Producto Turístico en este caso al conjunto de atractivos históricos, culturales y relativos a la naturaleza, capaces de atraer la atención de los segmentos delimitados en el segundo informe.

Específicamente la estrategia para la primera etapa debería ser el desarrollo de toda la oferta primaria entendida como el paseo específico del tren y el de la oferta secundaria (museos, gastronomía, visita a campos, entre otros nombrados en el segundo informe).

Esta estrategia consiste en aprovechar las oportunidades que presenta el contexto y las potencialidades que de la zona, las cuales son valoradas por los turistas.

A través de este desarrollo se minimizarán las amenazas y se corregirán las deficiencias, para alcanzar el éxito del proyecto.

La elección de esta estrategia se aconseja pues se pretende desarrollar un producto totalmente nuevo en una región que no tiene prácticamente historia de haber sido un destino turístico que reciba grandes cantidades de visitantes.

Siguiendo la visión la estrategia genérica para el desarrollo del destino deberá estar basada en los siguientes ejes diferenciadores:

1. Revalorizar la historia argentina.
2. Reinventar el sentimiento de afecto al tren.
3. Descanso y tranquilidad.
4. Destino original e innovador.
5. Campo argentino y llanura.
6. Opciones culturales.

- **Posicionamiento.**

El posicionamiento general del proyecto será la **DIFERENCIACION** basada en la originalidad del concepto y del producto turístico.

Después de realizar toda la investigación se detectó un gran sentimiento de afecto al tren y la total predisposición y gran expectativa a realizar un paseo, por lo tanto se pretende rescatar este concepto para diferenciar el producto de otros destinos.

Surge el siguiente cuadro para el desarrollo del producto y su posicionamiento, en base a dos variables básicas investigadas:

Precio bajo	Precio Alto	
PROMOCIONES DE PRECIOS Y FAN TOUR	CLIENTES PRMIUM TURISTAS INTERNACIONALES Y DE ALTA GAMA	Requiere gran cantidad de servicios, de alto nivel
MERCADO DE CERCANIA Y ESCOLARES	CUADRANTE MERCADO INEXISTENTE	No requiere gran cantidad de servicios

Los dos cuadrantes marcados en amarillo son los dos grupos que se deberá atraer considerados en el posicionamiento como targuet.

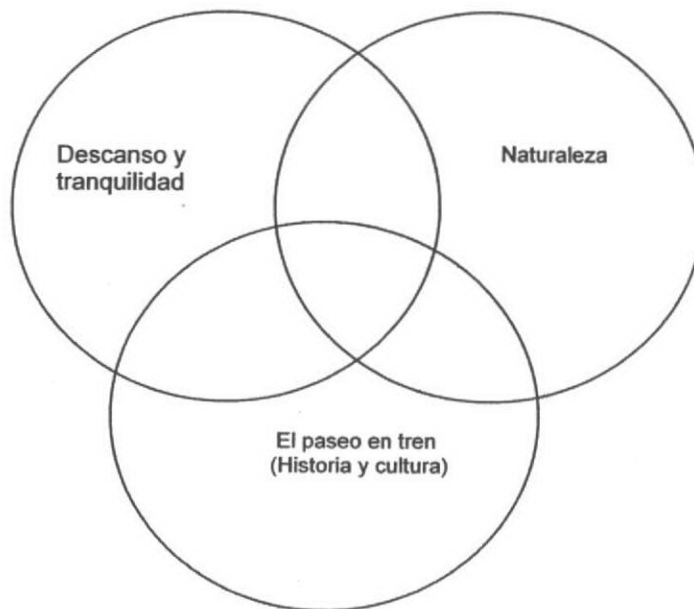
Por un lado tenemos un cuadrante donde encontramos turistas que requieren una gran cantidad de servicios de alto nivel en alojamiento, gastronomía y servicios adicionales en el paseo de excelencia. Este grupo de turistas son aquellos que estarán dispuestos a pagar un precio mayor por el producto.

Por otro lado, tenemos un grupo de turistas dispuestos a pagar un precio mas bajo pero que a su vez requieren servicios turísticos estandarizados y tradicionales, no estarán dispuestos a pagar un precio mayor por mayores servicios. Dentro de este cuadrante se ubicarán la mayoría de los turistas tradicionales, adultos mayores y escolares.

Para el desarrollo de los conceptos y atributos en la comunicación y variables operativas hemos desarrollado un modelo de tres ejes conceptuales de interés, estos son:

1. Búsqueda del descanso y la tranquilidad.
2. Interés por el paseo en tren su historia y su cultura.
3. Contacto con la naturaleza.

En base a los atributos valorados surge el siguiente esquema:



En primer lugar tenemos un grupo de turistas que visitarán el destino en busca de descanso y tranquilidad únicamente, donde el paseo en tren solo será un anexo a su visita. Asimismo también encontramos un grupo que además de buscar esto, también requerirá el contacto con la naturaleza y el desarrollo de actividades rurales y relacionadas con el campo y la pesca.

En segundo lugar tenemos un grupo de turistas que visitarán la ciudad atraídos únicamente por el paseo en tren y no valorarán las propuestas adicionales que puede ofrecer el destino, que puede ser el caso de aquellos turistas que solo irán a pasar el día y no se hospedarán en la zona.

Aunque existe un grupo que además de la visita del tren sentirá atraído al contacto con la naturaleza y el desarrollo de actividades alternativas ó requerirá descanso, tranquilidad y relax.

En tercer lugar tenemos un grupo que se sentirá atraído por las propuestas en cuanto a recursos naturales que ofrece la zona. Este es el caso de aquellos que prefieren el turismo rural, la pesca y el contacto con la naturaleza.

Por ultimo, en cuarto lugar encontramos aquellos turistas que visitarán la zona en busca de todos los atributos mencionados anteriormente, es decir querrán hacer el paseo en tren, descansar y estar en contacto con la naturaleza. Estos serán los turistas que "comprarán" el producto turístico completo y quienes representarán los mayores ingresos para la Firmat y la zona.

5.4 Efectos secundarios.

Por las características del proyecto y la zona donde se desarrolla percibimos un conjunto de efectos secundarios o derrame de consecuencias. Por cierto que la determinación exacta de su magnitud e influencia en la economía es imposible establecer, al menos en este estudio, pero si resulta de importancia la enumeración para ser considerada en su totalidad como aporte. Sin ser una lista taxativa esto comprende los siguientes aspectos:

1. Creación de nuevos puestos de trabajo en forma indirecta en servicios.
2. Capacitación y saber hacer en nuevos negocios relacionados al turismo.
3. Promoción de ventas de artículos regionales.
4. Concientización en educadores y educandos de la historia de la región.
5. Up – grade de calidad en proyectos de servicios.
6. Recreación de la mística del transporte ferroviario.
7. Demostración de capacidades para un emprendimeinto de riesgo.

6. MEZCLA DE MARKETING

6.1 Mezcla de marketing genérica.

Como consecuencia de la situación de contexto y del posicionamiento estratégico del proyecto se desarrollan a continuación las variables controlables de la mezcla comercial (producto, precio, comunicación y canales de distribución) con las particularidades del caso.

Luego y separadamente se especifican las adaptaciones a la mezcla requerida para dar con suceso en cada producto mercado de la segmentación elegida.

Producto:

El producto incluye los siguientes atributos y servicios asociados:

Básico:

Paseo en tren a vapor entre las localidades de Firmat y Melincué de dos horas de duración.

Ampliado:

Recepción en la estación de trenes de Firmat en un ambiente preparado especialmente con imágenes y decorados alusivos al servicio.

Posibilidad de efectuar reserva telefónica o por internet de los tickets de viaje.

Ventanillas de ventas de tickets.

Gastronomía temática.

Posibilidad de contratar servicios de refrigerios a bordo.

Actividades

Potencial:

Paquetes especiales para grupos.

Actividades con otras atracciones: recorridos de campo, estancias, paseos en la laguna, etc.

Marca, lema y sub marcas:

La marca genérica será LA RUTA DEL TREN soportada por el origen destino para dar territorialidad al concepto: FIRMAT – MELINCUE. Es recomendable homogenizar el conjunto de sub marcas que se generarán en las atracciones complementarias, por ejemplo:

Estación Firmat (marca) En la ruta del tren (lema).

Parador Durhan (marca) En el camino de los rodeos (lema).

Asador criollo (marca).

Precio:

La variable precio adquiere para el proyecto una dimensión importante ya que será la que funcione como segmentador de los mercados, se proponen tres escenarios en el valor del tiket para considerar, la definición final estará a cargo de la dirección del proyecto ya que impacta de lleno en los resultados del plan comercial.

Cauce de discrecionalidad para la fijación de precios de tiket.

Escenario	Mínima	Media	Máxima
Valor tiket Escolar	\$ 30	\$ 50	\$ 50
Valor tiket Turista	\$ 50	\$ 70	\$ 100
Anualizado	10 meses	10 meses	10 meses
% de ocupación	60 % total	65 % total	70 % total
Promociones de precio	Sin promo.	Sin promo.	Sin promo.
Comisiones de Agencia	Sin comisión.	Sin comisión.	Sin comisión.

Para el análisis y seguimiento de la variable es importante considerar que se deberán realizar permanentes monitoreos y correcciones a la política de precios, tanto para aplicar descuentos y promociones como para establecer el correcto valor de elasticidad precio de la demanda. Si cabe este consultor recomienda lanzar con un posicionamiento de precios alto y corregir a la baja.

Comunicación:

Para un correcto desarrollo de la totalidad de las herramientas realizaremos un listado de las posibilidades a utilizar:

1. **Desarrollo de imagen de marca y manual de aplicaciones.** Previsto para todo el proyecto con las ideas fuerza del posicionamiento debe incluir tipografías, iso logotipo, lema y manual de aplicaciones en diversos soportes.
2. **Desarrollos web.** Registro del dominio www.larutadeltren.com.ar y desarrollo de una aplicación tanto informativa / publicitaria como operativa de reservas y contactos.
3. **Aplicaciones de folletería corporativa.** Incluye papelería comercial, carpetas, tarjetas de visitas, facturas, pasajes, et. Todo según patrones definidos en el manual de marca.
4. **Diseño e impresión de folletería comercial.** Incluye series temáticas de acuerdo a los targuet buscados, contempla agencias de viajes, hoteles, directoras de escuelas, consultoras de recursos humanos, etc.
5. **Señalética.** Incluye la totalidad del trayecto, las estaciones terminales y paradas intermedias, sobre un único patron de imagen prevista para aplicar en diversos soportes.
6. **Relaciones institucionales.** Fundamentalmente con gobierno también se preveen acciones con empresas relacionadas y
7. **Publicidad en medios masivos.** Previsto para cuando el proyecto se haya consolidado en el mercado de cercanía sobre la base de sus ventajas diferenciales, se propone cortos de TV de 12 segundos con imágenes del producto pautaada en sistemas de cable, no se descarta gráfica pero si radio.
8. **Publicidad en medios especializados.** Previsto para una vez lanzado el proyecto en medios relacionados a los ferroaficionados y al turismo, hay que identificar las publicaciones y estimar circulación y costo por contacto, pensado especialmente en gráfica aunque no se descarta sitios y publicidad electrónica.
9. **Marketing directo integrado.** Concebido para el segmento escolar con envío por correspondencia de información específica del proyecto y las posibilidades de recibir grupos.

10. **Fan Tour.** Pensado para el segmento de agencias y consultoras de recursos humanos deberá incluir todo el paseo: traslados, alojamiento, paseo y productos alternativos.
11. **Desarrollo de grupos de afinidad.** Concebido para fanáticos, ferroaficionados y defensores de determinados atributos de la cultura del tren debe contemplar un plan anual de beneficios para visitantes frecuentes.
12. **Tarjetas de beneficios.** Acciones para desarrollar en etapa de producto consolidado incluirá atractivos adicionales y beneficios en otras empresas (alojamiento, casino, tratamientos SPA, etc.)
13. **Merchandising.** Si bien esta herramienta de comunicación constituye un negocio en si mismo hay que contemplar una inversión en la producción de artículos alusivos exclusivos (gorra de maquinista, silbato de jefe de estación, etc. y los elementos usuales, lapiceras, paraguas, viseras, etc.).
14. **Publicidad en medios no tradicionales.** Pensado para el producto maduro puede incluir restaurantes, toilets, puntos de tránsito, etc.
15. **Promociones.** Puede desarrollarse en vía pública promocionando el servicio, esta herramienta puede utilizarse al lanzamiento con una excelente performance de costo resultado.
16. **Prensa.** Pensada para todo el proyecto es la herramienta ideal ya que una nota publicada en el lugar y momento correcto puede volcar una cantidad de interesados insospechada.

Si bien todas las herramientas de comunicación deben utilizarse simultáneamente es de especial enfoque en cada producto – mercado específico ya que la efectividad de unas y otras depende además de los atributos a comunicar del target del consumidor.

En cada mercado se esbozará la utilización dirigida de estas herramientas para maximizar los resultados según costo / beneficio.

Canales de distribución:

Para la comercialización del producto y sus servicios asociados se identifican claramente tres niveles de canal basados en una estrategia PUSH al menos hasta imponer el concepto y dar a conocer los atributos del proyecto, estos son:

Canal directo. Pensado como una estructura de ventas con oficina comercial y responsable será quien implementará el esfuerzo total de comunicación del proyecto, se constituirá como interlocutor en el mercado escolar, será también quien atiende consultas y reservas de los otros canales comerciales. Estamos pensando en un/a ejecutivo de marketing con conocimientos de turismo y gran capacidad de trabajo y organizativa.

Canal con agencias de viajes. Este nivel de canal está pensado exclusivamente para el segmento de turistas nacionales e internacionales, tiene todos los condimentos de trato habitual con agencias de viaje que incluye comisiones, preferencias y contactos.

Otros intermediarios. En este nivel de canal agrupamos todas las organizaciones que por diversos motivos constituyan un canal comercial y esto incluye hoteles, consultoras de team building y out door training, empresas de recursos humanos y capacitación gerencial, bureau de eventos y organizadores, etc. El trato y las consideraciones son similares a las agencias de viajes incluyendo comisiones y demás tratos preferentes.

Para el manejo de canales de distribución de un producto-servicio nuevo hay que considerar especialmente que el poder negociador está del lado del canal ya que debemos de alguna forma pagar "el derecho de piso" en el sector.

Si bien la mezcla de marketing en sus variables controlables se dará para toda la oferta de segmentos hemos decidido, en función de las particularidades de cada target, adaptar el uso de determinadas herramientas que permitan la mejor performance de ingreso. Seguidamente se presentan las adaptaciones de la mezcla para cada segmento:

6.2 Producto mercado residentes.

La cercanía del proyecto al mercado de residentes del Gran Rosario hace imprescindible un trabajo de prensa y relaciones institucionales con empresas y gobiernos locales.

En la política de precios debería definirse una promoción de lanzamiento para todos los que residan en un área de xxx km del proyecto para pagar mitad de precio, esto redundaría en una rápida transmisión del boca – boca mejor y más efectivo método de comunicación.

Una idea posible es convocar a intendentes, funcionarios, empresarios y personalidades de localidades vecinas a viajes gratis, para promocionar el destino.

6.3 Producto mercado turistas nacionales.

Aquí la utilización de una agenda de presentaciones en agencias de viajes, bureau de eventos y cámaras del sector constituye junto con la publicidad en prensa especializada y en la producción de material ad-hoc para el segmento las principales acciones de comunicación.

Referido a la variable precios, debería trabajarse paquetes de descuento por volumen de tours con comisiones de agencia incrementales por volumen de ventas, aquí comienza a jugar papel las otras atracciones y complementa el producto alojamiento, transportes y servicios adicionales.

Es en este producto mercado donde los fun-tour desempeñan el mejor papel, es necesario una coordinación para que al menos una vez al mes recibamos un contingente de agencias, empleados y especialistas del sector.



Otro de los factores a potenciar de la mezcla comercial lo constituyen los acuerdos con organizadores de eventos y congresos que por su desempeño y magnitud son los principales motores del turismo en Rosario y Zona.

6.4 Producto mercado turistas internacionales.

Este segmento debe ser comprendido como de largo plazo y desarrollo sustentable, una posibilidad sería colocar el trayecto en la agenda de trenes turísticos a vapor que se desarrolla en todo el mundo, permitiendo un acceso a ferroadicionados y clubes.

La desventaja del proyecto para este segmento reside en la localización ya que se encuentra fuera de los circuitos tradicionales de destino de turistas extranjeros (Bariloche, Cataratas, Glaciar Perito Moreno, Buenos Aires) lo que deberá superarse a fuerza de militancia del concepto.

6.5 Producto mercado escolares.

Este segmento representa el foco del mayor tráfico proyectado de manera que requerirá un desarrollo de la mezcla comercial de especial cuidado. Se propone un trabajo de marketing directo integrado con las directoras de escuelas de toda la provincia en principio para buscar mercados de mayor lejanía en segunda etapa (Buenos Aires, Córdoba, etc.).

El trabajo debe contemplar un programa totalmente aceitado de respuesta de cómo, cuando, donde a que costo, etc. pueden realizarse las visitas.

Si bien está implícito en todo el proyecto la necesidad del apoyo del estado en el desarrollo del emprendimiento, este podría ser un excelente recurso financiando el 100 % del valor del ticket para escuelas carenciadas y públicas de bajos recursos, es necesario para ello un acuerdo con el ministerio de educación para facilitar el trámite.

7. CASH FLOW

7.1 Escenarios y supuestos.

Para una estimación conservadora del flujo de fondos se plantearon tres escenarios de ingresos dominados en su diferencia por el valor del tiket, la mayoría de los conceptos de gastos operativos tiene un comportamiento inelástico y la aplicación de la inversión en puesta en valor es idéntica en todos los casos y de aplicación íntegramente al inicio.

El precio planteado en el cauce de discrecionalidad de la variable da por resultado tres escenarios: de mínima, media y máxima, estos valores son:

Escenario	Mínima	Media	Máxima
Valor tiket Escolar	\$ 30	\$ 50	\$ 50
Valor tiket Turista	\$ 50	\$ 70	\$ 100

El tráfico está planteado en un concepto de operación de seis días a la semana contemplando de martes a viernes para el mercado de escolares y fines de semana para turistas conservando lunes para descanso de personal y mantenimiento.

Con una capacidad total de 240 tiket por viaje y un viaje diario se plantean una tasa de ocupación dividida en los escenarios que va de 60 a 70 %. El volumen de pasajeros transportados al mes se muestra en la siguiente tabla:

Escenario	Mínima	Media	Máxima
Tasa de ocupación	60 %	65 %	70 %
Pasajero de segmento escolar	2304	2496	2688
Pasajeros de segmento turista	1152	1248	1344
Total de pasajeros transportados	3456	3744	4032

Adicionalmente a los ingresos obtenidos por tiket se plantean dos fuentes más de recursos, estos son los obtenidos por venta de merchandising y materiales y las locaciones de los lugares de gastronomía.

Al igual que el tiket se plantean tres escenarios de ingresos mensuales que se muestran en la siguiente tabla:

Escenario	Mínima	Media	Máxima
Venta mensual de artículos.	\$ 10.000	\$ 20.000	\$ 30.000
Locaciones de gastronomía.	3	3	4
Valor de las locaciones.	\$ 1.000	\$ 2.000	\$ 2.500
Ingreso por locaciones.	\$ 3.000	\$ 6.000	\$ 10.000

En todos los escenarios y para todas las fuentes de ingresos se consideró un valor anualizado a diez meses lo que representa una estimación 20 % menor a la capacidad operativa, esta previsión tiene por objetivo cubrir paradas por mantenimiento, vacaciones, festivos y mal tiempo.

Referido a los egresos, estos se comportan de manera regular e inelástica a la demanda exceptuando el costo de combustible y seguros que son proporcionales a la actividad.

En recursos humanos se prevee una plantilla de 7 personas en forma directa, los puestos, salarios y cargas sociales se encuentran desagregados en planillas y se han anualizado a 13 salarios previendo SAC.

El combustible representa el mayor costo en proporción de la operación que va de un 35 a 40 % dependiendo del escenario. Los seguros se han fijado en un 3 % del valor del tiket que es una media del mercado y los gastos comerciales siguen el proceso de escenarios y van de 100 a 150 mil pesos de presupuesto anual para materiales y medios.

El mantenimiento se ha fijado en un 5 % del valor total de reparación anual que sumado a los consumibles cifra unos 200 mil pesos anuales.

Referido a las estimaciones de comportamiento post apertura se han establecido cuotas de crecimiento de gasto e ingreso fija como así también las tasas de descuento anual del dinero.

En las estimaciones se aprecian los valores de tasa interna de retorno de la inversión y los flujos descontados para valor actual neto de los tres escenarios con un detalle de los resultados operados a diez años proyectado.

7.2 Estimaciones, flujo de fondos, cálculo del retorno de inversión y VAN

**PROYECTO LA RUTA DEL TREN
PLAN DE NEGOCIOS**

INGRESOS

1 TIKET	Mínima	Media	Máxima
Valor del tiket escolar	\$ 30	\$ 50	\$ 50
Valor del tiket turistico	\$ 50	\$ 70	\$ 100
Cantidad de pasajeros por viaje	240	240	240
Viajes escolares por semana	4	4	4
Viajes turisticos por semana	2	2	2
Semanas al mes	4	4	4
Ingreso escolares	\$ 115.200	\$ 192.000	\$ 192.000
Ingreso turistas	\$ 96.000	\$ 134.400	\$ 192.000
Ingresos mensuales por tiket	\$ 211.200	\$ 326.400	\$ 384.000
Ingreso anualizado a 10 meses	\$ 2.112.000	\$ 3.264.000	\$ 3.840.000

2 MERCHANDISING	Mínima	Media	Máxima
Ingreso mensual aproximado	\$ 10.000	\$ 20.000	\$ 30.000
Ingreso diario	\$ 417	\$ 833	\$ 1.250
Gasto promedio por pasajero	\$ 1,74	\$ 3,47	\$ 5,21
Costo del material	\$ 5.000	\$ 10.000	\$ 15.000
Utilidad mensual estimada	\$ 5.000	\$ 10.000	\$ 15.000
Ingreso anualizado a 10 meses	\$ 50.000	\$ 100.000	\$ 150.000

3 LICENCIAS DE GASTRONOMIA	Mínima	Media	Máxima
Canon mensual operación	\$ 1.000	\$ 2.000	\$ 2.500
Cantidad de locaciones	3	3	4
Ingreso mensual neto por locaciones	\$ 3.000	\$ 6.000	\$ 10.000
Ingreso anualizado a 10 meses	\$ 30.000	\$ 60.000	\$ 100.000

RESUMEN DE LOS INGRESOS ANUALES PROYECTADOS

1 TIKET	\$ 2.112.000	\$ 3.264.000	\$ 3.840.000
2 MERCHANDISING	\$ 50.000	\$ 100.000	\$ 150.000
3 CANON LOCACIONES	\$ 30.000	\$ 60.000	\$ 100.000
INGRESOS AL 100 %	\$ 2.192.000	\$ 3.424.000	\$ 4.090.000
TASA DE USO Y OCUPACION	60%	65%	70%
INGRESO SEGÚN TASA DE OCUPACION	\$ 1.315.200	\$ 2.225.600	\$ 2.863.000

**PROYECTO LA RUTA DEL TREN
PLAN DE NEGOCIOS**

EGRESOS

1 PERSONAL

Salario maquinista	\$ 3.000
Salario asistente	\$ 2.000
Salario asistente	\$ 2.000
Salario mecánico	\$ 2.000
Secretaria	\$ 1.500
Comercial & Marketing	\$ 2.000
Salario vendedor merchandising	\$ 1.500

TOTAL SALARIOS	\$ 14.000
-----------------------	------------------

CARGAS SOCIALES (40%)	\$ 5.600
------------------------------	-----------------

TOTAL ANUALIZADO (13 SALARIOS)	\$ 254.800
---------------------------------------	-------------------

2 COMBUSTIBLE

COMBUSTIBLE POR VIAJE TONS	2
CANTIDAD DE VIAJES MES	24
TONS MES	48
COSTO TONS FULL	\$ 1.000

COSTO MENSUAL COMBUSTIBLE	\$ 48.000
----------------------------------	------------------

ANUALIZADO (10 MESES)	\$ 480.000
------------------------------	-------------------

3 SEGUROS ANUALIZADO 10 MESES

	Minima	Media	Máxima
--	---------------	--------------	---------------

SEGURO TRANSPORTE EN % TIKET	3%	3%	3%
TIKET ESCOLAR	\$ 30	\$ 50	\$ 50
SEGURO TIKET ESCOLAR	\$ 1	\$ 2	\$ 2
TIKET ANUALES	38400	38400	38400
COSTO SEGURO ANUALIZADO	\$ 34.560	\$ 57.600	\$ 57.600

SEGURO TRANSPORTE EN % TIKET	5%	5%	5%
TIKET TURISTA	\$ 50	\$ 70	\$ 100
SEGURO TIKET TURISTA	\$ 3	\$ 4	\$ 5
TIKET ANUALES	19200	19200	19200
COSTO SEGURO ANUALIZADO	\$ 48.000	\$ 67.200	\$ 96.000

TOTAL COSTO SEGURO	\$ 82.560	\$ 124.800	\$ 153.600
---------------------------	------------------	-------------------	-------------------

TOTAL COSTO SEGURO ANUALIZADO	\$ 117.120	\$ 182.400	\$ 211.200
--------------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------

4 COMERCIALES	Minima	Media	Máxima
---------------	--------	-------	--------

MATERIALES	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000
COMUNICACIONES PUBLICITARIAS	\$ 50.000	\$ 75.000	\$ 100.000

TOTAL COSTO COMERCIAL	\$ 100.000	\$ 125.000	\$ 150.000
------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------

5 MANTENIMIENTO EQUIPAMIENTO

COMO PORCENTAJE DEL VALOR	5%
VALOR PATRIMONIAL	\$ 3.000.000

COSTO ANUALIZADO MANTENIMIENTO	\$ 150.000
---------------------------------------	-------------------

6 CONSUMIBLES OPERACIÓN

PAPAE ACEITE, ETC.	\$ 50.000
--------------------	-----------

RESUMEN DE COSTOS	Mín. Monto	Min. %	Med. Monto	Med. %	Max. Monto	Max. %
-------------------	------------	--------	------------	--------	------------	--------

1 SALARIOS Y CARGAS SOCIALES	\$ 254.800	21,20%	\$ 254.800	19,72%	\$ 254.800	18,93%
2 COMBUSTIBLES	\$ 480.000	39,94%	\$ 480.000	37,15%	\$ 480.000	35,66%
3 SEGUROS	\$ 117.120	9,74%	\$ 182.400	14,12%	\$ 211.200	15,69%
4 COMERCIALES	\$ 100.000	8,32%	\$ 125.000	9,67%	\$ 150.000	11,14%
5 MANTENIMIENTO	\$ 150.000	12,48%	\$ 150.000	11,61%	\$ 150.000	11,14%
6 CONSUMIBLES	\$ 50.000	4,16%	\$ 50.000	3,87%	\$ 50.000	3,71%
7 VARIOS SIN DISCRIMINACION	\$ 50.000	4,16%	\$ 50.000	3,87%	\$ 50.000	3,71%

TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 1.201.920	100,00%	\$ 1.292.200	100,00%	\$ 1.346.000	100,00%
----------------------------------	---------------------	----------------	---------------------	----------------	---------------------	----------------

PROYECTO LA RUTA DEL TREN
PLAN DE NEGOCIOS

ESCENARIO	MINIMA	MEDIA	MAXIMA
INVERSION	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
INGRESOS DE OPERACIÓN AL PRIMER AÑO	\$ 1.315.200	\$ 2.225.600	\$ 2.863.000
GASTOS DE OPERACIÓN AL PRIMER AÑO	\$ 1.201.920	\$ 1.292.200	\$ 1.346.000
MARGEN OPERATIVO PRIMER AÑO	\$ 113.280	\$ 933.400	\$ 1.517.000
RECUPERO DE LA INVERSION	9 no año	3 er año	2 do año
TASA DE CRECIMIENTO DEL INGRESO	8%	8%	8%
TASA DE CRECIMIENTO DEL GASTO	5%	5%	5%
TASA DE DESCUENTO ANUAL DEL DINERO	12%	12%	12%

VALOR NETO ACTUAL \$ 1.859.434 \$ 8.185.282 \$ 12.678.122

TASA INTERNA DE RETORNO DE LA INVERSION 4,03% 39,40% 59,76%

VAN ESCENARIO DE MINIMA								
Año	0	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos		\$ 1.315.200	\$ 1.420.416	\$ 1.534.049	\$ 1.656.773	\$ 1.789.315	\$ 1.932.460	\$ 2.087.057
Egresos	\$ 3.000.000	\$ 1.201.920	\$ 1.262.016	\$ 1.325.117	\$ 1.391.373	\$ 1.460.941	\$ 1.533.988	\$ 1.610.688
Resultado operativo	\$ -3.000.000	\$ 113.280	\$ 158.400	\$ 208.932	\$ 265.401	\$ 328.374	\$ 398.472	\$ 476.369
Resultado acumulado	\$ -3.000.000	\$ -2.886.720	\$ -2.728.320	\$ -2.519.388	\$ -2.253.987	\$ -1.925.613	\$ -1.527.141	\$ -1.050.772
Valor Neto Actual VAN		\$ 1.859.434						

Tasa de Crecimiento Ingreso	8%
Tasa de Crecimiento Gasto	5%
Tasa de descuento anual	12%
Inv. Inicial	\$ 3.000.000
Recupero inversion	9 no año
Tasa interna de retorno TIR	4,03%

Año	8	9	10
Ingresos	\$ 2.254.022	\$ 2.434.343	\$ 2.629.091
Egresos	\$ 1.691.222	\$ 1.775.783	\$ 1.864.572
Resultado operativo	\$ 562.800	\$ 658.560	\$ 764.518
Resultado acumulado	\$ -487.972	\$ 170.588	\$ 935.106

VAN ESCENARIO DE MEDIA		0	1	2	3	4	5	6	7
Año									
Ingresos			\$ 2.225.600	\$ 2.403.648	\$ 2.595.940	\$ 2.803.615	\$ 3.027.904	\$ 3.270.137	\$ 3.531.747
Egresos	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 1.292.200	\$ 1.356.810	\$ 1.424.651	\$ 1.495.883	\$ 1.570.677	\$ 1.649.211	\$ 1.731.672
Resultado operativo	\$ -3.000.000	\$ -3.000.000	\$ 933.400	\$ 1.046.838	\$ 1.171.289	\$ 1.307.732	\$ 1.457.227	\$ 1.620.926	\$ 1.800.076
Resultado acumulado	\$ -3.000.000	\$ -3.000.000	\$ -2.066.600	\$ -1.019.762	\$ 151.527	\$ 1.459.259	\$ 2.916.486	\$ 4.537.412	\$ 6.337.488
Valor Neto Actual VAN			\$ 8.185.282						

Tasa de Crecimiento Ingreso	8%
Tasa de Crecimiento Gasto	5%
Tasa de descuento anual	12%
Inv. Inicial	\$ 3.000.000
Recupero inversion	3 er año

Año	\$	8	\$	9	\$	10
Ingresos	\$	3.814.287	\$	4.119.430	\$	4.448.985
Egresos	\$	1.818.255	\$	1.909.168	\$	2.004.626
Resultado operativo	\$	1.996.032	\$	2.210.262	\$	2.444.358
Resultado acumulado	\$	8.333.520	\$	10.543.782	\$	12.988.141

VAN ESCENARIO DE MAXIMA									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	
Ingresos		\$ 2.863.000	\$ 3.092.040	\$ 3.339.403	\$ 3.606.555	\$ 3.895.080	\$ 4.206.686	\$ 4.543.221	
Egresos	\$ 3.000.000	\$ 1.346.000	\$ 1.413.300	\$ 1.483.965	\$ 1.558.163	\$ 1.636.071	\$ 1.717.875	\$ 1.803.769	
Resultado	\$ -3.000.000	\$ 1.517.000	\$ 1.678.740	\$ 1.855.438	\$ 2.048.392	\$ 2.259.008	\$ 2.488.811	\$ 2.739.452	
Resultado acumulado	\$ -3.000.000	\$ 1.517.000	\$ 3.195.740	\$ 5.051.178	\$ 7.099.570	\$ 9.358.579	\$ 11.847.390	\$ 14.586.843	
Valor Neto Actual VAN		\$ 12.678.122							

Tasa de Crecimiento Ingreso	8%
Tasa de Crecimiento Gasto	5%
Tasa de descuento anual	12%
Inv. Inicial	\$ 3.000.000
Recupero inversion	2 do año
Tasa interna de retorno TIR	59,76%

Año	\$	8	\$	9	\$	10
Ingresos	\$	4.906.679	\$	5.299.213	\$	5.723.150
Egresos	\$	1.893.957	\$	1.988.655	\$	2.088.088
Resultado operativo	\$	3.012.722	\$	3.310.558	\$	3.635.062
Resultado acumulado	\$	17.599.564	\$	20.910.123	\$	24.545.185

8. CONCLUSIONES FINALES

El proyecto La Ruta del Tren que comprende la puesta en valor de equipamiento ferroviario, vías y estaciones para brindar un paseo temático en un tren de época lejos de ser un proyecto irrealizable se enmarca en un prospect de negocio que en sus estimaciones de media tiene una tasa interna de retorno más que razonable.

La información obtenida tanto de recopilación de fuentes secundarias como propia de investigación primaria muestra una enorme potencialidad de las actividades que pueden bien constituirse como productos ampliados y, mirando al mercado, presenta una total aceptación al concepto y atributos pesquisados.

El proyecto se encuentra en un sector en crecimiento y constituye una genuina diversificación de las actividades productivas de la región dominadas por la actividad agrícola, ganadera e industrial. Agrega valor y posiciona a la zona como referente en turismo rural y natural.

La innovación y la recuperación de elementos históricos aportan una mística al negocio que conmueve a propios y extraños, integrando conceptos relacionados con la historia, la cultura, la naturaleza y el bien estar.

Un conjunto de otras atracciones complementa el atractivo del proyecto contando con salas para realizar convenciones un casino y hotelería de calidad.

El esfuerzo total de marketing requerido para poner en funcionamiento el proyecto está fundamentalmente influido por la puesta en valor, el solo armado de la propuesta será de tanto interés que la comunicación bien puede estar sujeta a la evolución de demanda.

9. ANEXOS

9.1 Relevamiento Fotográfico.

Para una correcta dimensión del territorio se ha realizado un relevamiento de imágenes de los lugares y materiales rodantes existentes. A continuación se listan las referencias de las imágenes:

Nro de foto	Referencia
1	Tanque depósito combustible e hidrante estación Firmat.
2	Estación Firmat
3	Estación Firmat – Frente
4	Cartel Indicador estación.
5	Corredor de galerías frente a las vías – Estación Firmat
6	Detalles originale existentes – Estación Firmat.
7	Traza de vías desde Firmat a Miguel Torres.
8	Iglesia Miguel Torres.
9	Frente iglesia Miguel Torres.
10	Cartel y estación al fondo – Miguel Torres.
11	Traza ferroviaria Miguel Torres a Melincué.
12	Tanque hidrante playa Melincué.
13	Sistemas de señalética en traza en desuso.
14	Vías Durham – Melincué.
15	Mesa giratoria de maniobras Melincué.
16	Estación Melincué.
17	Galpón depósito Melincué.
18	Galería y techo estación Melincué.
19	Tramo de vías Melincué.
20	Detalles originale existentes – Estación Melincué.
21	Detalles originale existentes – Estación Melincué.
22	Sistemas de desvío en traza en uso.
23	Desvío de trazas Melincué.

Nro de foto	Referencia
24	Mangrullo histórico – Melincué.
25	Iglesia Melincué.
26	Laguna de Melincué desde la margen lindera al proyecto de Casino.
27	Locomotora propiedad del Ferro Club Perez.
28	Sistema de locomoción .
29	Hogar y caldera humotubular.
30	Locomotora propiedad del Ferro Club Perez.
31	Sistema de amortiguación en uso.
32	Locomotora a vapor en desuso.
33	Coche Birmingham original – Talleres Perez.
34	Sistema de inyección de combustible.
35	Tallerez ferroviarios – Perez Pcia de Sante Fe.



Foto Número 1:



Foto Número 2:



Foto Número 3:



Foto Número 4:



Foto Número 5:



Foto Número 6:

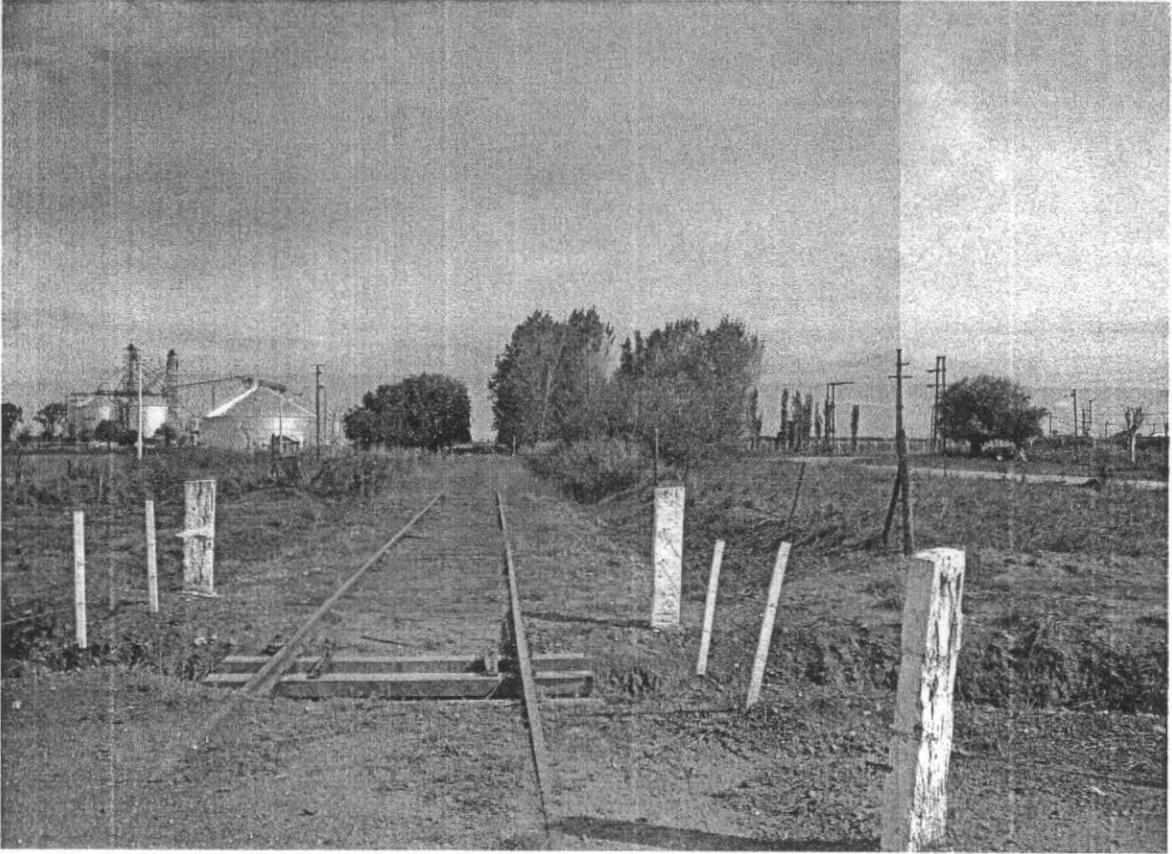


Foto Número 7:



Foto Número 8:



Foto Número 9:

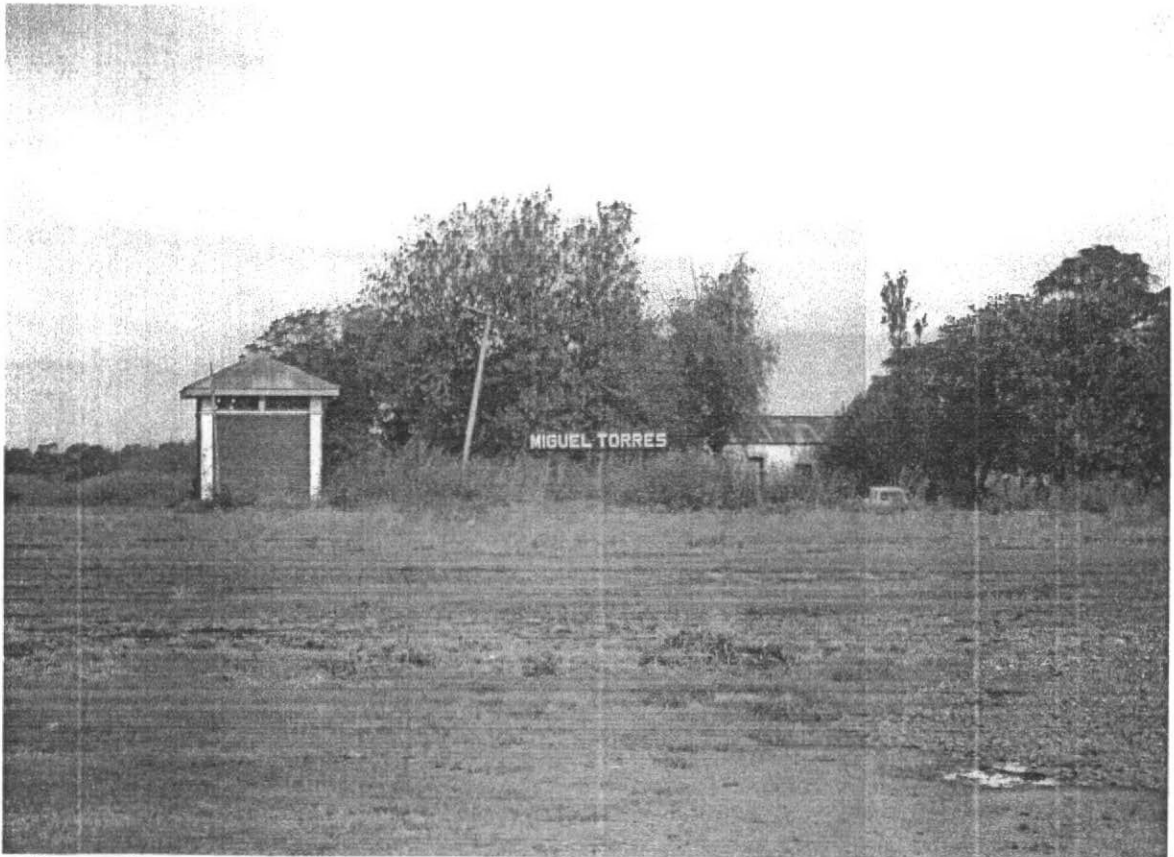


Foto Número 10:



Foto Número 11:

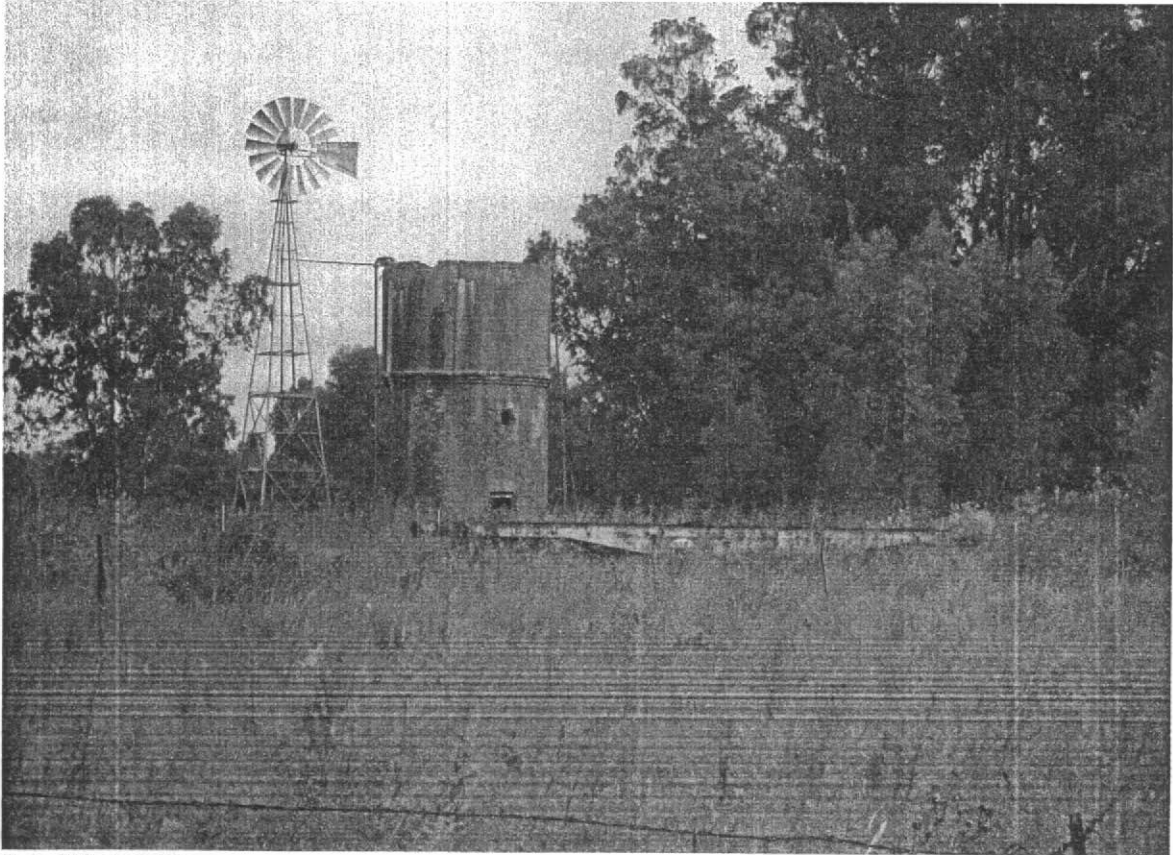


Foto Número 12:

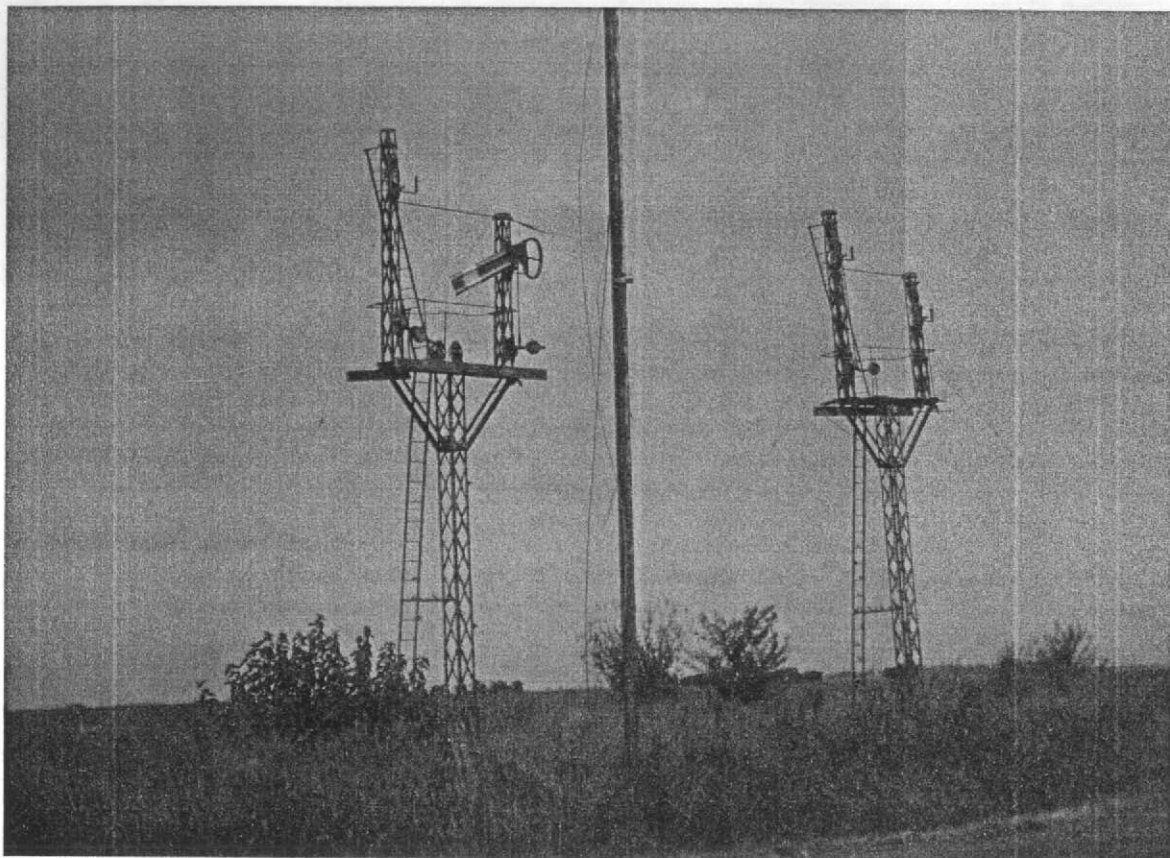


Foto Número 13:



Foto Número 14:



Foto Número 15:

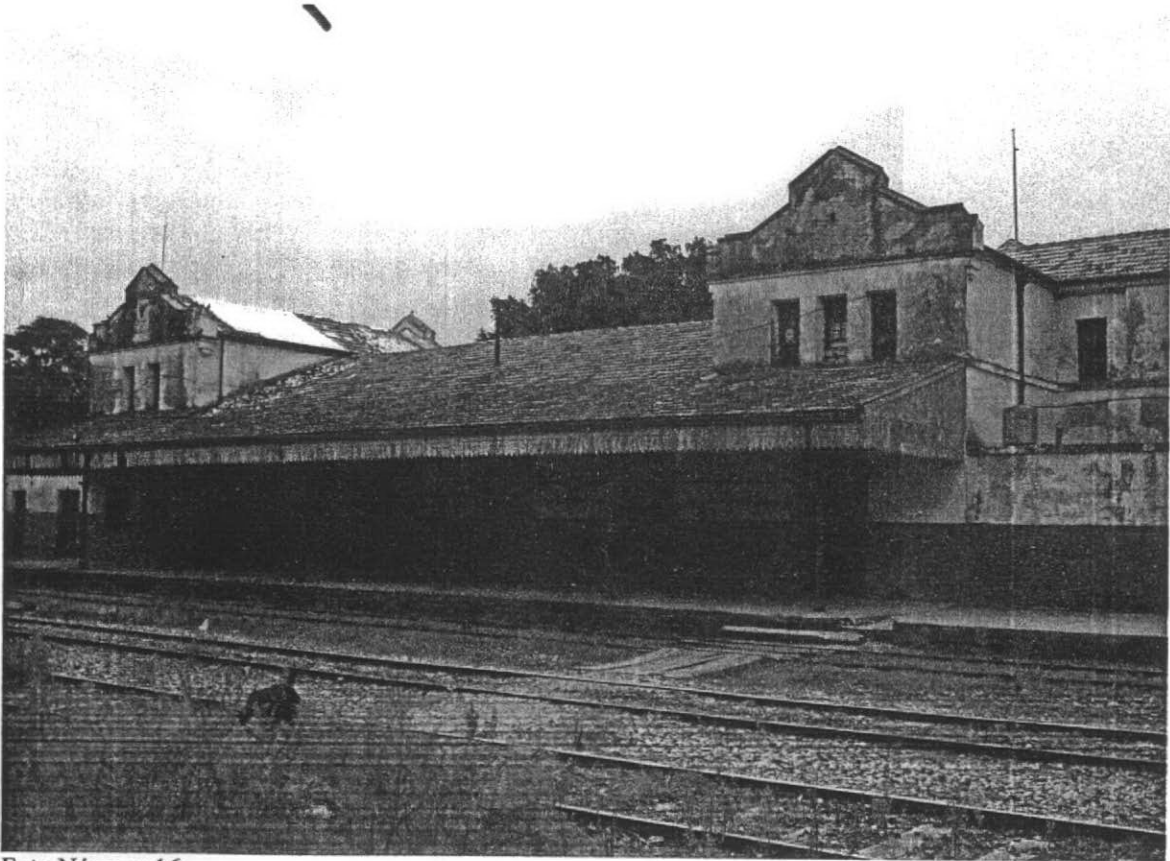


Foto Número 16:

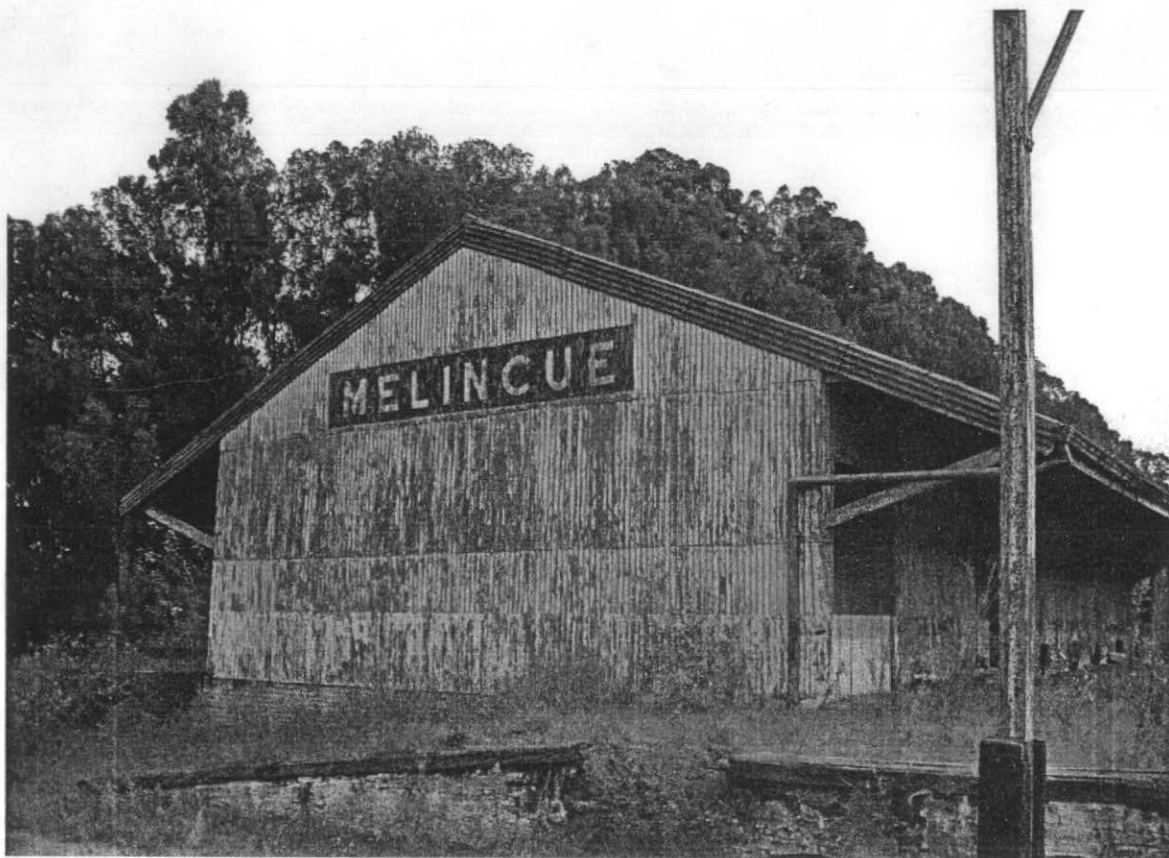


Foto Número 17:

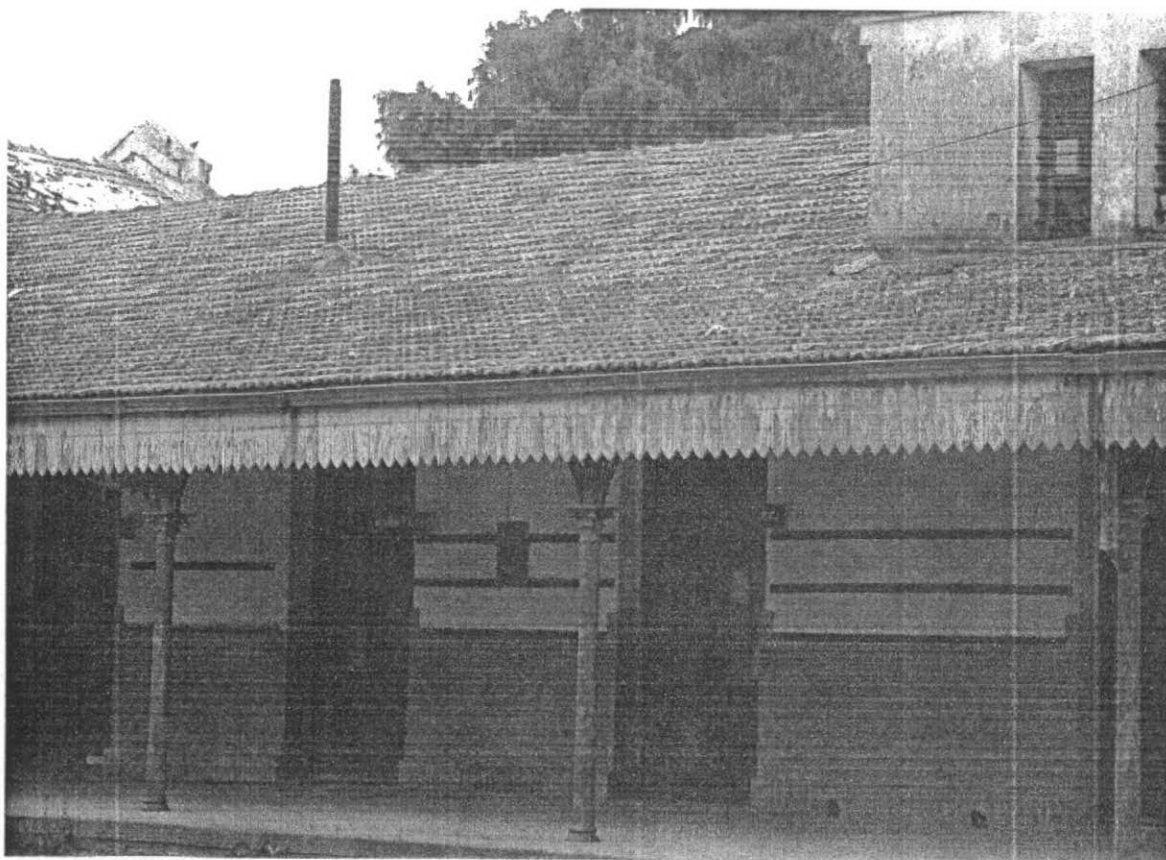


Foto Número 18:

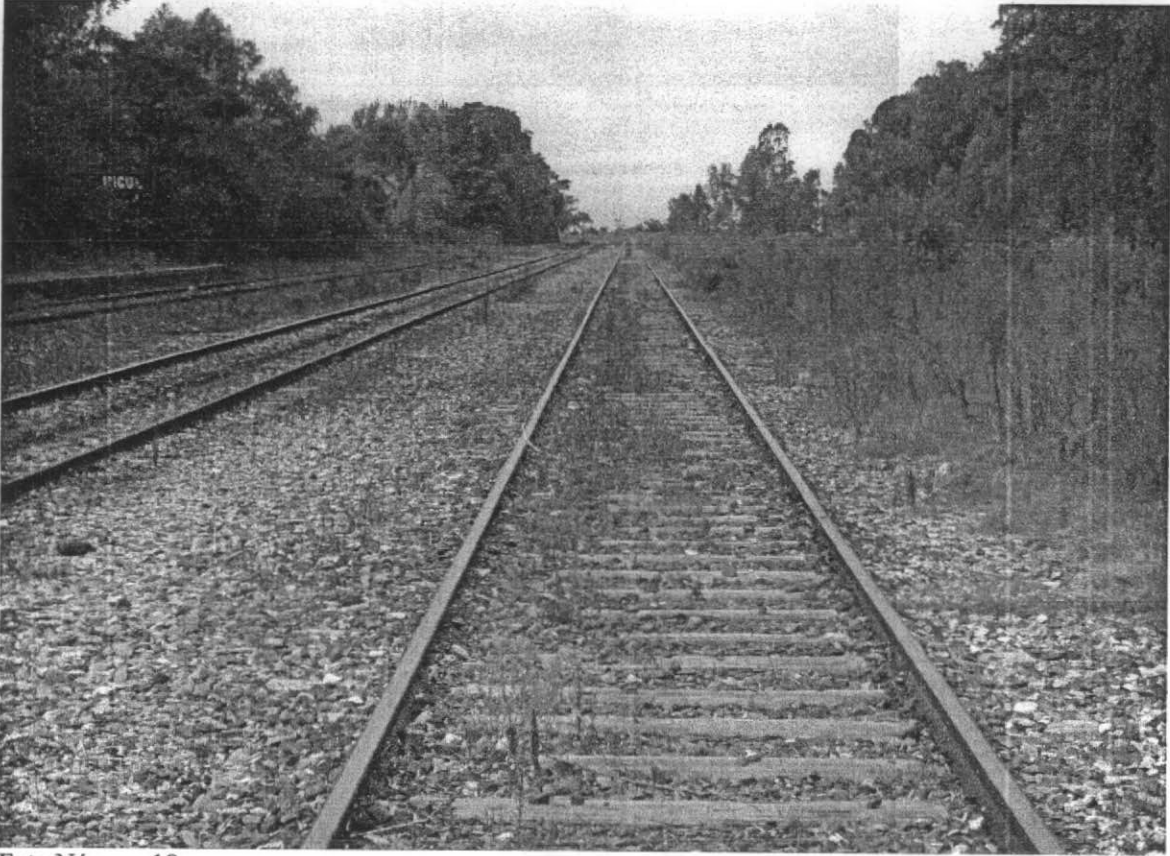


Foto Número 19:

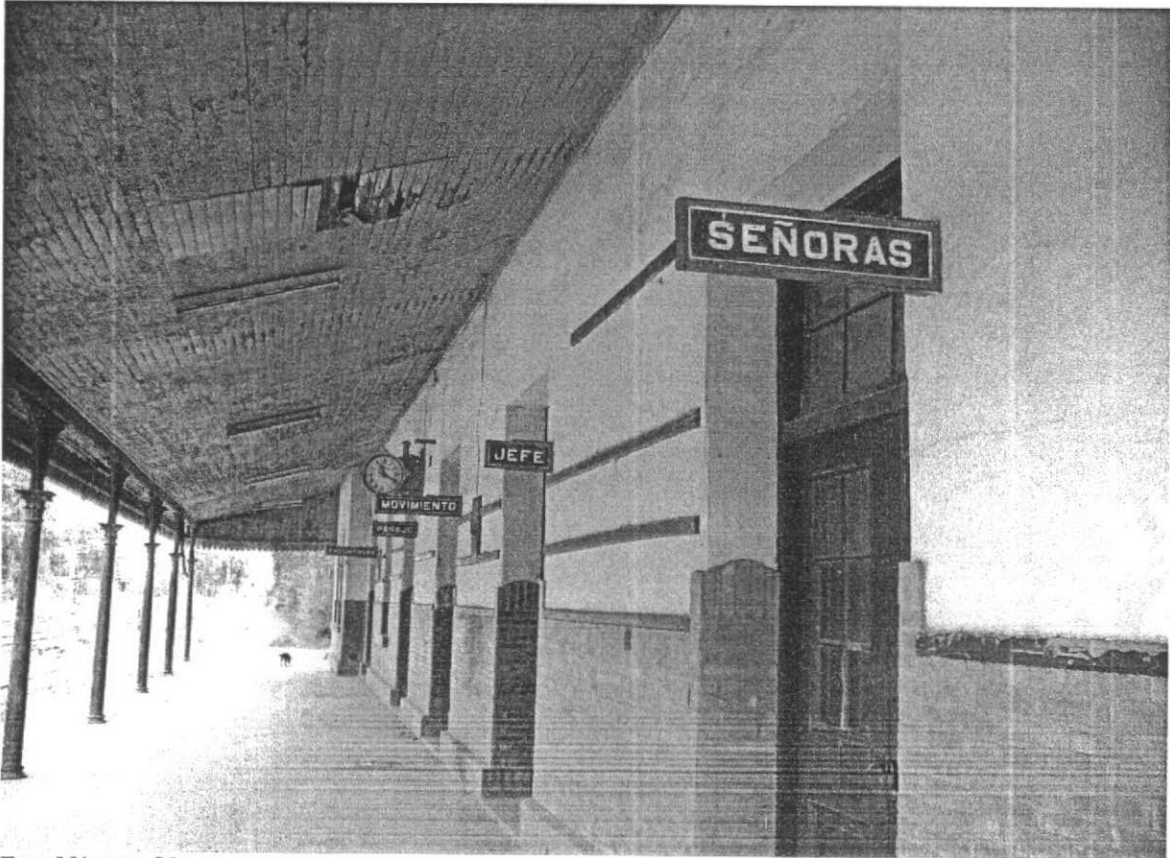


Foto Número 20:

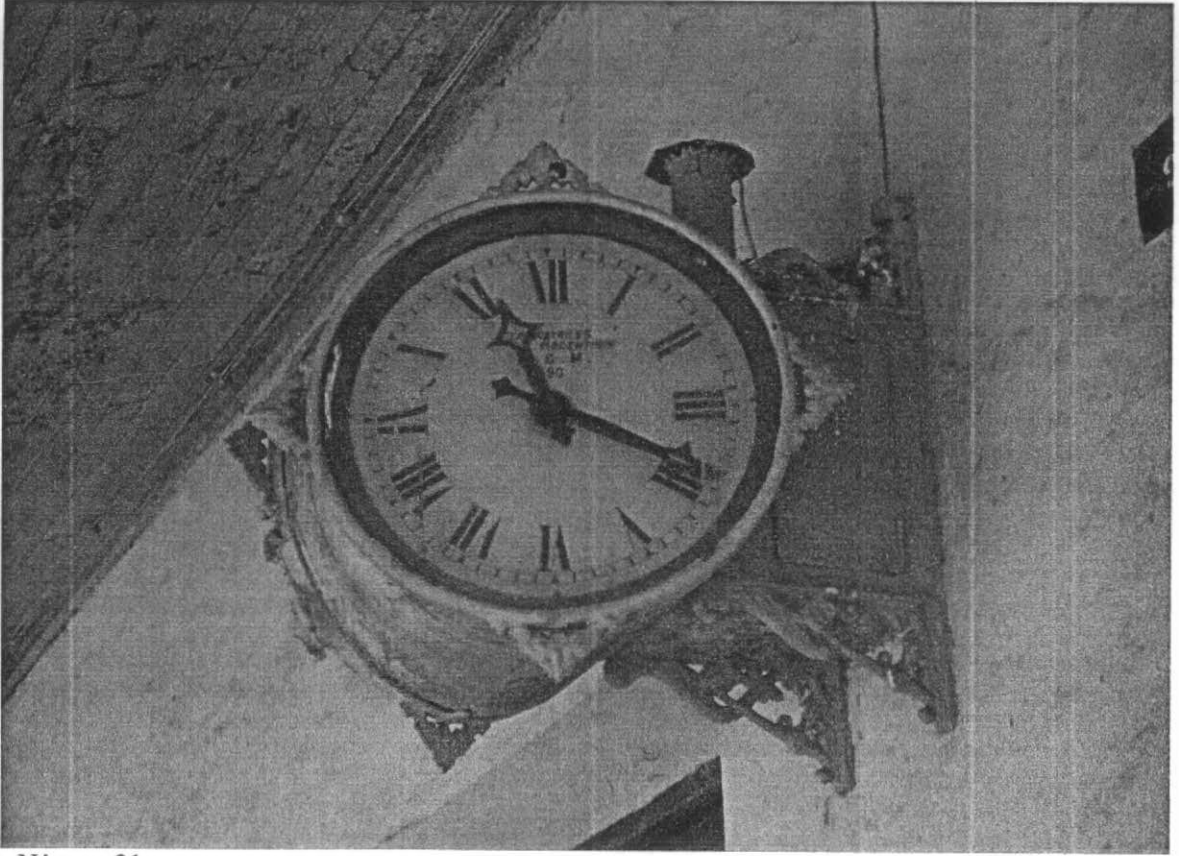


Foto Número 21:



Foto Número 22:



Foto Número 23:



Foto Número 24:



Foto Número 25:

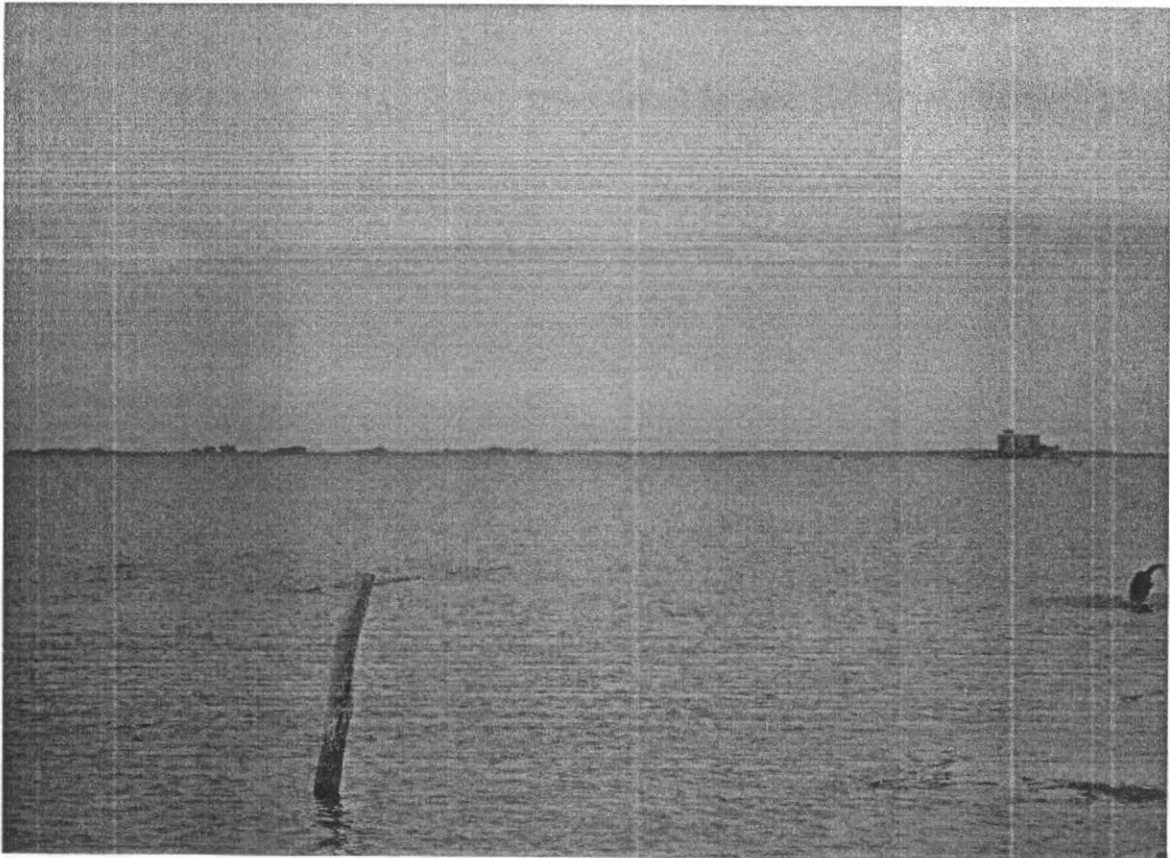


Foto Número 26:

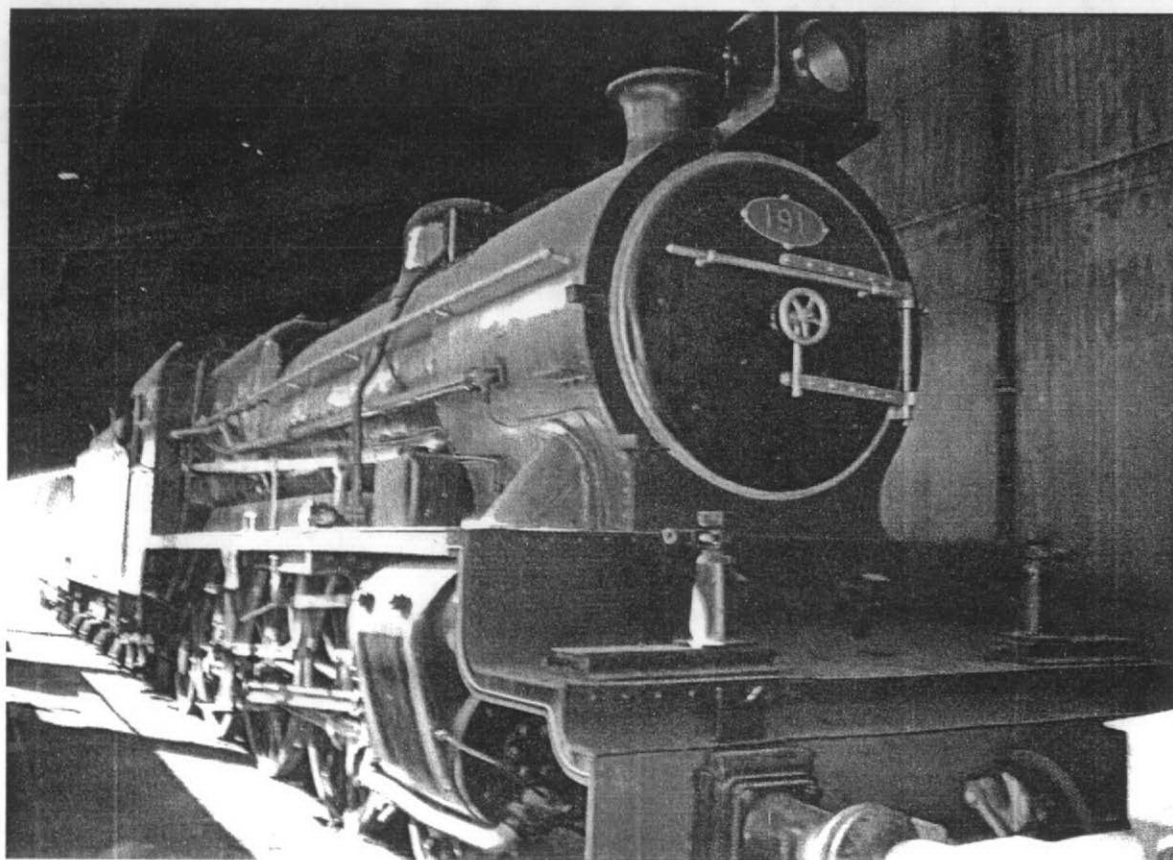


Foto Número 27:

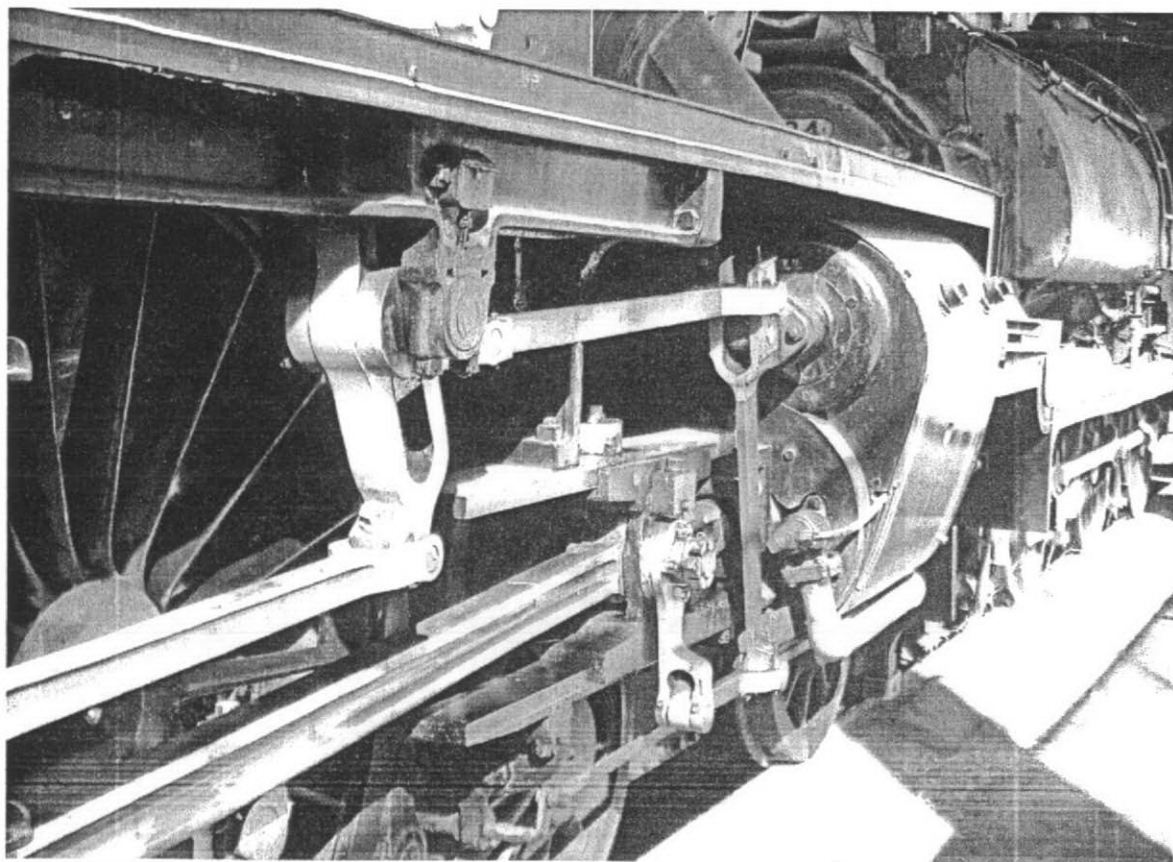


Foto Número 28:

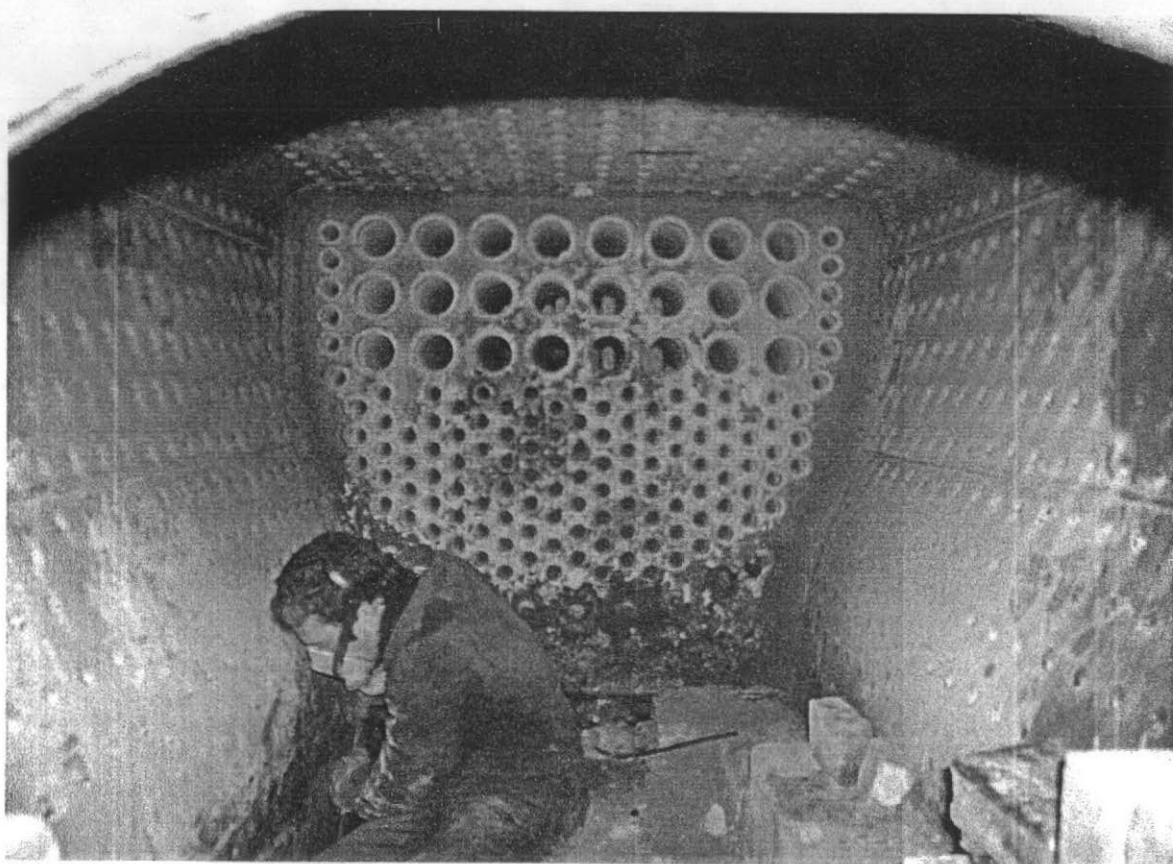


Foto Número 29:

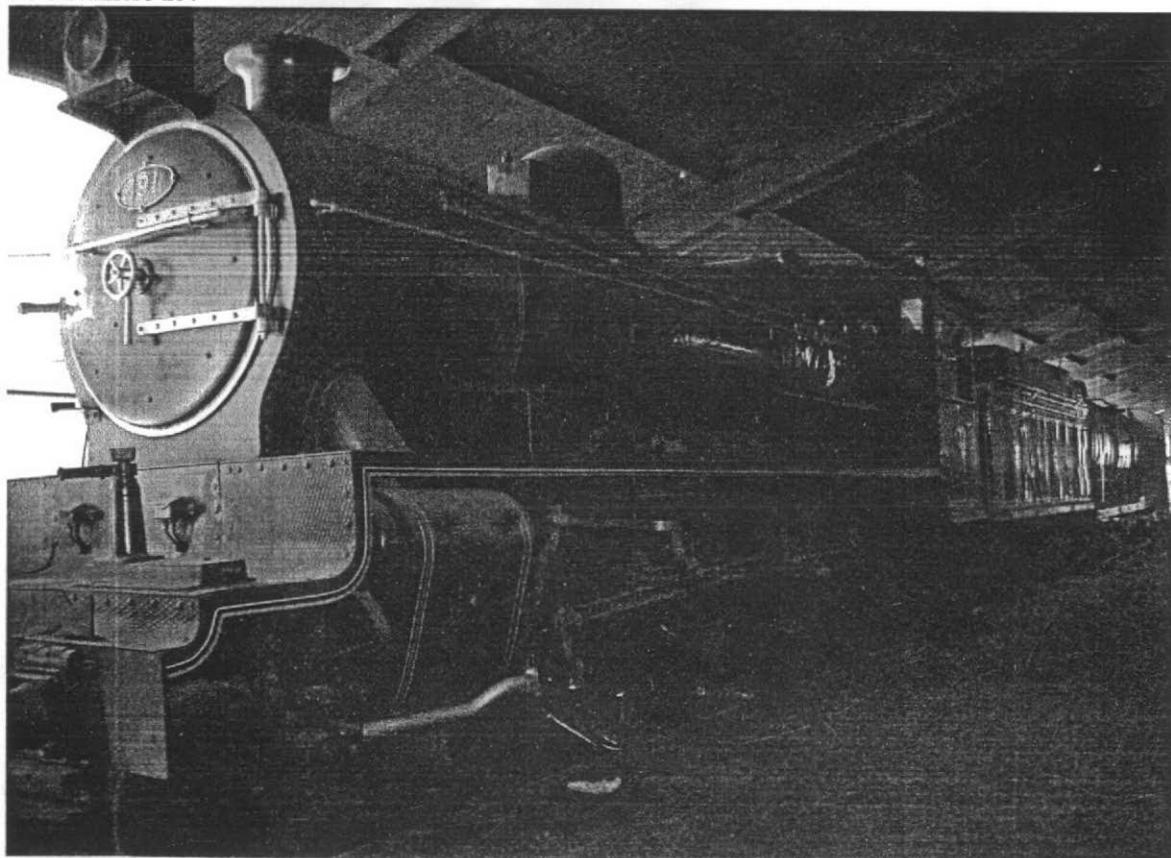


Foto Número 30:

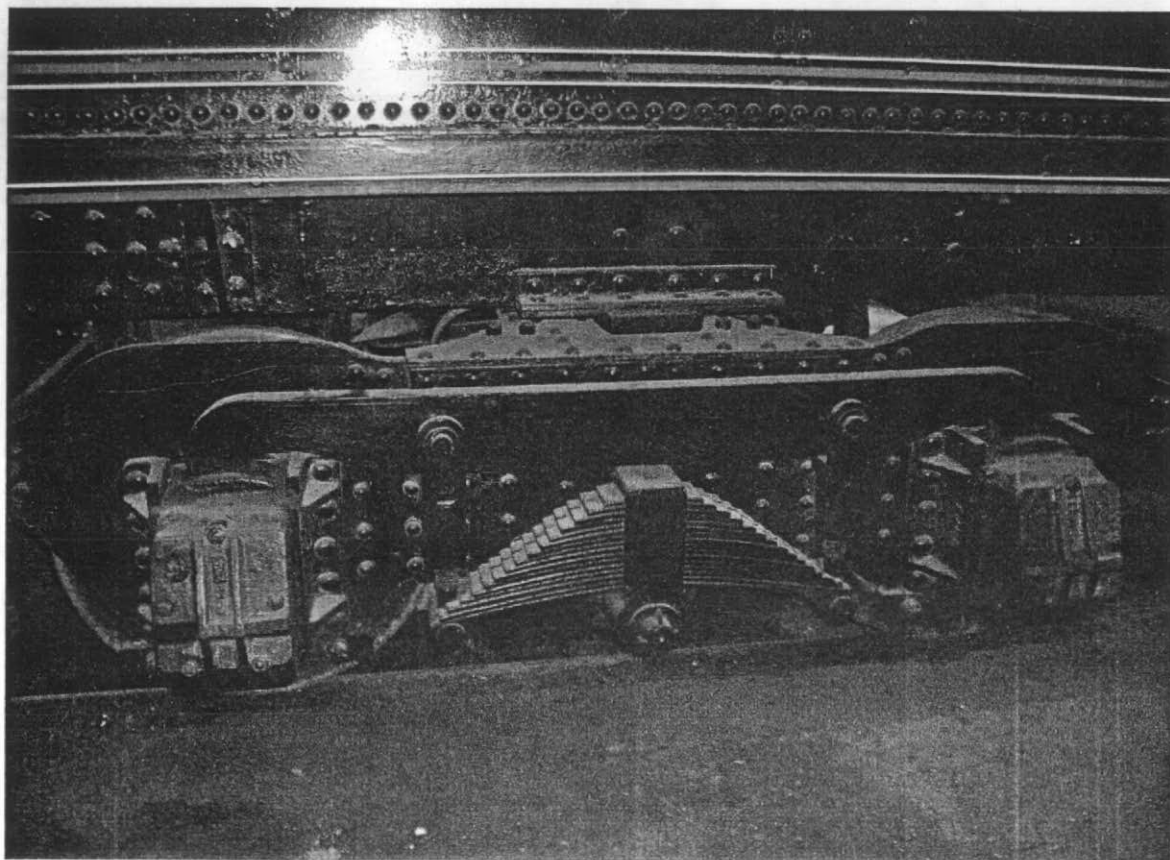


Foto Número 31:

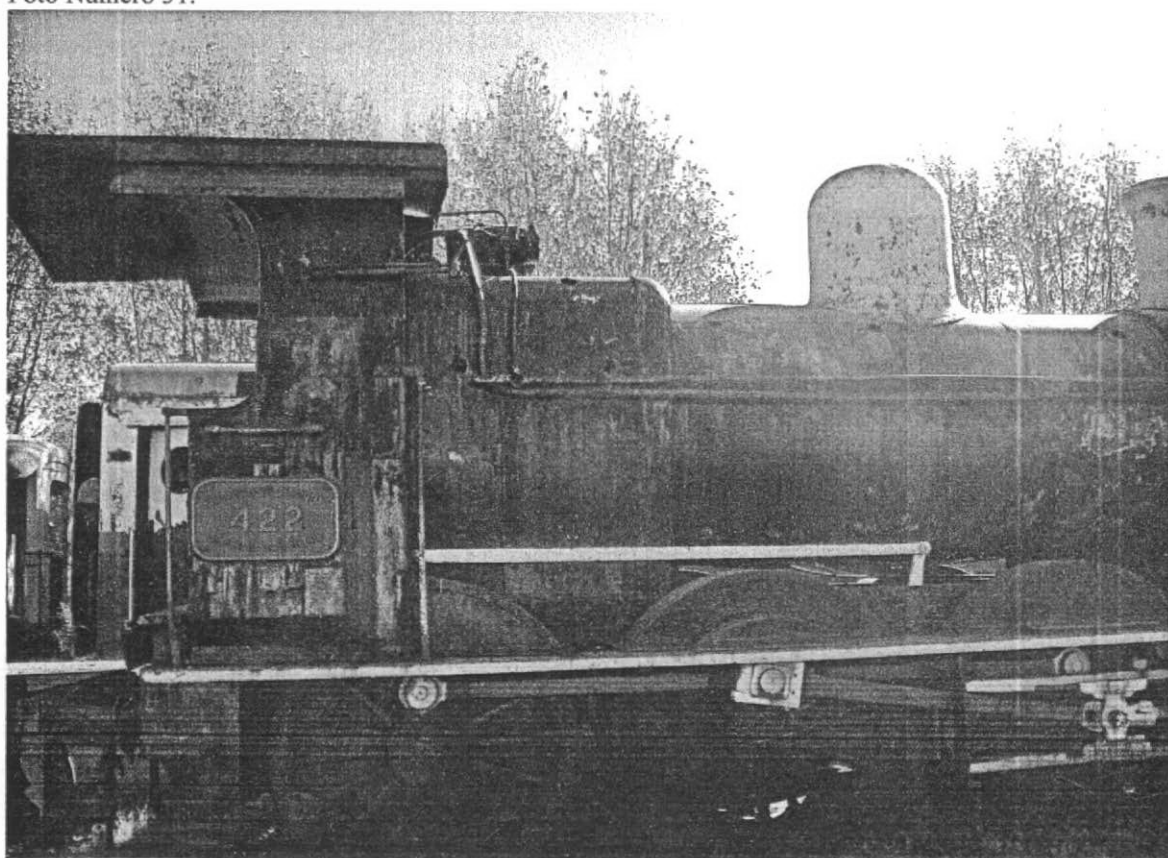
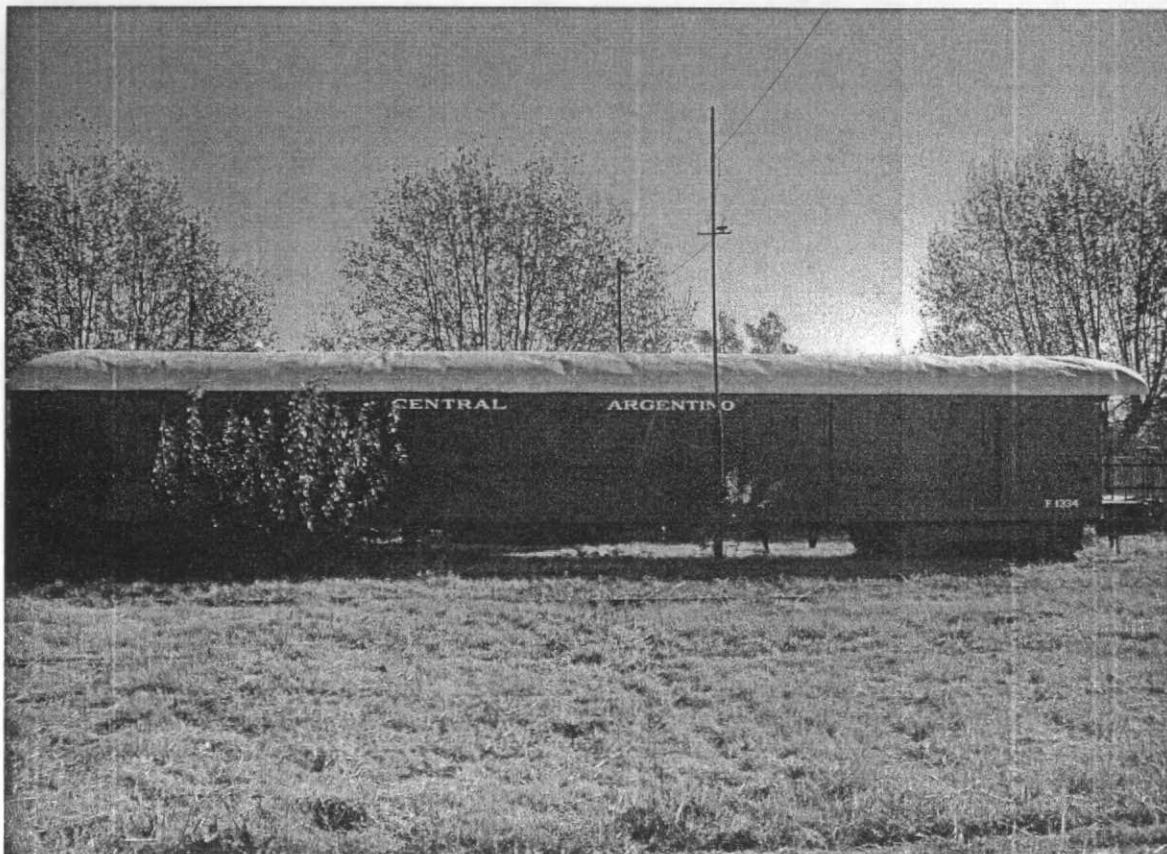


Foto Número 32:



Foto

Número 33:

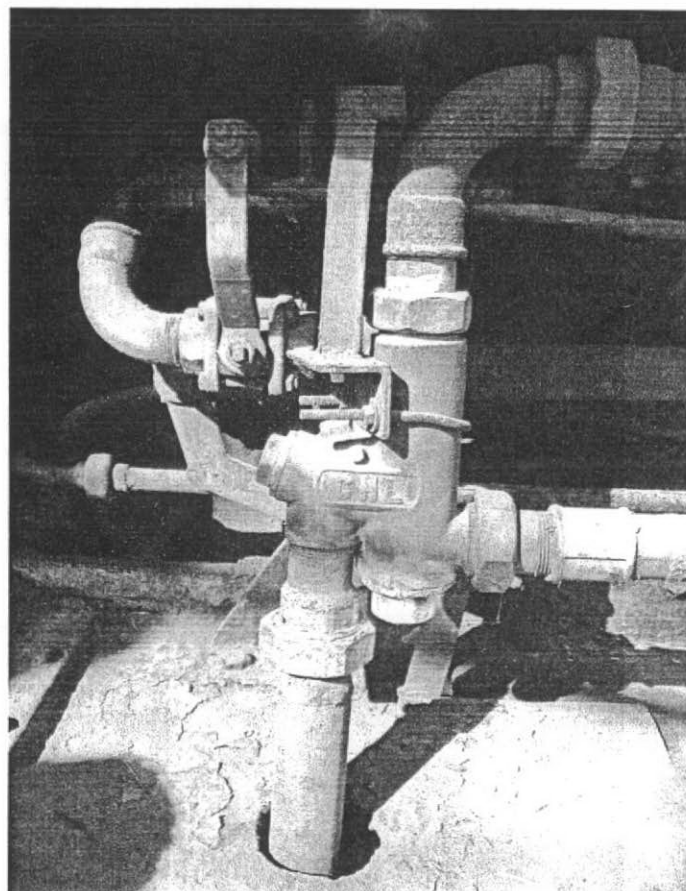


Foto Número 34:



Foto Número 35:

9.2 Otros trenes turísticos en Argentina

Cada uno de los trenes turísticos de la Argentina tiene su propio encanto y permite al turista acceder a lugares que no se puede llegar por ningún otro medio

- **Tren a las Nubes**

Es uno de los tres ferrocarriles más altos del mundo, que atraviesa vertiginosas montañas de la Cordillera de los Andes entre paisajes espectaculares. Parte de la ciudad de Salta, atraviesa el valle de Lerma, para introducirse en la Quebrada del Toro y llegar hasta la Puna.

El punto final del recorrido es el kilómetro 1350 donde se encuentra el viaducto La Polvorilla de 224 metros de longitud por 63 de altura. Es el más elevado de toda la línea del convoy, a 4200 m.s.n.m. y uno de los más importantes del mundo por sus características.

Posee un recorrido de casi quince horas ida y vuelta, atravesando 29 puentes, 21 túneles, 13 viaductos, 2 "rulos" y 2 zig-zags. Por su gran altura, muchas veces pueden apreciarse nubes debajo de los puentes o en las laderas, de ahí su nombre.

El tren cuenta con servicios tales como coche comedor, coche panorámico, espectáculos folklóricos, consultorio médico, audio, video y guías bilingües.

- **Tren Ecológico de la Selva**

Es el medio de transporte para los visitantes dentro del área Cataratas del Parque Nacional Iguazú, cerca de Puerto Iguazú.

Propulsado a gas, posee un bajo impacto ambiental y transporta a los turistas desde el Cantro de Visitantes hasta la Estación Cataratas y la Estación Garganta (en plena Garganta del Diablo).

Tiene una capacidad de transporte entre 120 a 150 pasajeros por cada formación, y su velocidad no supera los 20 kilómetros por hora. Además, posee en cada uno de sus vagones facilidades para personas discapacitadas.

- **Tren de la Costa**

Siempre en compañía del esplendor del río y su costa, el pasajero que utilice el Tren de la Costa, puede ascender y descender del mismo tantas veces como desee y armar su propio recorrido.

Es el ferrocarril más moderno de la Argentina, y a través de él se pueden apreciar distintas zonas residenciales de la zona norte de Buenos Aires con bellas y, a veces, fastuosas casas edificadas sobre paisajes de excepción.

A través de las distintas estaciones, muchas de ellas de estilo inglés, se puede acceder a pintorescos cafés, variada gastronomía, shoppings y paseos. El recorrido culmina en la estación Delta, con la posibilidad visitar el casino y recorrer el Parque de la Costa, con sus shows, atracciones mecánicas, cines en 3D, juegos, y paseos en barco recorriendo las islas del Delta.

- **Tren Histórico (suspendido por tiempo indeterminado)**

Este tren, cuya historia se remonta al año 1887, recorre varios kilómetros por la llanura bonaerense, partiendo desde el barrio de Chacarita, en la ciudad de Buenos Aires. Originariamente tirado por caballos, este tren es Patrimonio Histórico Ferroviario Nacional.

Realiza un recorrido de 69 kilómetros, fascinando a todos sus pasajeros por el vapor que larga la antigua locomotora Baldwin del año 1908 a campo traviesa, visto desde la ventanilla. Existe la opción de viajar en vagones modernos o en los tradicionales de la época, de madera.

Como parte de la excursión, se puede almorzar asado en un restaurante campestre; o pasar un inolvidable día de campo en una estancia con show folklórico, demostración de las destrezas del gaucho y sus caballos, y numerosas actividades. Un dato curioso es que este tren fue utilizado en la filmación de las películas "Evita", protagonizada por Madonna, y "7 Años en el Tíbet", con Brad Pitt.

- **Tren de las Sierras**

Partiendo desde el barrio de Alto Verde, a 12 kilómetros de la ciudad de Córdoba, este tren se adentra en los bellos paisajes serranos del Valle de la Punilla.

Entre curvas, túneles y puentes inmersos en las sierras, el tren atraviesa pintorescas villas en un entorno de gran belleza.

En el recorrido llega al dique y embalse San Roque, donde se detiene para poder apreciar el paisaje y adquirir sabrosos dulces regionales; luego atraviesa un puente de 26 metros de altura y 150 metros de largo que cruza el arroyo Cosquín, con una imponente panorámica; trepa hasta una altura máxima de 1111 metros sobre el nivel del mar en la estación de La Cumbre; llega a las localidades de Cruz Grande y Los Cocos, con sus maravillosas residencias; y finaliza en la localidad de Capilla del Monte, donde se disfruta de un almuerzo y una recorrida por los alrededores.

- **Tren Turístico a Vapor**

La formación data de principios de siglo (año 1912), y consta de una máquina escocesa a vapor (una verdadera reliquia) con 20 vagones, uno de ellos de categoría presidencial.

El coche presidencial, que es utilizado como servicio VIP, tiene tres dormitorios, sala de estar, baño con bañera y estufa a leña en el centro del estar.

La clase turista conserva sus asientos de madera con tapizado de pana, los baños con grifería de bronce, las elegantes tulipas de la época y los herrajes de hierro en las viejas ventanillas a guillotina.

Este tren, que ha sido remodelado respetando sus características originales, parte desde San Carlos de Bariloche hasta la localidad de Perito Moreno (25 kms.), en el corazón de la meseta rionegrina. Este paseo se puede completar con un almuerzo típico y una cabalgata por los alrededores.

- **Viejo Expreso Patagónico / La Trochita**

Este pintoresco convoy, impulsado por una máquina a vapor, arrastra vagones calefaccionados mediante estufas a leña, recorriendo paisajes de gran belleza en un sinuoso paseo entre montañas.

El tren parte desde la estación Esquel, y lo lleva por los valles y mesetas patagónicas en su recorrido turístico de 2 horas y media (estación Nahuel Pan), o de seis horas (estación El Maitén).

Durante el trayecto se observa la carencia de árboles, sólo pueden verse algunos en las orillas de los cursos de agua, en las estaciones y apeaderos, en cambio es notable la gran cantidad de ovejas que circundan el paisaje; entre Leleque y Nahuel Pan es posible ver manadas de guanacos y ñandúes cerca de las vías.

El trayecto final se realiza a más de 700 metros de altura, transitando laderas rocosas del valle del arroyo Esquel.

- **Tren del Fin del Mundo / Austral Fueguino**

El tren parte diariamente desde la Estación del Fin del Mundo ubicada a 8 km. al oeste de la ciudad de Ushuaia, internándose en el Parque Nacional Tierra del Fuego, dentro de un paisaje privilegiado.

En coches calefaccionados con todo el confort, se efectúa un recorrido de 14 km. (ida y vuelta) que atraviesa bosques, ríos, montañas y valles, paisajes típicos de Tierra del Fuego.

De acuerdo a la estación del año en donde se realice esta excursión, se podrán apreciar paisajes diferentes: verdes en el verano; amarillos, ocres y rojos de lengas y ñires en el otoño; blancos de nieve en el invierno.

Previo al inicio de la excursión, se brinda una visita guiada donde se recuerda el pasado del ferrocarril a través de una muestra fotográfica.

El pasajero puede optar por la clase turista o por el servicio de Primera Clase donde además de viajar en coches con asientos y mesitas individuales, recibe un servicio de confitería que le permitirá degustar durante el trayecto, exquisitas tortas caseras acompañadas de chocolate caliente o café entre otras opciones.

9.3 Antecedentes.

Se adjuntan al trabajo una serie de antecedentes del proyecto:

1. Declaración de interés turístico del circuito Firmat – Melincué por parte de la Dirección Provincial de turismo de la Provincia de Santa Fe.
2. Artículo periodístico Diario La Capital 07/03/2004.
3. Declaración de interés turístico del circuito Firmat – Melincué por parte de la Municipalidad de Firmat Provincia de Santa Fe.

4. Artículo periodístico Diario On – line ON24 25/06/07.
5. Copia de la ordenanza y el decreto reglamentario de la creación del Ente Turístico Firmat.

9.4 Fuentes

Para el desarrollo del trabajo y la recopilación de información de fuentes secundarias se consultó a la siguiente lista de fuentes y se realizaron entrevistas en profundidad con expertos del sector.

Instituciones.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:

- Encuesta de Turismo Internacional 2004
- Encuesta de ocupación hotelera 2005/06.
- Censo 2001

Bureau de Rosario

Secretaría de turismo de la provincia de Santa Fe

Ente Turístico de Rosario – ETUR

Libro del 80° aniversario de la ciudad: Firmat su origen.

Municipalidad de Firmat.

Municipalidad de Melincué.

Municipalidad de Rosario.

Entrevistas en Profundidad:

Raul Bertone	Secretario Turismo Prov. De Santa Fe
Daniel Nardone	Presidente Rosario Bureau
José Ciancia	Responsable Ferro Club Perez
Ricardo Campbell	Responsable Ferro Club Argentino
Juan Niffeneger	Presidente ETUR
Marcelo Lombardo	Operador Turismo Receptivo.

9.5 Formulario de encuestas mercado escolares.

Escuela
Directora
Localidad

1.- Realizan viajes de interés de estudio? SI 1,1
NO 1,2

2.- En que grados? Marcar con una cruz lo que corresponda
Marcar todos los q correspondan

EGB 1 (1 a 5 grado) 2,1
EGB 2 (6 a 9 grado) 2,2
Polimodal (1 año a 3er año) 2,3

3.- Con que periodicidad?

Una vez al año 3,1
Dos veces al año 3,2
Mas de dos veces 3,3

4.- Cuales son los motivos del viaje?

Conocimientos de ciudad 4,1
Conocimientos de lugares históricos 4,2
Diversión 4,3
Otros 4,4 Cuales?

5.- Cuales son los destinos que visitan habitualmente?

Santa Fe 5,1
Cayastá 5,2
Rosario 5,3
Buenos aires 5,4
San Lorenzo 5,5 Cuales?
Otro: 5,6

6.- Quien organiza el viaje?

Cooperadora del colegio 6,1
Dirección 6,2
Comisión de padres 6,3
Agencia de viajes 6,4
Otros 6,5 Cuales?

7.- Cual es el costo promedio por alumno de estos viajes?

De 10 a 50 pesos 7,1
De 50 a 100 pesos 7,2
De 100 a 300 pesos 7,3
Más de 300 pesos 7,4

8.- Quien lo paga?

Padres 8,1

Colecta específica	8,2	<input type="text"/>
Fondo de viaje	8,3	<input type="text"/>
Aportes del estado	8,4	<input type="text"/>
Aportes privados	8,5	<input type="text"/>
Otros Cuál?	8,6	<input type="text"/>

9.-La temática del viaje está relacionada con las currículas de las materias escolares?

SI	9,1	<input type="text"/>
NO	9,2	<input type="text"/>

10.- Como directora usted avalaría una propuesta educativa que mediante una visita informaría a los niños sobre aspectos de nuestra historia provincial vinculada al desarrollo de poblaciones que fueron creadas por el ferrocarril?

SI	10,1	<input type="text"/>
NO	10,2	<input type="text"/>

11.- Si le propusiéramos que esa visita incluya un viaje en un tren a vapor de época. Usted apoyaría la idea de realizarlo?

SI	11,1	<input type="text"/>
NO	11,2	<input type="text"/>

12- Considerando que el viaje incluiría el traslado a la localidad la explicación histórica, el paseo propiamente dicho en tren de 2 horas de duración y los refrigerios.

Estima usted que podría pagarse:

\$ 100	12,1	<input type="text"/>
\$ 75	12,2	<input type="text"/>
\$ 50	12,3	<input type="text"/>
\$ 30	12,4	<input type="text"/>

9.6 Formulario de encuestas mercado visitantes.

1.- Datos de clasificación

Lugar de residencia	1,1	<input type="text"/>
Días de vacaciones (incluye el tiempo de viaje)	1,2	<input type="text"/>

Composición del grupo de viaje(no leer):

1.3.1	<input type="text"/>	solo
1.3.2	<input type="text"/>	con amigos
1.3.3	<input type="text"/>	con familia
1.3.4	<input type="text"/>	con compañeros de trabajo

Motivo del viaje (no leer)

1.4.1	<input type="text"/>	descanso
1.4.2	<input type="text"/>	evento deportivo
1.4.3	<input type="text"/>	congreso
1.4.4	<input type="text"/>	trabajo
1.4.5	<input type="text"/>	otro

- Alojamiento (no leer)
- 1.5.1 hotel
- 1.5.2 hostel / posada / cabaña
- 1.5.3 casa de amigos / familiares
- 1.5.4 otro
- Medio de transporte hasta el lugar de destino (no leer)
- 1.6.1 automóvil
- 1.6.2 autobús
- 1.6.3 avión
- 1.6.4 otro
- 2.- Con que frecuencia toma vacaciones? (no leer)
- 2,1 cada tanto
- 2,2 una vez al año
- 2,3 dos veces al año
- 2,4 mas de dos veces al año
- 2,5 nunca
- 3.- Cuanto tiempo vacaciona cada vez? (no leer)
- 3,1 solo el fin de semana
- 3,2 una semana
- 3,3 15 días
- 3,4 mas de 15 días
- 4.- Cuáles son las principales motivaciones para elegir un destino de vacaciones?
- 4,1 La cercanía
- 4,2 El Mar
- 4,3 La montaña
- 4,4 Lugares históricos
- 4,5 La naturaleza
- 4,6 La posibilidad económica
- 5.- Estaría usted dispuesto a viajar por una propuesta que incluya aspectos históricos y un paseo turístico a un sitio cercano con su familia?
- 5,1 si
- 5,2 no
- 5,3 no sabe / no responde
- 6.- Ha viajado alguna vez un trayecto en un tren con una locomotora a vapor en vagones de época?
- 6,1 si
- 6,2 no
- 6,3 no sabe / no responde
- 7.- Estaría dispuesto a disfrutar de un paseo así?
- 7,1 si pasa a preg 8
- 7,2 no pasa a pregunta 9
- 7,3 no sabe / no responde
- 8.- Cuanto estaría dispuesto a pagar por un paseo en tren a vapor con atractivos turísticos de 4 horas de duración?
No leer
- 8,1 Nada
- 8,2 Menos de \$ 20
- 8,3 Entre \$ 20 y \$ 50
- 8,4 Entre \$ 51 y \$ 70
- 8,5 Entre \$ 71 y \$ 100
- 8,6 Más de 100
- 9.- Por último para Ud. cuales son los atractivos mas importantes de un paseo de estas características?
- 9,1 La gastronomía
- 9,2 la historia
- 9,3 el lugar
- 9,4 el paseo en sí
- 9,5 el valor de la entrada
- 9,6 Otros. Cuáles?

9.7 Guía de pautas de entrevistas con informantes claves.

Descripción del proyecto – abstract

El proyecto se basa en el recorrido de un tren turístico desde la ciudad de Firmat hasta la ciudad de Melincué. Se utilizará un tren a vapor de época, refaccionado, con todas las comodidades.

El trayecto esta previsto con una duración de entre 2 y 4 horas. Será un paseo temático referido a la historia del tren y el desarrollo de las poblaciones de la región.

Definición del target entrevistado: (Turismo – Negocios)

Negocios: se entrevistarán a empresarios de la provincia de Santa Fe, para conocer su opinión respecto a la visión sobre la viabilidad y éxito comercial del proyecto.

Turismo: se entrevistarán expertos en turismo, para conocer su opinión acerca de la posibilidad de interés por parte de todos los involucrados (turistas y agencias de turismo).

Guía de pautas comunes de desarrollo de entrevista.

Aceptación del concepto y de la propuesta.

Atracciones y / o servicios adicionales sugeridos.

Dudas respecto de la operación.

Guía de pautas específicas del target turismo.

Prospect comercial.

Precios de ticket.

Comisiones y condiciones de comercialización.

Material y esfuerzo total de comunicación.

Aspectos negativos y/o inconsistentes del proyecto.

Guía de pautas específicas del target empresarios.

Alternativas de inversión.

Identificación de oportunidades.

Propuestas comerciales.

Aspectos negativos y/o inconsistentes del proyecto.

Listado de entrevistados

Esteban Medrano	Gerente General	Buenos Aires Vial
Hernan Redondo	Director	Sweet SA
German Gramaglia	Gerente de Marketing	SanCor Seguros
Javier Capovilla	Director	ICOP SA
Carlos Fertonani	Presidente	Bureau Empresas Turísticas
Nestor Raimondi	Gerente Regional	OCASA
Coni Cherep	Director	NOTIFE
Cristian Monti	Gerente	Scorsetti & Shanahan Seg.
Alicia Ankenbrand	Directora	Difusión Creativos As.
Lorenzo Catini	Presidente	Expopase

9.8 Guía de pautas focus group educadores.

Descripción del proyecto – abstract

El proyecto se basa en el recorrido de un tren turístico desde la ciudad de Firmat hasta la ciudad de Melincué. Se utilizará un tren a vapor de época, refaccionado, con todas las comodidades.

El trayecto esta previsto con una duración de entre 2 y 4 horas. Será un paseo temático referido a la historia del tren y el desarrollo de las poblaciones de la región.

Definición del target de los integrantes del grupo:

Personas relacionadas con el mundo de la educación (maestras, directoras)

Guía de pautas:

Eje UNO: los viajes que están realizando ahora
Destinos y precios según niveles de enseñanza.
Motivo de los viajes.
Forma de solventar los costos.
Opinión de las maestras de la utilidad o no de esos viajes.
Quien decide a que lugar se viaja.

Eje DOS: Potencialidad de realizar un viaje a Firmat y hacer el recorrido del tren

Percepción sobre el precio a cobrar
Interés sobre el destino

9.9 Guía de pautas focus group referentes de la cultura.

Descripción del proyecto – abstract

El proyecto se basa en el recorrido de un tren turístico desde la ciudad de Firmat hasta la ciudad de Melincué. Se utilizará un tren a vapor de época, refaccionado, con todas las comodidades.

El trayecto esta previsto con una duración de entre 2 y 4 horas. Será un paseo temático referido a la historia del tren y el desarrollo de las poblaciones de la región.

Definición del target de los integrantes del grupo:
Personas relacionadas con el mundo de la cultura

Guía de pautas.

Eje UNO: Lugares y atracciones culturales.
Conocimiento de alguna propuesta similar a la del tren de Firmat
Lugares valorados en la provincia por su propuesta cultural
Que conocen de la zona respecto al desarrollo cultural

Eje DOS: evaluación de la propuesta.
Aceptación del concepto y de la propuesta.
Oferta cultural que anexaría dentro del tren y en la ciudad de firmat
Target para oferta de tren + oferta cultural.
Precios de ticket.
Atracciones y / o servicios adicionales sugeridos.
Dudas respecto de la operación.
Aspectos negativos y/o inconsistentes del proyecto.

9.10 Documentos Anexos

DISPOSICION Nº: 076
SANTA FE, 14 de Agosto de 2003.-

VISTO:

La presentación efectuada ante esta Dirección Provincial de Turismo por la firma Hoteles Firmat S.A.; y

CONSIDERANDO:

Que dicha firma presenta el proyecto de un Circuito Turístico que unirá las localidades de Firmat, Miguel Torres y Melincué mediante el recorrido en un Tren con Locomotora a Vapor con servicio de pasajeros y comedor;

Que con ello aspira a difundir y mostrar las bellezas históricas y naturales que encierra esta región de nuestra provincia;

Que además dicho proyecto es mucho más ambicioso ya que prevee el desarrollo de esa vasta Zona de influencia al pretender convertirlo en un verdadero Centro de Turismo Receptivo, y de esta manera jerarquizar turísticamente el lugar;

Que existe la necesidad práctica del traslado de turistas y la posibilidad de instalar un tren antiguo reciclado motivaría una experiencia única al realizar el viaje-paseo;

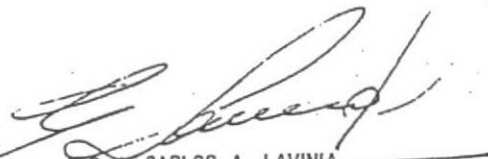
Que es política de esta Dirección Provincial y según lo prescribe el respectivo Plan de Acción 1999-2003, auspiciar todas las manifestaciones que constituyan un estímulo para quienes en las diversas actividades contribuyen con esfuerzo y dedicación al afianzamiento del turismo provincial, logrando el posicionamiento en los mercados regionales, nacionales e internacionales;

POR ELLO:

**EL DIRECTOR PROVINCIAL DE TURISMO
DISPONE**

Art.1º) - Declarar de Interés Turístico al "Circuito Turístico Firmat- Melincué" que unirá las mencionadas localidades pasando por Miguel Torres, mediante un tren antiguo con locomotora a vapor, totalmente reciclado.

Art.2º) - De forma.



C. P. N. CARLOS A. LAVINIA
DIRECC. ON PROVINCIAL
DIRECC. ON P. ROVINCIAL de TURISMO

Año CXXXVII N° 48320

domingo, 07 de marzo de 2004

La Ciudad

Política

La Región

Opinión

Información Gral

El Mundo

Policiales

Cartas de lectores

suplementos

Ovación

Escenario

Economía

Señales

Turismo

Mujer

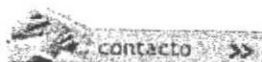
suplementos ediciones anteriores

Educación 06/03

Campo 06/03

Salud 03/03

Autos 03/03



contacto >>



servicios >>

Información útil sobre tramites, teléfonos útiles, aéreos, lugares de interés, farmacias.



institucional >>

Habrà paseos en tren y en barco, a estancias, fangos curativos e hidroterapia

Construyen un spa para promover el turismo de salud en el sur provincial

"Cuando Firmat estaba en ruinas diversificamos nuestros proyectos", explicaron los autores de la idea

Silvia Carafa / La Capital

Firmat. - Una empresa local diversificó sus propuestas y puso en marcha un proyecto que apunta al turismo internacional. Convencidos de que cada lugar debe valorar y potenciar sus propios recursos están construyendo Melin Kien, cuatro lunas en voz mapuche, un spa que se contará entre los cinco primeros del país. La iniciativa incluye excursiones en tren hasta la laguna Melincué y visitas a los cascos de las estancias más tradicionales de la región, y hasta una excursión al río Paraná. Sus impulsores definen la obra como una "balanceada y poco convencional combinación de actividades físicas, de nutrición y efectivos tratamientos personales".

"Una comunidad no puede hacer depender su producción de un solo rubro, si algún día llegaran a declinar los fierros no podemos morirnos de hambre, por eso buscamos proyectos alternativos", dijo Rubén Lang, vicepresidente de la empresa Planauto, gestora de la idea. Y destacó que la crisis que asoló a esta ciudad durante los años de depresión de los productos relacionados con el campo, potenció el diseño de experiencias alternativas. Lejos de las opciones obligadas de maquinarias, granos o ganado, ahora la ciudad busca un lugar en el mundo asociado a la calidad de vida y al turismo.

"El paisaje de llanura es hermoso, tiene su propio atractivo, nunca vamos a mostrar otra cosa que no sea la realidad, y esto es justamente lo que vuelve único y atractivo a un lugar", comentó Lang. Y desplegó las carpetas de cuidado diseño que irán a mano de operadores internacionales de turismo, en las que se promociona a Melin Kien como "un lugar donde el cuerpo y el alma logran el equilibrio, la salud y la armonía".

Las actividades del spa se complementan con un tren a vapor que recorrerá sitios de valor histórico y arquitectónico de la región, como la capilla de la localidad de Miguel Torres. Además, los visitantes tendrán oportunidad de realizar actividades relacionadas con el campo en las estancias de la zona y de recorrer el circuito cultural de la ciudad de Firmat. "Se apunta a rescatar el patrimonio de esta región, que tiene una historia muy rica y agradable para ser conocida", comentó Néstor Ficosecco, un médico que acredita experiencia nacional e internacional en termalismo.

Para Ficosecco crear un centro de salud en el marco de un circuito turístico regional tiene recursos naturales como las aguas de la laguna Melincué que tiene propiedades físico-químicas muy importantes. Además, dijo que al atractivo terapéutico hay que sumar una vistosa fauna que incluye gansos, cisnes, flamencos, patos, gallaretas y nutrias entre otros. "Todo esto a está al alcance de la mano, cerca de las grandes ciudades pero sin el perjuicio que significan los grandes conglomerados, y con la ventaja de que se pueden aprovechar todas las estaciones", acotó. Ficosecco es el representante en Argentina de la Organización Mundial de Termalismo y de la Sociedad Internacional de Técnicas Hidrotermales.

Atractivos de la zona

Al tren turístico y a los atractivos de los campos de la zona y el centro de spa, el proyecto también suma un trayecto en barcos clásicos por el río Paraná. "Un contingente de extranjeros al mismo tiempo que aprovecha la fangoterapia, tiene diez días para recorrer y conocer los atractivos de cien kilómetros a la redonda", señaló Ficosecco. Para poner en acción los recursos naturales, la empresa encaró un relevamiento que le permitió conocer en forma pormenorizada las especies de flora y fauna de la zona, y de lugares históricos. "La gente podrá alojarse en las estancias, o comer un asadito en un alto del recorrido del tren", añadieron.

Notas

Comentarios

Imágenes

Foro



El s hab pró

El spa que se habilitará en el mes de mayo contempla una piscina semicubierta con un espacio al aire libre y el resto climatizado "que se podrá utilizar en pleno junio con hidromasajes", describió Ficosecco a modo de ejemplo. También habrá un exhaustivo seguimiento médico y salas para aplicación de fangos "tal como nuestros padres y abuelos hacían en Melincué, pero con confort", acotó. Además, el circuito de salud incluye gimnasia y técnicas de última generación en un marco de frescos cursos de agua y de estratégicos toques de vegetación.

El proyecto firmatense de turismo de salud, fue declarado de interés nacional y provincial y para su inauguración está prevista la visita de representantes de primera línea de esta actividad. Además, Melin Kien será sede de actividades científicas que se presentarán en foros internacionales, con los cuales estará homologado.

 [enviar nota por e-mail](#)

LA CAPITAL Copyright 2003 | Todos los derechos reservados



Municipalidad de Firmat

www.firmat.gov.ar
Paseo Ntra. Sra. de la Merced 1096
(2630) - Firmat (Santa Fe)

DECRETO N° 059/04.-
Firmat, 30 de Junio de 2004.-

VISTO:

El proyecto denominado "Circuito Turístico Firmat-Melincué", elaborado por la firma Hotcles Firmat S.A.; y

CONSIDERANDO:

Que dicho proyecto contempla la realización de un paseo en tren con locomotora a vapor, antiguo y reciclado que efectuará un recorrido vial de aproximadamente 30 km uniendo las estaciones ferroviarias de Firmat y Melincué, con una escala en la localidad de Miguel Torres;

Que el mencionado recorrido contribuirá a realzar la importancia turística de esta zona del sur de nuestra provincia y a jerarquizar los atractivos naturales e históricos propios del lugar, proyectándolos a nivel nacional e internacional;

Que la ciudad de Firmat está adecuando su infraestructura hotelera y proyectando la construcción de un spa-salud a los efectos de promocionar una nueva forma de turismo basado en programas que priorizan la salud física y mental,

Que en este marco, el circuito turístico Firmat-Melincué ofrece la posibilidad del contacto directo con las fuerzas energizantes que combaten el stress y las tensiones de la vida urbana;

Que a través de la Disposición N° 076 de fecha 14 de agosto de 2003, la Dirección Provincial de Turismo ha declarado de Interés Turístico el citado proyecto por considerar su concreción de fundamental importancia en la constitución de la ciudad de Firmat en un verdadero Centro Turístico Receptivo;

Por todo ello, el Intendente Municipal de Firmat en uso de sus atribuciones

DECRETA

ARTÍCULO 1°: Declárase de Interés Turístico el "CIRCUITO TURÍSTICO FIRMAT-MELINCUÉ", que unirá las mencionadas localidades pasando por Miguel Torres, mediante un tren antiguo con locomotora a vapor, totalmente reciclado.

ARTÍCULO 2°: Comuníquese, registrese y archívese.


DANIEL MACCRIMINO
Secretario de Gobierno, Cultura y
Educación




MIGUEL TORRES
Intendente Municipal


Conmutador Gral. (03465) 423320-423395-424136
Honorable Concejo Municipal: (03465) 423851
E-Mail: municipalidad@firmat.gov.ar
CUIT: 30-99904348-4



Los ecos del casino, turismo en la región

Un tren a vapor unirá Firmat con Melincué

La inversión es millonaria. La reparación de una locomotora demandará \$1.500.000. Se conformará un ente público privado. El casino potencia el turismo regional.

La historia tiene matices. Incluso, hay distintas versiones sobre el origen del nombre de Melincué. Cuenta la leyenda que en 1850, el cacique Melín, fue emboscado a orilla de la que iba a ser Laguna de Melincué, y lo mataron junto con otros ranqueles. De la matanza sólo sobrevivió su esposa, quien herida huyó en su caballo que la llevó hasta una de las islas de la laguna. Allí, la mujer, dolorida y furiosa por la muerte de su hombre y de Cue, el hijo de ambos, maldijo a los invasores, antes de morir.

Según la historia oficial, el nombre de la laguna se conocía como Melincué, desde la ocupación mapuche de las pampas hacia mediados del siglo 18, tal cual figura en mapas del Virreinato, ya que había un fortín para resguardo del Camino Real. Es más, se conserva el mangrullo que formaba parte del fortín levantado durante el virreinato de Juan José Vértiz, el 31 de diciembre de 1777.

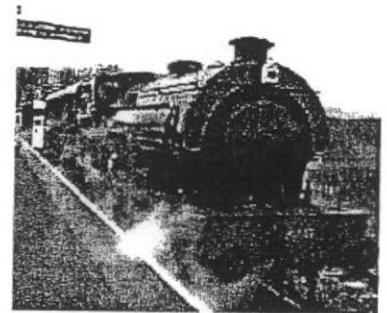
Estas historias son sólo el comienzo de otras que pretenden ser narradas a través de un circuito turístico en un particular tren a vapor que unirá Firmat con Melincué en un trayecto de 25 kilómetros. Por estas horas, un grupo de empresarios está realizando un estudio de factibilidad y gestionando con el Organismo Nacional de Administración de Bienes, la posibilidad que el ente nacional que administra los ferrocarriles, les ceda un tren. Ya hay una locomotora en mira, está en Pérez y sólo su reparación demandaría 1 millón y medio de pesos.

El empresario firmatense Rubén Lang está a la cabeza del proyecto y se entusiasma con la idea. "Nosotros empezamos a impulsar el proyecto para desagotar la laguna de Melincué. Como grupo empresario, al frente de Planauto y de Hoteles Firmat SA, empezamos a ver cómo podíamos reactivar la zona: se nos ocurrió el turismo. Es un mercado que se mueve en todo el mundo".

La recesión de sector agropecuario en la década del '90 llevó al grupo empresario a pensar en alternativas. "Nosotros no tenemos ni río, ni mar, ni glaciar. Lo mejor que tenemos es la laguna de Melincué", sostiene Lang. "Mientras nosotros veíamos cómo se podían llevar a cabo las obras para desagotar la laguna, algunos canales porteños mostraban en la tele otro pueblo perdido bajo las aguas", se indigna el empresario.

La idea es que se conforme un consorcio público privado. "Hay tres puntos claves - dice Lang- que el Onabe seda el material rodante, reactivar la estaciones y hay que chequear el estado de las vías. El tren a vapor puede dañar más que un tren de carga".

Redacción ON 24



Un grupo de empresarios gestiona la llegada de un tren a vapor a Firmat

NOTICIAS RELACIONADAS

La llegada del casino es un gran I

LA MUNICIPALIDAD DE FIRMAT HA SANCIONADO LA ORDENANZA N°

VISTO:

Que en la ciudad y la región, se está generando acciones dirigidas al sector turismo, y

CONSIDERANDO:

Que en la Argentina la oferta del sector turismo figura como una actividad muy importante para la economía de muchas regiones.-

Que el crecimiento de la demanda turística extranjera y la potenciación del turismo interno han revalorizado la importancia del sector en la economía.

Que en nuestra ciudad se encuentran emprendimientos privados muy importantes que desde el punto de vista económico están gestando una nueva actividad no explotada hasta el momento.-

Que viendo acciones que se llevan a cabo da lugar a considerar la actividad turística como un sector altamente rentable, creador de fuentes de trabajo y de una incidencia social importante.-

Que además en la región se están estableciendo emprendimientos locales, nacionales e internacionales, que involucrarán a nuestra ciudad desde el aspecto económico.-

Que en la actualidad todas las actividades de distintas índoles se están gestando y realizando desde la asociatividad de lo público y privado.-

Que desde nuestras bancas dentro del concejo, creemos que la Municipalidad de Firmat debe acompañar y realizar acciones conjuntamente con el sector privado que se encuentra trabajando en esta nueva alternativa económica para la ciudad y la región.-

Por todo ello, el Concejo Municipal de Firmat, en uso de sus facultades y atribuciones ha sancionado la siguiente:

O R D E N A N Z A

ARTICULO 1º: CREACIÓN Y FINALIDADES. Créase el ENTE TURISTICO FIRMAT - (ETUFIR) cuyo objetivo será la planificación y concreción de propuestas para el desarrollo turístico de la ciudad de Firmat y su zona de influencia, así como su promoción hacia mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.-

A tales fines, el ETUFIR podrá llevar a cabo estudios de mercado en lo referente a motivaciones, imagen, satisfacción de expectativas y calidad de servicios recibidos por los turistas y ciudadanos en general; organizar eventos promocionales y demás actividades institucionales tendientes a facilitar la comercialización de la oferta turística, con previa evaluación del probable impacto; celebrar convenios con otros organismos públicos y privados dentro de los objetivos fijados por esta ordenanza; administrar espacios públicos, de interés turísticos con los alcances que establezcan las normas que oportunamente se dicten y/o promovidas por el Ente, entre otras actividades afines.-

ARTICULO 2º: NATURALEZA. El ETUFIR funcionará como un ente descentralizado, autárquico administrativamente y financieramente.-

ARTÍCULO 3º: CONFORMACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ORGANISMO. Estará integrado por un CONSEJO DIRECTIVO, un DEPARTAMENTO TECNICO y un CONSEJO ASESOR.-

3.1. Del Consejo Directivo:

- Estará conformado por un Presidente, designado por el Departamento Ejecutivo Municipal y el sector privado, con acuerdo del Concejo Municipal.-
- Tres funcionarios representantes del Departamento Ejecutivo Municipal.-
- Tres concejales representantes del Concejo Municipal.-
- Seis representantes del sector privado. Los mismos serán asignados por el Departamento Ejecutivo Municipal con acuerdo del Concejo Municipal, a propuesta de las instituciones y empresarios que acrediten ante la Municipalidad un interés comprobable en la consecución de los objetivos del ETUFIR, además de ser sus integrantes aportantes al mismo en las modalidades previstas en el art. 8 de la presente.-

El Presidente durará en su cargo dos años. Podrá concluir su función con anterioridad por decisión del Concejo Directivo.

Los representantes del Concejo Municipal durarán en sus cargos dos años, si no concluyeran éstos su mandato con anterioridad o fueran reemplazados por decisión del Cuerpo.-

3.2. Del Departamento Técnico:

Estará a cargo de un Director nombrado por el Consejo Directivo, que deberá cumplir con requisitos establecidos en la reglamentación de la presente.-

El Departamento Técnico estará integrado además por profesionales e idóneos en las distintas áreas relacionadas con el ETUFIR, serán contratados al efecto, según las necesidades y posibilidades presupuestarias del Ente.-

El funcionario del Departamento Técnico estará sujeto a las normas y remuneraciones que el Consejo Directivo establezca.-

3.3. Del Consejo Asesor:

Estará conformado por aquellas entidades que demuestren un interés comprobable en las actividades del Ente y no formen parte del Consejo Directivo. Funcionará a los fines consultivos, ad honorem, y con la periodicidad que fije el reglamento del Ente, y/o a requerimiento del Presidente.-

ARTICULO 4º: DEBERES Y ATRIBUCIONES.

4.1. Del Consejo Directivo:

1. Evaluar y considerar las acciones necesarias tendientes a cumplir con los objetivos del ETUFIR.-
2. Formular el Plan Anual de Actividades, respetando las normas municipales que fijen las políticas a seguir, así como también el desarrollo armónico de las distintas propuestas turísticas.-
3. Aprobar el Reglamento Interno del Ente, su Organigrama y el del Departamento Técnico.-
4. Confeccionar el Presupuesto anual de Gastos y Recursos, determinando las remuneraciones de su personal y de los profesionales contratados o a contratar, que no podrán ser superiores a la remuneración percibida por el Intendente Municipal. La planificación no admitirá de ninguna manera el déficit.-
5. Aprobar la incorporación del personal necesario, a propuesta del Presidente, con el asesoramiento del Departamento Técnico, a través de mecanismos de concursos de oposición y antecedentes.-

6. Proponer al Departamento Ejecutivo Municipal o al Concejo Municipal, según corresponda, el dictado de normas que contribuyan al mejor logro de los objetivos del Ente.-
7. Determinar el destino de los recursos previstos en el Presupuesto anual del Ente, y girar al Departamento Ejecutivo Municipal y al Concejo Municipal el balance anual, dentro de los 90 días de cerrado el ejercicio financiero anual.-

Deberes y atribuciones del Presidente:

1. Representar al Ente en todos los actos.-
2. Convocar y presidir las reuniones del Consejo Directivo, con voz y voto, definiendo la votación en caso de empate.-
3. Implementar las acciones necesarias tendientes a cumplir con los objetivos del "ETUFIR".-
4. Convocar y dirigir las reuniones del Consejo Asesor.-
5. Suscribir todo documento que comprometa al Ente.-
6. Reformular y ejecutar el Plan de acción anual trazado en el ejercicio anterior, para el caso en que el Consejo Directivo no lo hubiera aprobado oportunamente.-
7. Ejercer un efectivo control sobre el Departamento Técnico.-
8. Establecer y difundir periódicamente el Calendario Turístico.-
9. Realizar todos los demás actos necesarios para el buen desempeño de sus funciones.-

ARTICULO 5°: VOTACIÓN. Las decisiones del Consejo Directivo se tomarán por el voto afirmativo de la mayoría de los presentes en las reuniones fijadas.-

ARTICULO 6°: COMPRAS Y CONTRACIONES. En lo que respecta a la adquisición de bienes o servicios de terceros, serán de aplicación las Ordenanzas Municipales correspondientes.-

ARTÍCULO 7°: PERSONAL. El personal permanente a contratar por el ETUFIR se desempeñará bajo las modalidades previstas en las leyes laborales que regulen la materia en el ámbito privado.-

ARTICULO 8°: PRESUPUESTO DE GASTOS Y CÁLCULO DE RECURSOS. Será confeccionado por el Consejo Directivo, con el asesoramiento del Departamento Técnico, y presentado al Departamento Ejecutivo Municipal para su aprobación, antes del 31 de Agosto de cada año, según normas legales vigentes.-

ARTICULO 9°: RECURSOS Y EROGACIONES. Los recursos del ETUFIR serán los provenientes de:

- Donaciones y legados aceptados.
- Subvenciones y contribuciones de organismos oficiales y privados.

- Otros recursos que se dispongan por ordenanza.

El Municipio tendrá a su cargo las erogaciones corrientes y de personal, así como la provisión de un inmueble para el funcionamiento del Ente.

ARTÍCULO 10: Comuníquese al Departamento Ejecutivo Municipal, publíquese y archívese.-

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE FIRMAT A LOS QUINCE DÍAS DE JUNIO DE DOS MIL SIETE.-

DECRETO N° 051/07.-

Firmat, 25 de Junio de 2007.-

VISTO:

La sanción por parte del Honorable Concejo Municipal de la Ordenanza originada según **Expediente N° 1987-C-06** del mismo Cuerpo, y;

CONSIDERANDO:

Que la misma expresa la unidad de criterios con este Departamento Ejecutivo, por todo ello, el Señor Intendente Municipal, en uso de sus facultades y atribuciones

DECRETA

ARTICULO 1°: Promúlgase la Ordenanza sancionada por el Honorable Concejo Municipal correspondiente al **Expediente N° 1987-C-06**, la que se registra bajo el N° 1299.-

ARTICULO 2°: Comuníquese, publíquese, regístrese y en su momento archívese.-

Alfredo O. Menna
Sec. de Gobierno, Cultura
y Educación

Dr. Carlos J. Torres
Intendente Municipal



Provincia de Santa Fe
Ministerio de la Producción

Santa Fe, 25 de junio de 2007

Señora Jefa Sectorial Informática
Ministerio de Educación
Isabel Camuña.

Me dirijo a Usted para solicitarle información estadística sobre alumnos y escuelas en el territorio provincial, para ser utilizada en el estudio que esta Subsecretaría realiza, con la ayuda técnica del Consejo Federal de Inversiones, sobre la factibilidad de instalación y explotación de un tren turístico entre las localidades de Firmat y Melincué.

La información necesaria se refiere a cantidades de alumnos y escuelas, por departamento y localidad, por nivel y modalidad.

Agradeciendo desde ya la atención que pueda brindarle a esta solicitud, la saludo atentamente.

Lic. Raúl Bertone
Subsecretario de Turismo
Ministerio de la Producción

Subsecretaría de Turismo

Bv. Pellegrini 3100 - 3000 Santa Fe - 0342-450-5398 - Mitre 930 - piso 3 - 2000 Rosario - 0341-472-1325 / 1577
www.santafe.gov.ar

Rodolfo Alico

De: "Rodolfo Alico" <rodolfo@puertonegocios.com>
Para: "Rodolfo Alico" <rodolfo@e-mc.com.ar>
Enviado: Martes, 25 de Septiembre de 2007 06:20 p.m.
Asunto: OBEID ENTREGÓ 228.000 PESOS A ESCUELAS DE LA PROVINCIA PARA LA REALIZACIÓN DE VIAJES DE ESTUDIO

----- Original Message -----

From: Subsecretaría Información Pública
Sent: Monday, September 24, 2007 1:33 PM
Subject: OBEID ENTREGÓ 228.000 PESOS A ESCUELAS DE LA PROVINCIA PARA LA REALIZACIÓN DE VIAJES DE ESTUDIO

Jorge Obeid recibió a las autoridades educativas en el Salón Blanco de la Casa de Gobierno

EL GOBERNADOR ENTREGÓ 228.000 PESOS A ESCUELAS DE LA PROVINCIA PARA LA REALIZACIÓN DE VIAJES DE ESTUDIO

El Gobernador de Santa Fe, Jorge Obeid, entregó este mediodía 228.000 pesos a 33 escuelas de la Provincia para la realización de viajes de estudio.

El mandatario santafesino recibió en el Salón Blanco de la Casa de Gobierno a las autoridades de los establecimientos educativos de Los Tábanos, El Sombrerito, Villa Ocampo, Villa Ana, Alto Verde, Villa Guillermina, Coronda, San Martín Norte, Oliveros, Intiyaco, y Paraje Siete Provincias.

QUE TODOS PUEDAN VIAJAR

El Gobernador indicó "lo que buscamos es que todos los colegios y escuelas de la Provincia tengan la posibilidad de hacer viajes de estudio, que sirven para conocer otra geografía y costumbres. Pero, también forman parte de la alegría que los chicos necesitan cuando terminan un curso, que es algo muy importante y justo".

"Y más si se trata de chicos del interior -continuó Obeid-, fíjense que hay pedidos para visitar las montañas, pero también de muchos que quieren conocer las ciudades Santa Fe y Rosario, por eso nosotros tenemos el deber de ayudar a las maestras, cooperadores, padres y chicos para que esto se pueda llegar a producir".

ESTADO ASOCIADO

Continuando con su alocución, Jorge Obeid explicó que "uno de los criterios que fijamos es no dar la totalidad de los recursos que se solicitan, sino que nos asociamos con las escuelas, padres y cooperadoras. De tal manera que el Estado provincial pone una parte, y la otra es producto del esfuerzo que hacen los cooperadores, padres y chicos a través de distintos eventos para juntar algo de ese dinero".

AGRADECIMIENTO

Por último, el Gobernador agradeció a los docentes, padres y cooperadores "por ayudarnos para que todo esto se pueda llegar a concretar".

ALEGRÍA PARA TODAS LAS COMUNIDADES EDUCATIVAS

Por su parte la ministra de Educación, Adriana Cantero, dijo que "esto que es una alegría para todas las comunidades educativas y fundamentalmente para nuestros chicos, es además una oportunidad de trabajar juntos, fuertemente en la cultura y así poder incidir en la formación de nuestros chicos y jóvenes".

CONOCER ES UN MODO DE FORMAR

"Viajar es un modo de conocer y conocer es un modo de formar -prosiguió Cantero-, nosotros decimos que en la sociedad que se vive actualmente el conocimiento es fuente de poder, por lo tanto queremos que nuestros chicos accedan a las mejores formas de conocimiento para que puedan tener un participación social efectiva".

LAS ESCUELAS

A continuación, se detallan las instituciones beneficiadas:

BENEFICIARIO	DESTINO
AS.COOP. E. N° 809 "Dr. Estanislao M. López" de Santa Fe	Para realizar un viaje a Alta Gracia -Córdoba- del 1.º noviembre próximo.
AS. COOP. E. N° 139 "Jorge Stephenson" de Santa Fe	Para viajar a la ciudad de Cacheuta -Mendoza- campamento educativo con 100 alumnos de 7º
AS.COOP. E. N° 6258 "Domingo F. Sarmiento" de Los Tábanos, dpto. Vera.	Para un viaje de estudio a la ciudad de Embals Tercero -Córdoba-, con 18 alumnos.
AS.COOP. E. N° 1181 Y E. N° 6368 de El Sombrerito	Para realizar un viaje de estudios como fin del año con veinticinco alumnos y dos docentes, son de carenciados.
AS. COOP. E. N° 1304 "Paz, Pan y Trabajo" de Santa Fe (Aula Radial "San Martín de Porres")	Para realizar un viaje de estudios a la provincia Misiones con 21 alumnos de 9º. Año entre el 1.º y 3.º de octubre próximos.
AS. COOP. E. N° 441 "Dr. Victoriano Montes" de Santa Fe	Para realizar un viaje de estudios con 16 alumnos de 3ros. Años de Economía y Gestión para ir a las Represas de Córdoba.
AS. COOP. E. N° 619 "Pbro. Luis A. Spontón" de Villa Ocampo	Para realizar un viaje de estudios con 60 alumnos de 2do. Año polimodal a las Represas de Yaciretá la última semana de octubre próximo.
AS. COOP. E. N° 6096 Jornada Completa de Villa Ana	Para realizar un viaje de estudios a la ciudad de San Juan de las Ruinas de Cayastá con los alumnos de 4to. Año en total.
AS. COOP. E. N° 3025 Part. Inc. "Cristo Obrero" de Santa Fe	Para realizar un viaje de estudios con alumnos de 1er. Año a la ciudad de Alta Gracia, Córdoba.
AS. COOP. E. N° 1439 Part. Inc. "Jesús Resucitado" de Alto Verde	Para realizar un viaje de estudios a la ciudad de Alta Gracia -Córdoba-, del 11 al 14 de noviembre próximo con 25 alumnos.
AS. COOP. E. N° 387 Educ. Tec. De Santa Fe	Para realizar un viaje de estudios a la Provincia de Buenos Aires con los alumnos de 1er. Año de Formación Profesional con 50.
AS. COOP. E. N° 441 "Dr. Victoriano Montes" de Santa Fe	Para realizar un viaje de Estudios al Parque Temaikén con 150 alumnos del 1er. Año de polimodalidad sus tres modalidades.
AS. COOP. E. N° 533 "Victoriano	Para realizar un viaje de estudios con alumnos

Montes" de Alto Verde	año -27 alumnos- a las Sierras de Córdoba.
AS. COOP.E. N° 510 "Gral. Manuel Obligado" de Villa Guillermina	Para realizar un viaje de estudios con los 142 a 4to. Y 5to. Año para conocer Santa Fe, Paraná Cayastá.
AS. COOP. E. N° 2111 "Estela G. de Ferreyra" de Santa Fe	Para realizar un viaje a la localidad de Matilde p con los 105 alumnos a la Fiesta de la Harina y l Industria Molinera "Del Trigo a Pan" que se rea 17 de setiembre próximo.
AS. COOP. E. N° 819 "Dr. Simón de Iriondo" de Coronda	Para realizar un viaje de estudios a Temaikén c alumnos del establecimiento.
AS. COOP. E. N° 2532 Primaria de formación Laboral p/adultos de Santa Fe	Para realizar un viaje de fin de estudios con los de la institución.
AS. COOP. E. N° 6070 de San Martín Norte	Para realizar un viaje de estudios al Noroeste A con los niños de la institución.
AS. COOP. E. N° 441 "Dr. Victoriano Montes" de Santa Fe	Para realizar un viaje de estudios con 13 alumr tercer ciclo de Ciencias Naturales, a las Sierras Córdoba.
AS. COOP. E. N° 441 "Dr. Victoriano Montes" de Santa Fe	Para realizar un viaje de estudios con 17 alumr Humanidades y Ciencias Sociales, a las Sierras Córdoba.
AS. COOP. E. N° 534 "Rep. De Bolivia" de Santa Fe	Para realizar un viaje de egresados con 55 alur ambos turnos de 7mo. Año, a la Falda, Córdoba.
AS. COOP. E. N° 288 "José Hernández" de Coronda .	Para realizar un viaje de estudios, a las ciudades Córdoba y San Luis. (Tienen algo recaudado).
AS. COOP. E. N° 633 "Centenario de Bolivia" de Santa Fe	Para realizar un viaje de estudios a la Provincia Mendoza con 23 alumnos de 3er. Año de polim
AS. COOP.E. N° 239 "Gral. San Martín de Oliveros	Para realizar un viaje de estudios a la ciudad de y Paraná con 80 alumnos de la institución en la quincena de setiembre o la primera quincena d próximo.
AS. COOP. E. N° 8249 de la Familia Agrícola de Intiyaco	Para realizar un viaje de estudios con 17 alumr Año de polimodal a Carlos Paz, Córdoba.
AS. COOP. E. N° 6 "Mariano Moreno" de Santa Fe	Para realizar un viaje de estudios a la ciudad de Aires con 75 alumnos de las tres secciones en noviembre próximo.
AS. COOP. E. N° 1091 "Campo Siete Provincias" del Paraje Siete Provincias	Para completar el dinero que le falta para realiz de estudios con 20 alumnos a la provincia de C
AS. COOP. E. N° 6330, N° 551 Y N° 949 de Villa Ocampo	Para realizar un viaje de estudios de 50 alumnc tercer ciclo a las ciudades de Santa Fe y Paran
AS: COOP: E: N° 2 "Belgrano" de Santa Fe	Para realizar un viaje de estudios con los alumr Año turno mañana y tarde -70 en total- a la ciud Rosario.
AS. Coop. E. N° 1336 "Combate del Quebracho" de Santa Fe	Para realizar un viaje de estudios con 30 alumr 7mo. Año a la ciudad de La Falda, Córdoba.
AS. Coop. E. N° 1336 "Combate del Quebracho" de Santa Fe S.	Para realizar un viaje de estudios a Buenos Air alumnos de 9no. Año.
AS. COOP. E. N° 441 "Dr. Victoriano Montes" de Santa Fe	Para realizar un viaje de estudios con 16 alumr 3ros. Años de Economía y Gestión para ir a las de Córdoba.
AS. COOP. E. N° 1304 "Paz, Pan y Trabajo" de Santa Fe	Para realizar un viaje de fin de curso con los al 9no. Año con 24 estudiantes, la última semana

Rosario, 22 de agosto de 2007

Sres. *RODOLFO ALICO*

Conforme a su pedido y conforme a la inspeccion realizada en el lugar remitimos el presente:

INFORME POR VERIFICACION DEL ESTADO DE VIA:

Se verifico el estado de las vías desde la Estación de la ciudad de Firmat hasta la estación de San Urbano, en una distancia de 23 km.

De acuerdo a la inspección de las mismas verificamos que se encuentran relativamente en buen estado, pero con un porcentaje de durmientes que deben ser cambiados, así como también se deben reparar y cambiar las fijaciones con tirafondos en un 8% aproximadamente. Deberán limpiarse las vías que están en la Estación San Urbano. La mesa giratoria debe ponerse en condiciones, dado el tiempo que no se utiliza y colocar los elementos faltantes.

También se deben retocar las obras de arte como ser las alcantarillas y algunos desagües.

Materiales a utilizar: (para un tramo de 23 km)

Durmientes: 3000
Tirafondos: 6000
Bulones: 1300
Eclisas: 50 pares

Sin otro particular saludamos atte.


JOSE N. PEÑALOZA
Coordinador

Nota

Mano do Obra

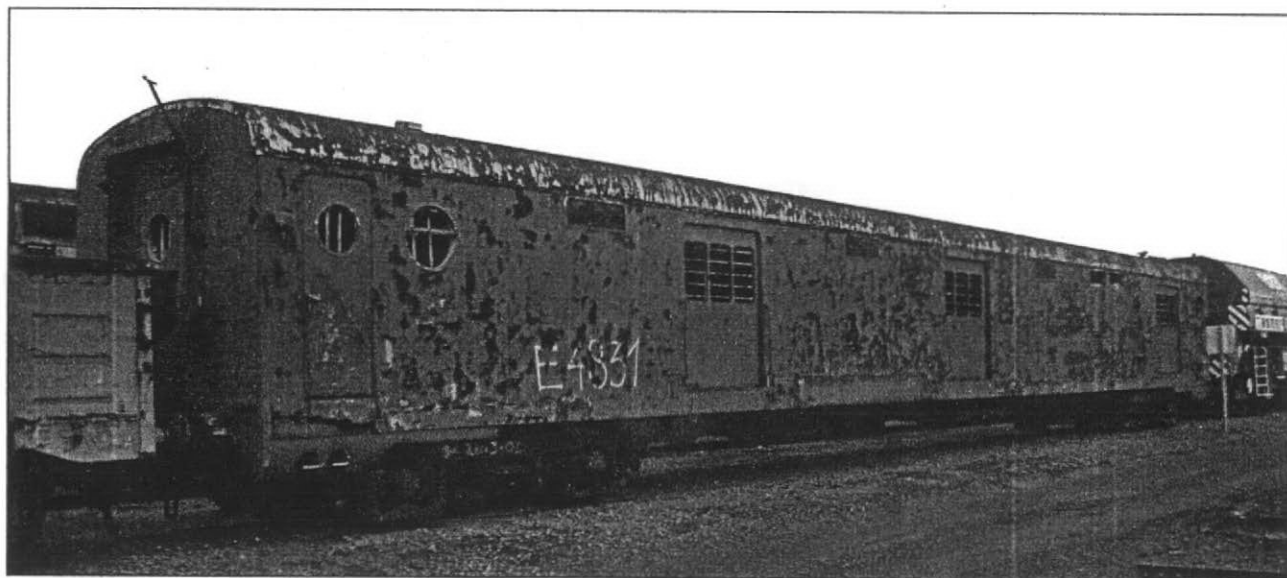
\$ 180.000⁰⁰ (Ciento Ochenta mil)

9.11 Registro fotográfico de recuperación de material rodante.

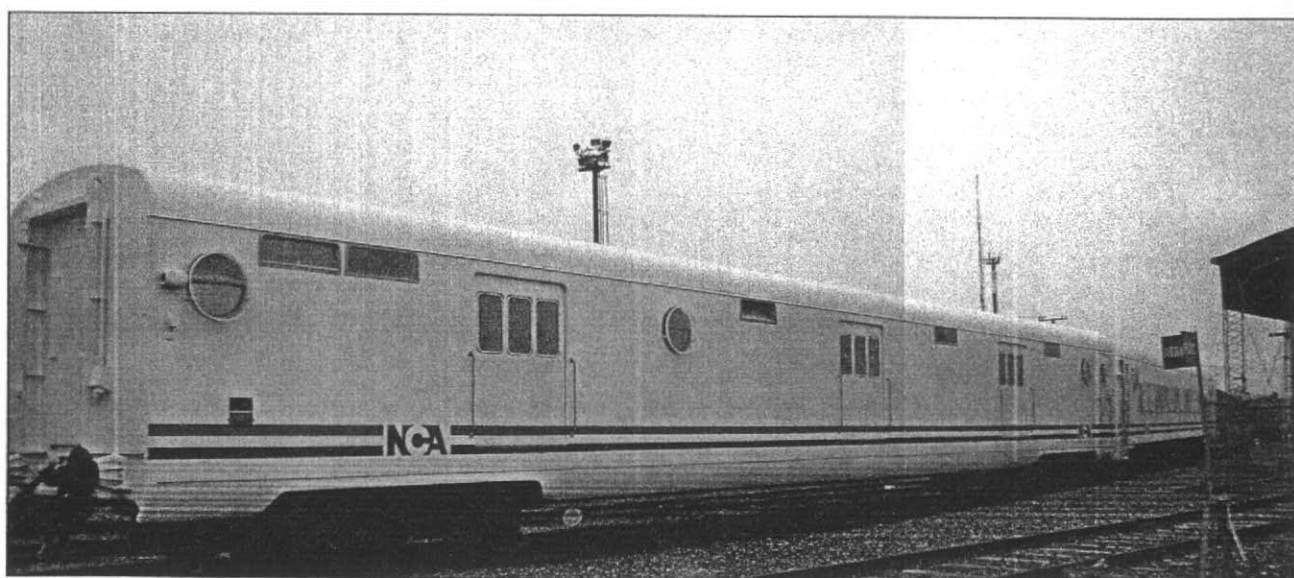
RECUPERACION TOTAL FUNCIONAL DE COCHE COMEDOR

CORPORATIVO DE NUEVO CENTRAL ARGENTINO

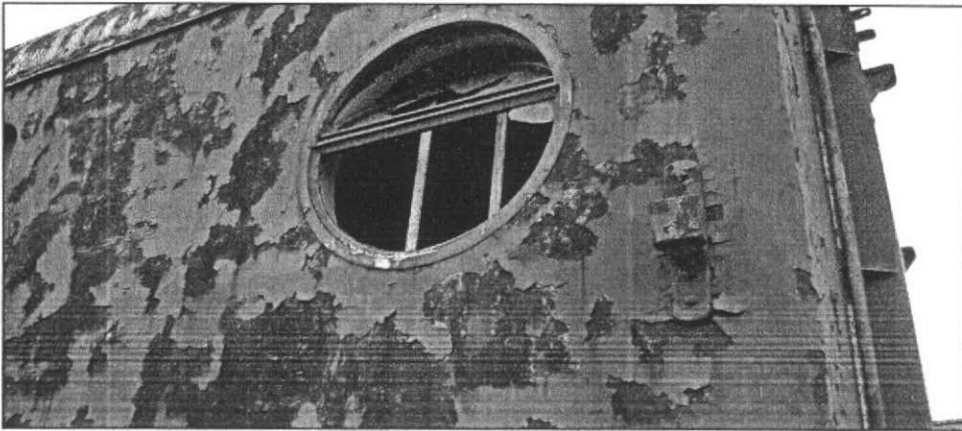
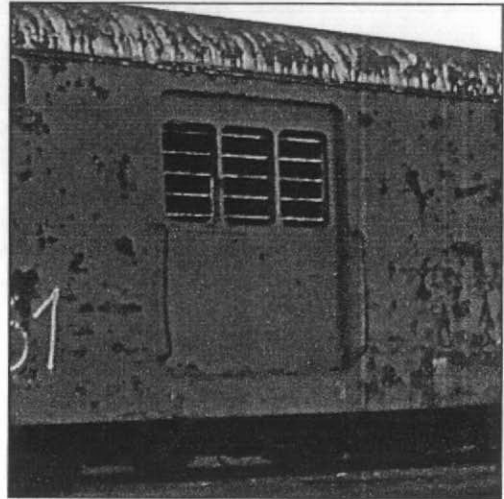
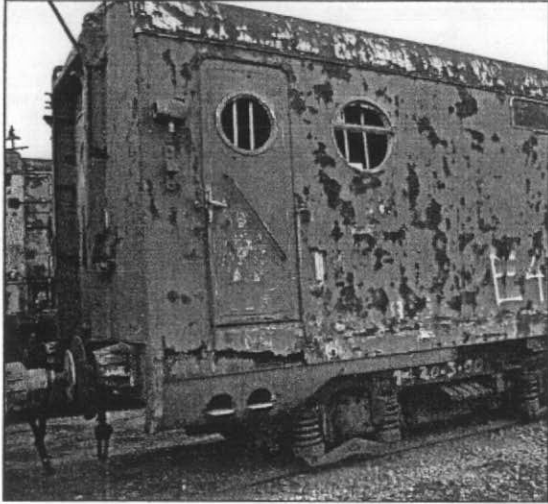
ESTADO INICIAL DE TRABAJO



ESTADO FINAL DE TRABAJO

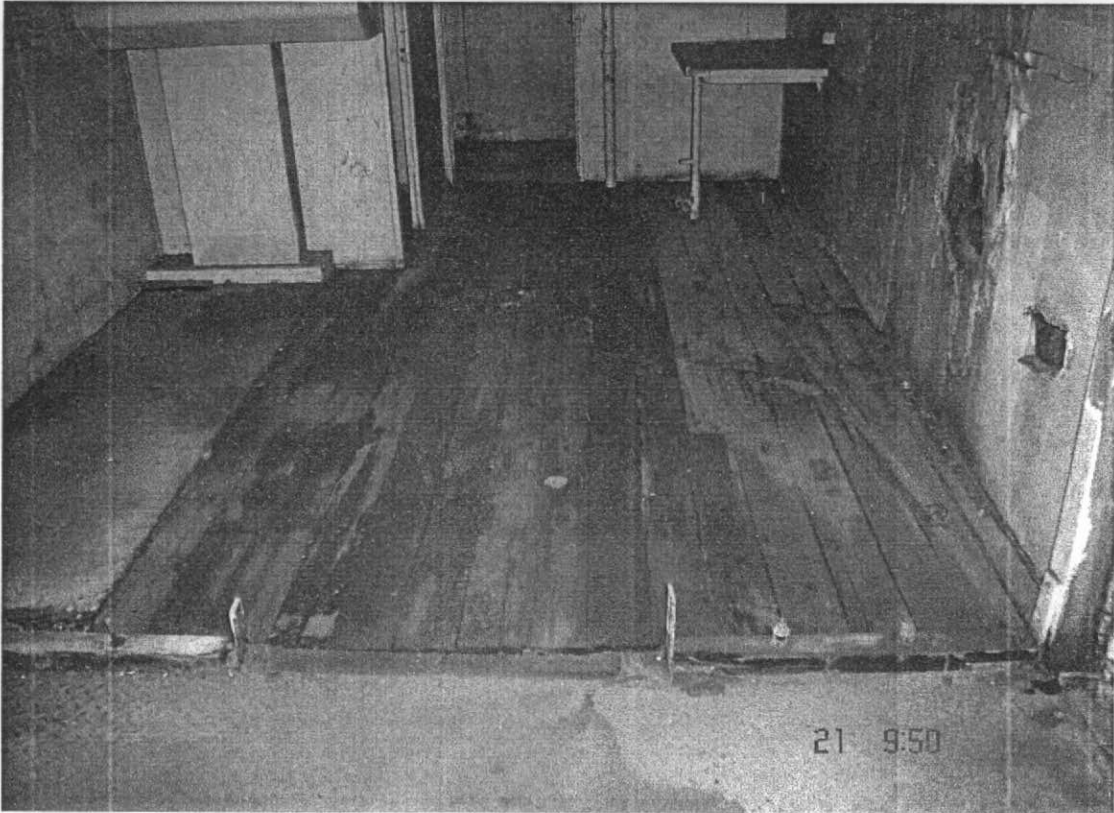


ESTADO GENERAL DE LAS CARROCERIAS

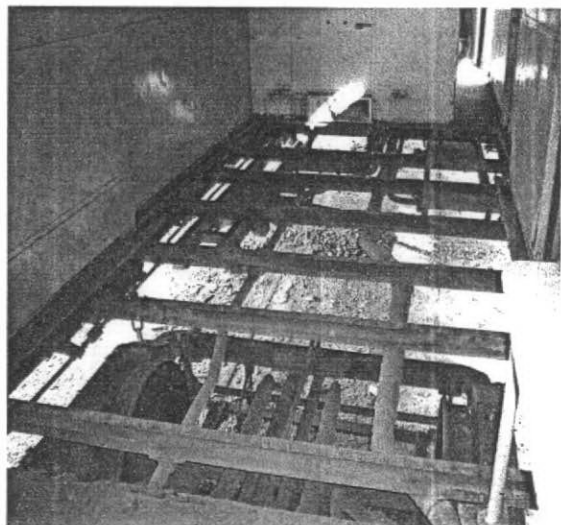
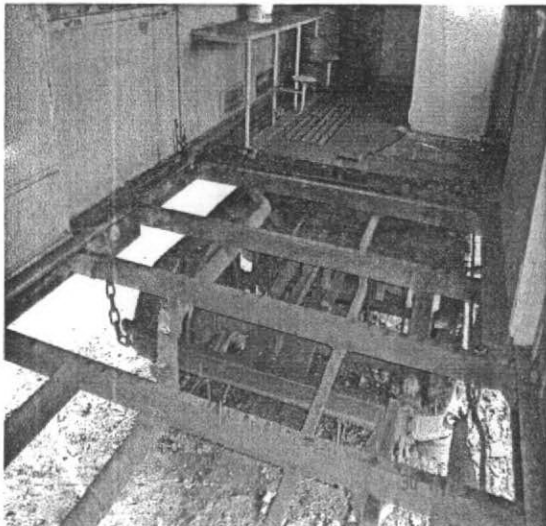


PROCESO DE RECUPERACION DE PISOS

ESTADO INICIAL



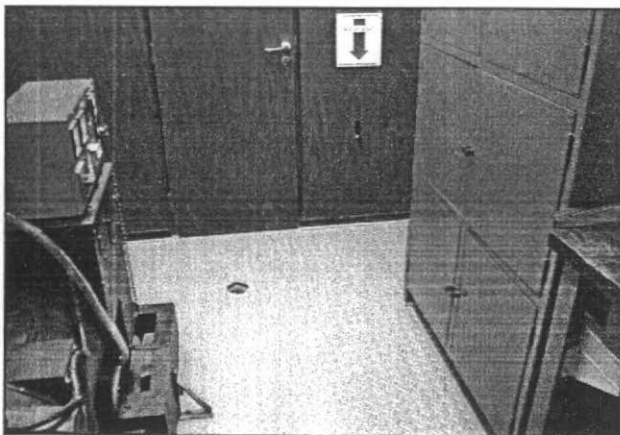
DESARMADO



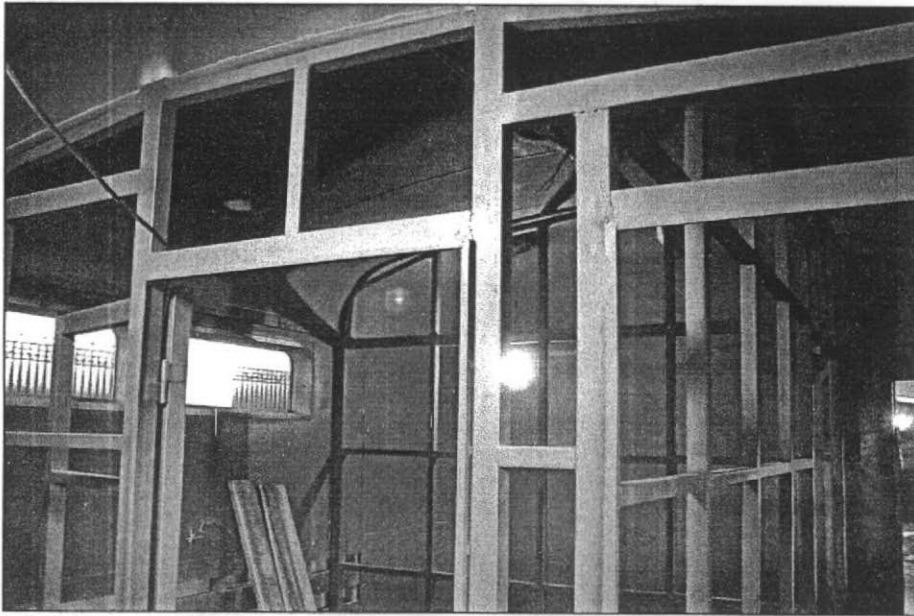
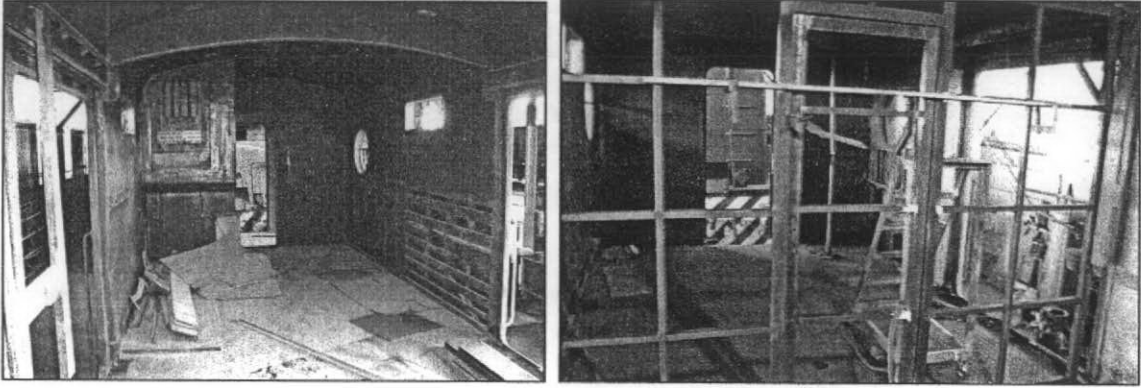
ESTRUCTURA



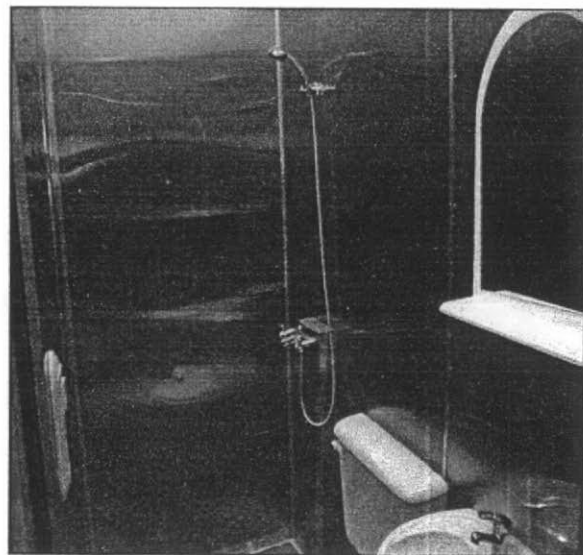
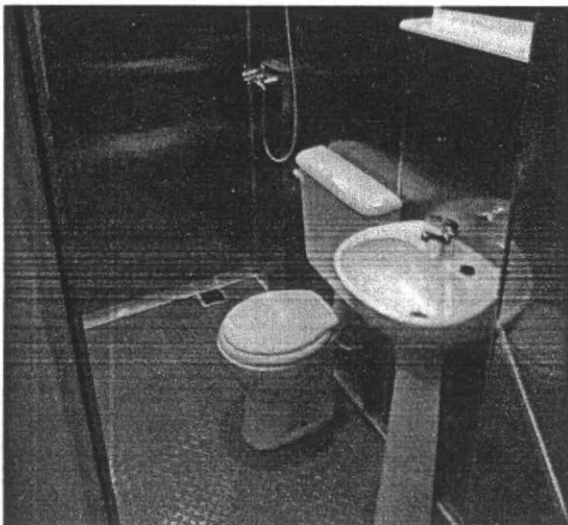
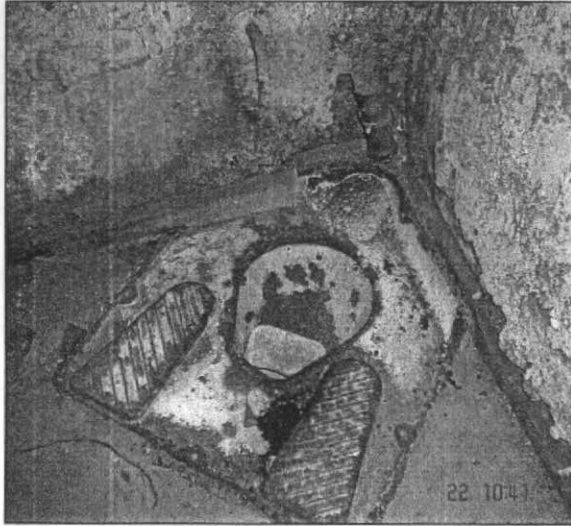
ESTADO FINAL



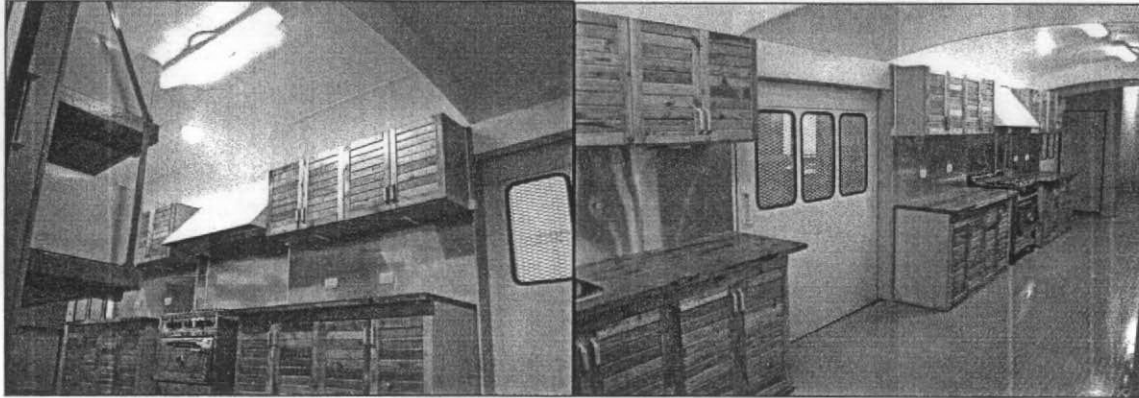
RECUPERACION DE LA ESTRUCTURA



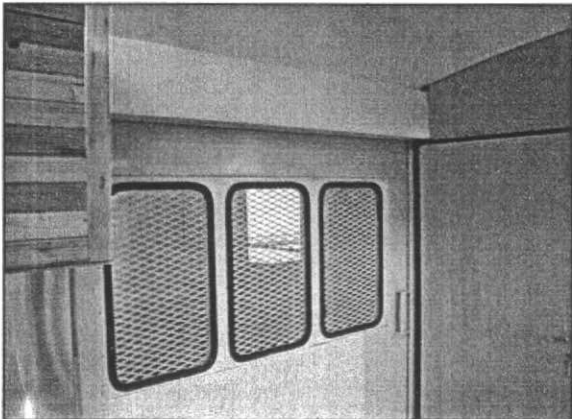
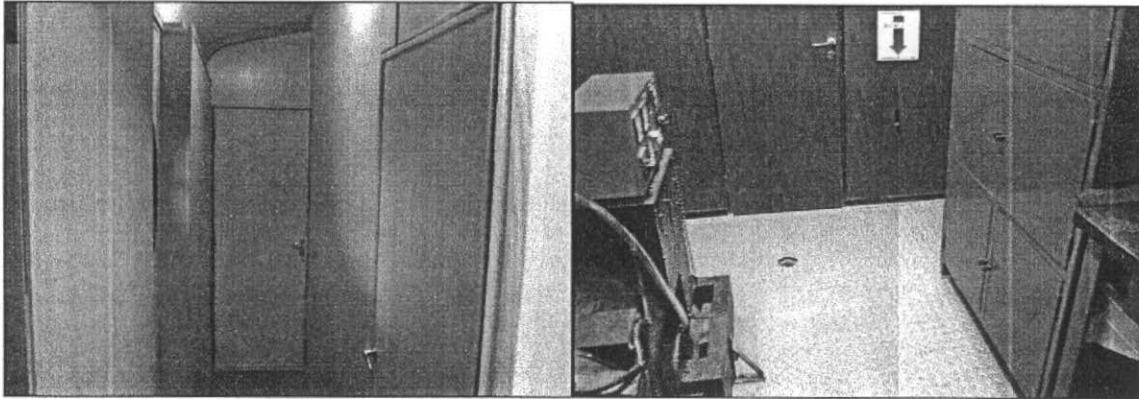
BAÑOS



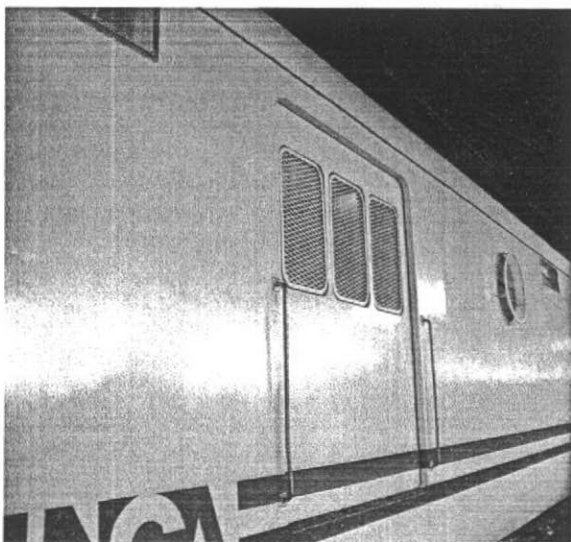
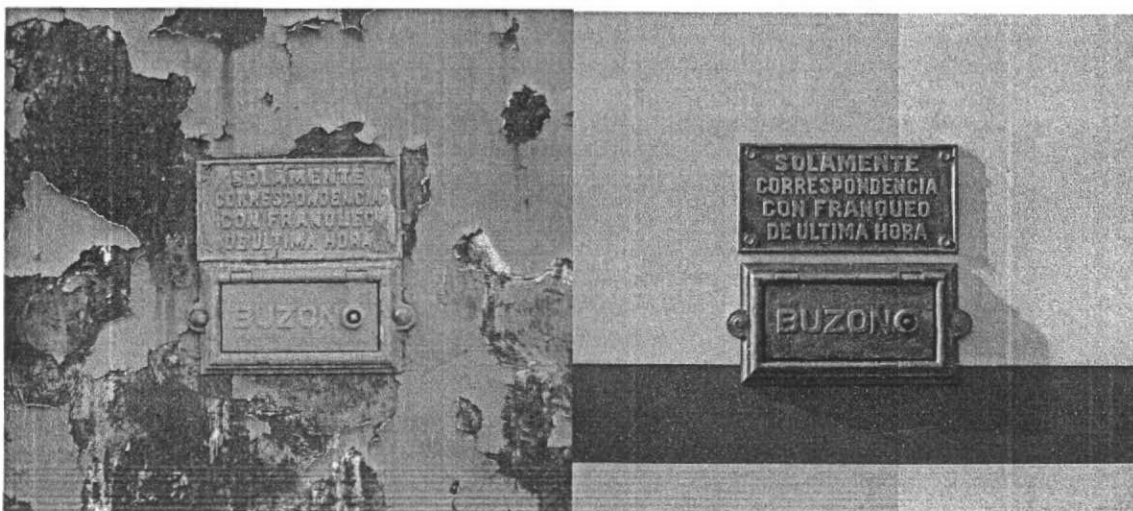
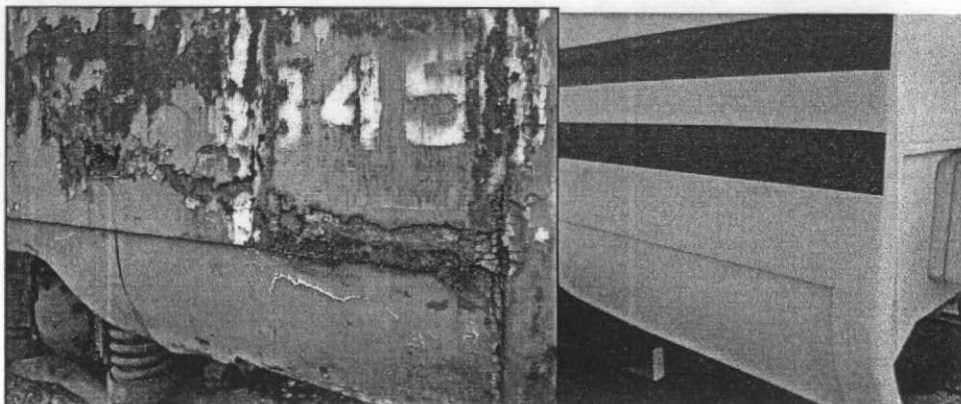
COCINA



INTERIORES



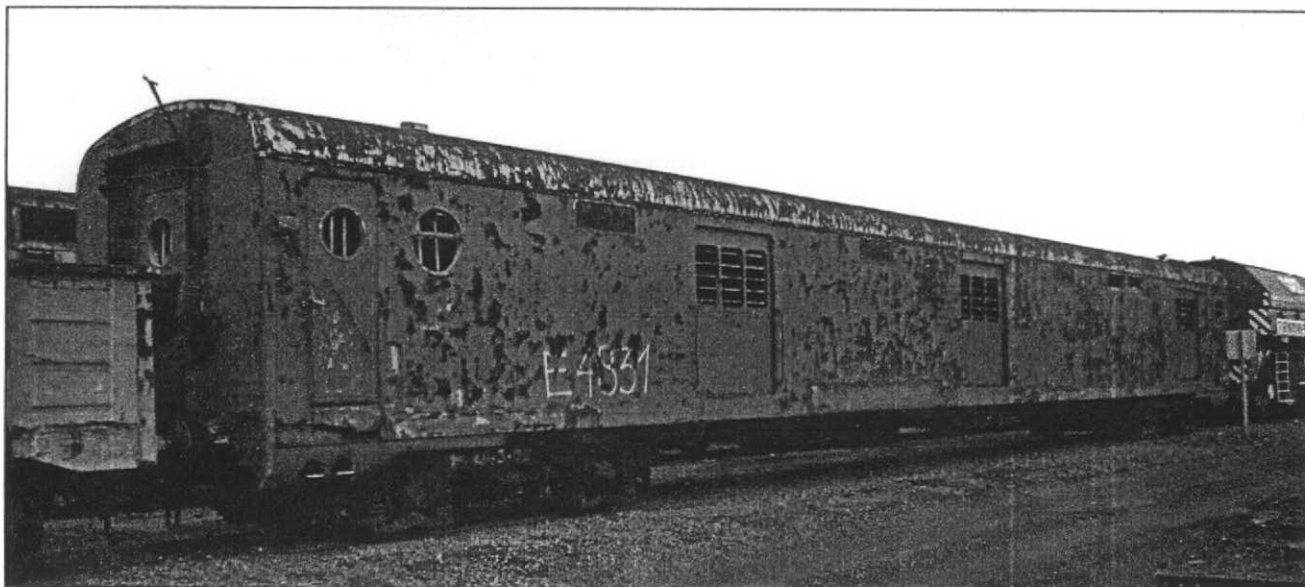
VISTAS COMPARADAS



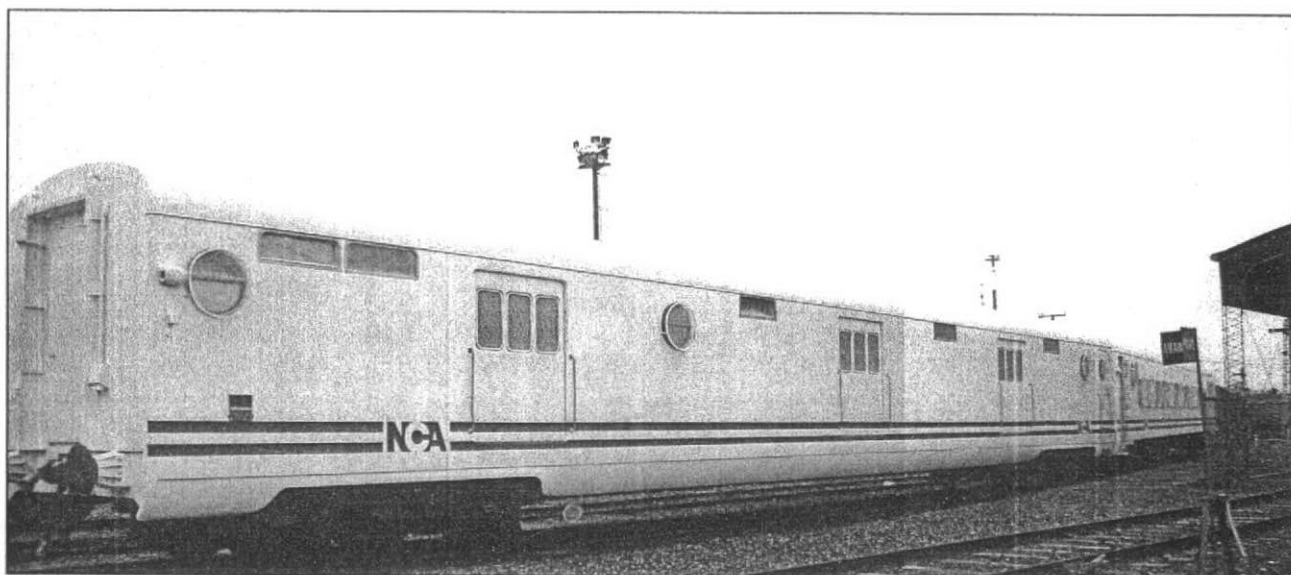
FURGÓN ESTAFETA WERKSPPOOR

RECUPERACION PARA NUEVO CENTRAL ARGENTINO

ESTADO PREVIO



ESTADO ACTUAL



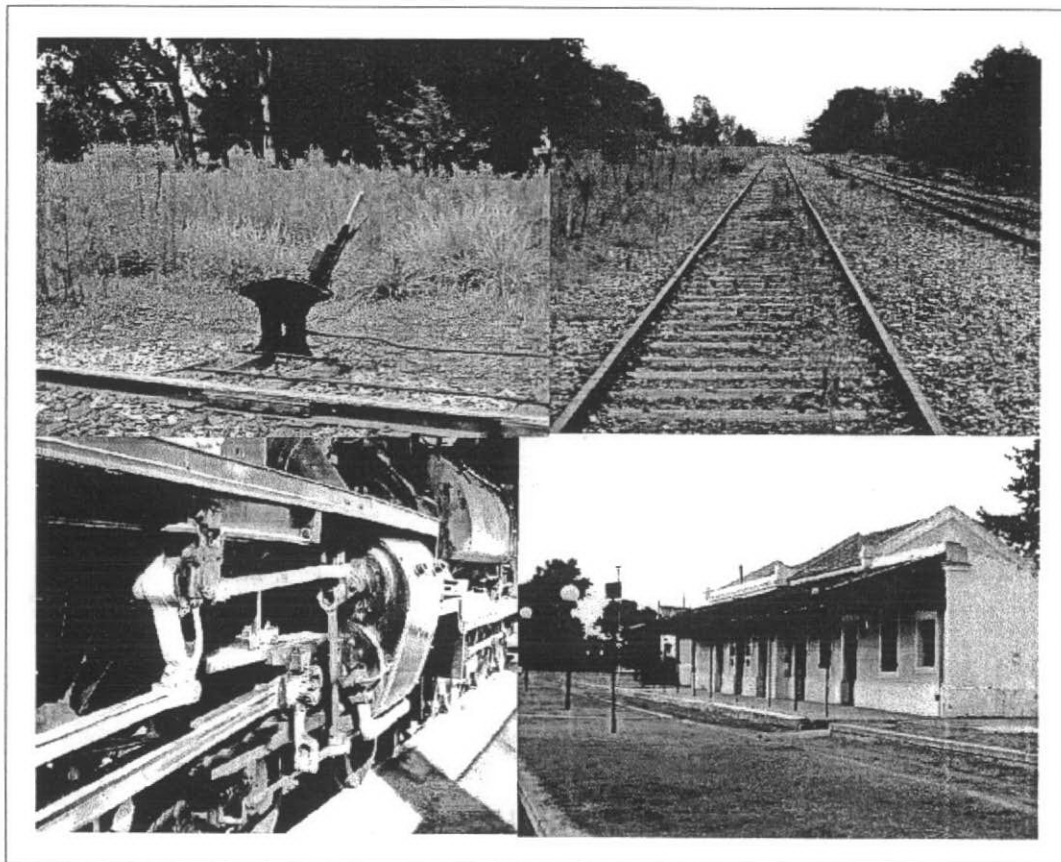
9.12 Propuesta de identidad gráfica.



LA RUTA DEL TREN

FIRMAT

MELINCUE



LA RUTA DEL TREN

FIRMAT

MELINCUE



INTRODUCCION

Los cambios producidos en los últimos 30 años en las estructuras de la República han impactado fuertemente en el perfil productivo de la región litoral y muy especialmente en el hinterland Rosario, las poblaciones que se conformaron en las cercanías de las vías de comunicación entre la producción agrícola ganadera y su puerto natural han transformado su rol y, sumado al fin del transporte de pasajeros como modelo migratorio, sus estaciones y patrimonio cultural entraron en un proceso de abandono y deterioro. A partir de la nueva infraestructura de transporte ferroviario de cargas el desuso de las estaciones las convirtió en lugares idóneos para la localización de centros culturales, recreativos y de diversas temáticas de los municipios.

Este contexto se complementa con el cambio producido en el conglomerado del Gran Rosario, su nuevo posicionamiento de ciudad cosmopolita con sus obras de infraestructura donde el puente Rosario Victoria, la refuncionalización de su puerto, la apertura al río y la radicación de dos mega centros comerciales solo son el comienzo de un proceso que completará con la instalación de hoteles cinco estrellas, salas de convenciones multitudinarias, casino y el reordenamiento que producirá el plan circunvalar.

A esta confluencia de escenarios se suma el desarrollo de los servicios de gastronomía y entretenimientos que

conviven con la oferta cultural más importante del interior de la Argentina y la radicación de nuevas líneas aéreas y proyectos de comunicación terrestre (autovía a Córdoba y tren rápido a Buenos Aires).

A 100 kilómetros de esta realidad las localidades de Firmat, Miguel Torres y Melincué han recuperado su identidad como centros productores agro industriales y están generando propuestas alternativas de valor turístico, fundamentalmente de oferta rural y basadas en el bienestar.

Es en este marco que el desarrollo de una ruta cultural temática encuentra posibilidades de convivencia entre la recuperación de los patrimonios de las estaciones en las localidades de las adyacencias a la ciudad y la convocatoria al cada vez más numeroso mercado turístico.

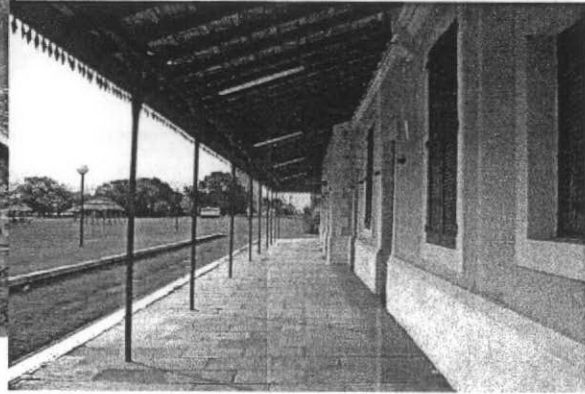
En resumen las oportunidades para el desarrollo del proyecto se resumen en:

- Existencia de un patrimonio cultural y arquitectónico invaluable.
- Desarrollo de un mercado turístico receptivo en crecimiento.
- Disponibilidad de la vía de comunicación en estado operativo.
- Disposición de los actores locales al desarrollo del proyecto.

LA RUTA DEL TREN

FIRMAT

MELINCUE



OBJETIVOS

General:

Establecer la mejor estimación de la aceptación de la propuesta turística, con sus costos y oportunidades de mercado.

Específicos:

Determinar la inversión necesaria y los costos operativos posteriores para la puesta en valor de la propuesta, incluyendo el material rodante, la adecuación de las estructuras edilicias intervinientes, la traza ferroviaria y todo lo necesario para una correcta operación.

Explicitar completamente la oferta turística de la propuesta incluyendo eventos, recorridos, horarios, capacidades, etc.

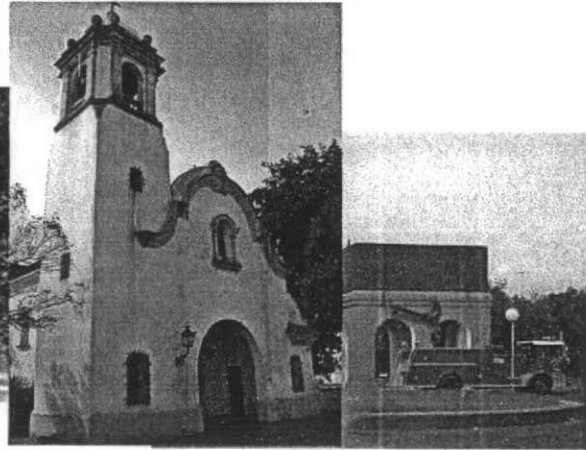
Estimar el mercado primario y secundario, la elasticidad precio de la demanda y aproximar una proyección posible de consumo.

Desarrollar una estrategia competitiva genérica y específica a cada target del mercado para el posicionamiento de la propuesta y establecer los esfuerzos totales de comunicación para lograr los objetivos de mercado.

LA RUTA DEL TREN

FIRMAT

MELINCUE



UN LUGAR CON HISTORIA UN DESTINO ATRACTIVO

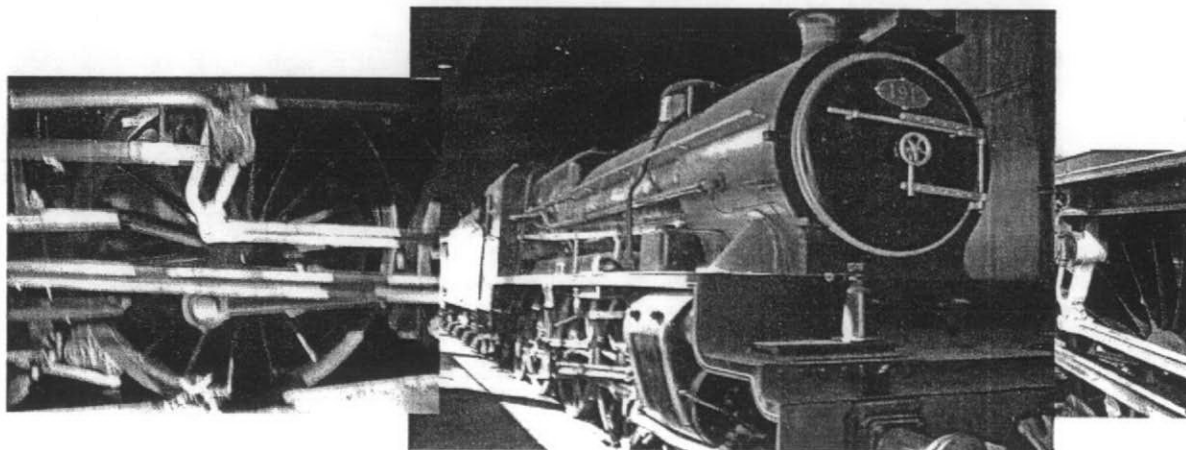
El desarrollo completo de la oferta y desarrollo de productos en base a las ventajas comparativas del entorno y la historia del lugar constituye la base de apoyo de la oferta turística. Historia, economía, cultura y diversión son los cuadrantes del éxito del producto.



LA RUTA DEL TREN

FIRMAT

MELINCUE



UN VIAJE INCREIBLE UNA EXPERIENCIA INOLVIDABLE



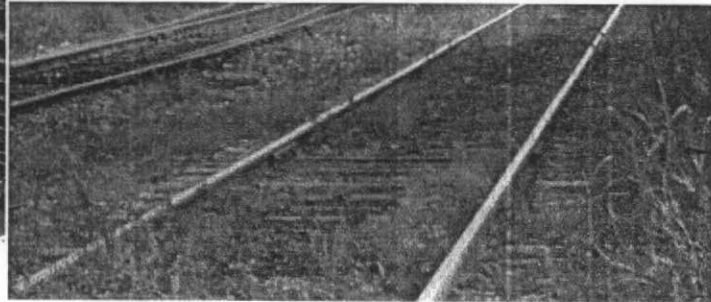
El desarrollo completo de la oferta y desarrollo de productos en base a las ventajas comparativas del entorno y la historia del lugar constituye la base de apoyo de la oferta turística. Historia, economía, cultura y diversión son los cuadrantes del éxito del producto.

La experiencia misma del viaje en tren con más los aditamentos de alistamiento pre viaje,

LA RUTA DEL TREN

FIRMAT

MELINCUE



UNA COMUNICACIÓN INTEGRADA UN MENSAJE DIRIGIDO

Gran parte de la mezcla de marketing estará sustentada desde la comunicación, comenzando con la presentación del proyecto en sociedad con diferentes etapas (pre proyecto, desarrollo, puesta en marcha, etc.). Tanto la elección correcta de las marcas y lemas marcarios, como así también los soportes de identidad corporativa deben contemplar toda la cadena de decisión de consumo: educandos, maestros y directores, padres, familias, turistas, agencias de viajes, etc.

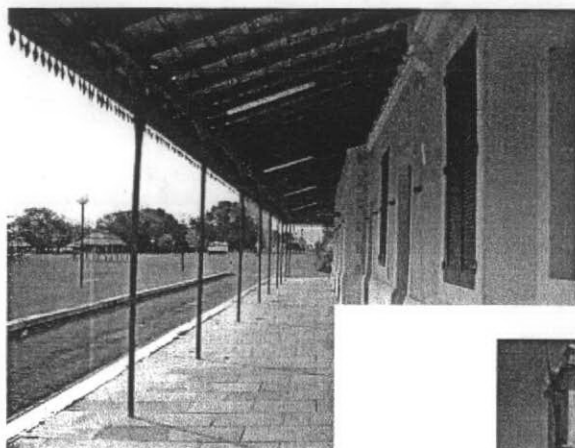
Posicionamiento Competitivo, resumen de las ideas fuerzas que cristalizarán el proyecto:
Unico Innovador Rescata el Patrimonio
Revaloriza la Historia Promueve la cultura del trabajo Enseña y Educa Divertido
Emocionante Increible.



LA RUTA DEL TREN

FIRMAT

MELINCUE



UNA OPERACIÓN IMPECABLE UN PASEO SEGURO

La preocupación atendible de seguridad en el transporte y de consistencia en la operación debe interpretarse como una oportunidad más que como una desventaja. Esto significa una preocupación permanente en el mantenimiento y reaseguro de la operación de transporte y atracción.

LA RUTA DEL TREN

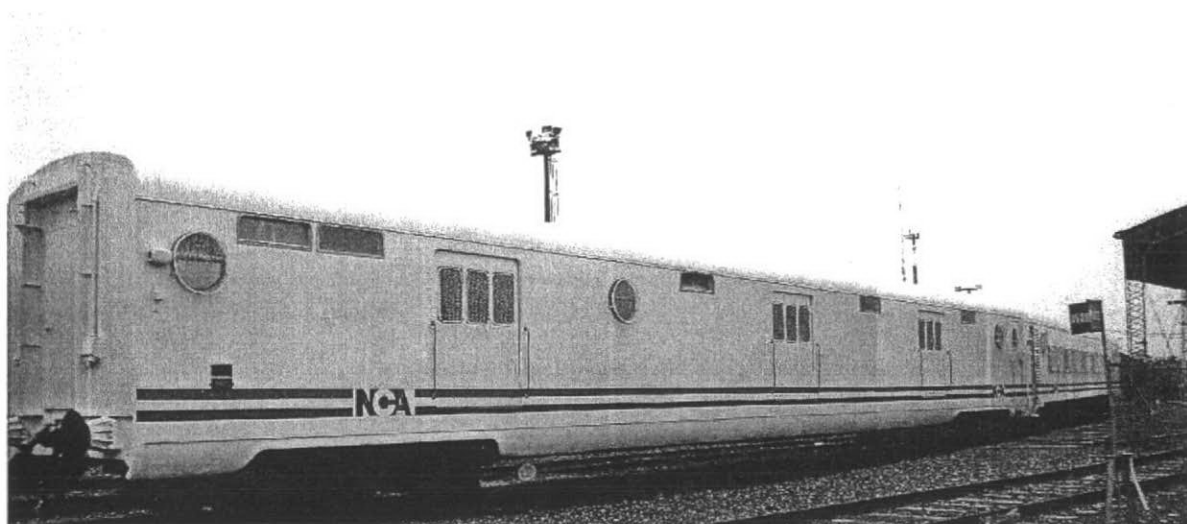
FIRMAT

MELINCUE



ESTADO ANTERIOR

RECUPERACION DE VAGONES



ESTADO ACTUAL