

Licenciatura en Turismo y Hotelería

“COMEL TOUR: Circuitos Fluviales en Kayak”

Alumna:

Midian Mercedes Colman Melgarejo

SAN LORENZO – PARAGUAY

2022

ÍNDICE

Lista de abreviaturas y signos convencionales	13
INTRODUCCIÓN.....	16
RESUMEN EJECUTIVO	18
TÍTULO	21
SUBTÍTULO	21
CAPITULO I.....	22
1. Identificación y naturaleza del proyecto	22
1.1. Descripción del proyecto	22
1.2. Objetivos del proyecto	24
1.2.1. Objetivo General.....	24
1.2.2. Objetivos Específicos	24
1.3. Ubicación y cobertura del proyecto	25
CAPITULO II.....	26
2. Marco Teórico y Documental	26
2.1. Turismo.....	26
2.2. Historia del turismo	26
2.3. Tipos de Turismo	26
2.4. Sistema Turístico	27
2.5. Clasificación del Turismo.....	27
2.6. Clasificación de la demanda turística	29
2.7. Características del servicio Turístico.....	30
2.8. Turismo Náutico	30
2.9. Turismo náutico-deportivo	31
2.9.1. Divisiones	31
2.9.2. Productos relacionados con este tipo de turismo	32
2.9.3. Antecedentes náuticos a nivel nacional	32
2.9.4. Tipo de turismo acuático en kayak	32
2.9.5. Origen del turismo náutico en kayak	33
2.9.6. Relación del Kayak con el turismo	33
CAPITULO III	34
3. Diagnóstico Sectorial.....	34
3.1. Departamento de Misiones	34
3.1.1. Datos Geográficos	34
3.1.2. Condiciones variables de la naturaleza.....	34
3.2. Municipio de Villa FloridaVilla	35
3.2.1. Datos geográficos	35
3.2.2. Condiciones variables de la naturaleza.....	36
3.2.3. Aspectos socioculturales.....	37
3.2.4. Diagnóstico de la economía.....	38
3.2.5. Diagnóstico de los recursos turísticos	39
3.2.6. Diagnóstico de la Planta Turística	49
3.2.7. Diagnóstico de la Infraestructura.....	53
3.2.8. Proyectos turísticos o favorecedores del sector turístico.....	54
3.2.9. Diagnóstico del entorno	55

CAPITULO IV	57
4. Análisis Administrativo	57
4.1. Denominación y naturaleza de la Entidad	57
4.2. Misión.....	57
4.3. Visión.....	57
4.4. Objetivos como entidad administrativa	57
4.5. Valores de la entidad administrativa.....	58
CAPITULO V	59
5. Análisis Técnico Operativo	59
5.1. Organigrama	59
5.2. Perfil del personal requerido y manual de funciones.....	60
5.3. Cantidad del personal requerido	70
5.4. Manual de procedimientos operativos	72
5.5. Calculo de capacidad de carga operativa.....	75
CAPITULO VI	76
6. Análisis Jurídico... ..	76
6.1. Tramites de Registros y formalización de la apertura de la empresa	76
6.1.1. Sistema de Apertura y Cierre de Empresas (SUACE).....	76
6.1.2. Aranceles de los trámites	77
6.1.3. Patente Comercial – requisitos	77
6.1.4. Inscripción en el Registro Único del Contribuyente.....	78
6.1.5. Inscripción en el Instituto de Previsión Social (I.P.S.)	78
6.1.6. Inscripción en el Ministerio de Trabajo empleo y Seguridad Social.....	78
6.2. Leyes y Resoluciones	79
6.2.1. Ley N°213/93 Que establece el código de trabajo	79
6.2.2. Ley N°1034/83 del comerciante	80
6.2.3. Ley N° 1328/98 de Derechos de Autor y Derechos Conexos	80
6.2.4. Ley N° 1294/98 Ley de Marcas.....	81
6.2.5. Ley N° 4934/13 Accesibilidad al medio físico para personas con discapacidad.....	81
6.2.6. Ley N° 836/80 Código Sanitario del MSP y BS	82
6.2.7. Ley N°294 de Evaluación de Impacto Ambiental	83
6.2.8. Decreto N° 453/13	85
6.2.9. Decreto N° 954/13	86
6.2.10. Ley N° 2828/05 Del Turismo	86
6.2.11. Resolución N° 332/10.....	87
6.2.12. Resolución 746/15	89
6.2.13. Resolución 1789/17	89
6.2.14. Resolución 1790/17	90
6.2.15. Resolución 1618/19	91
CAPITULO VII.....	93
7. Análisis de Ingeniería	93
7.1. Descripción y distribución de la infraestructura	93
7.2. Corte de plano.....	94
7.3. Calculo de capacidad de carga.....	94
CAPITULO VIII	96

8.	Análisis de Equipamiento	96
8.1.	Listado de Equipamientos requeridos.....	96
CAPITULO IX		99
9.	Análisis de Sustentabilidad.....	99
9.1.	Ambiental	99
9.1.1.	Impactos o beneficios positivos.....	99
9.1.2.	Impactos ambientales en la fase de ejecución de obras.....	99
9.1.3.	Impactos ambientales en la fase de operación y mantenimiento.....	99
9.1.4.	Planes de mitigación de los impactos negativos en la fase de ejecución de obras.....	100
9.1.5.	Plan de mitigación para atenuar impactos negativos.....	100
9.2.	Sociocultural	100
9.2.1.	Impactos positivos.....	100
9.2.2.	Impactos Negativos	100
9.2.3.	Plan de mitigación para atenuar impactos negativos.....	101
9.2.4.	Medidas para contribuir al desarrollo comunitario.....	101
9.3.	Económicos.....	101
9.3.1.	Impactos positivos	101
9.3.2.	Impactos negativos	101
9.3.3.	Medidas a aplicar para minimizar los impactos negativos	102
9.3.4.	Etapas de estacionalidad	102
9.4.	Código Ético Mundial para el turismo de la OMT	103
9.5.	Políticas de Sustentabilidad	104
CAPITULO X		106
10.	Análisis de Marketing.....	106
10.1.	Aspectos Económicos. Estadísticas	106
10.1.1.	Macroeconomía	106
10.1.1.1.	Tasa de desempleo	106
10.1.1.2.	Producto Interno Bruto	107
10.1.1.3.	Variación del Dólar.....	107
10.1.1.4.	Tasa de inflación.....	108
10.1.1.5.	Variación del salario mínimo	109
10.1.2.	Macroeconomía	109
10.1.2.1.	Análisis de precios de la oferta.....	109
10.1.2.2.	Análisis de precios de la demanda.....	110
10.1.2.3.	Datos estadísticos de Turismo Receptivo	111
10.2.	Investigación de Mercado.....	111
10.2.1.	Identificación del problema u oportunidad.....	111
10.2.2.	Objetivos de la investigación de mercado	112
10.2.3.	Diseño de la investigación.....	114
10.2.4.	Método de recolección de datos	114
10.2.5.	Diseño de la muestra.....	114
10.2.6.	Definición de la muestra.....	115
10.2.7.	Recolección de Datos	115
10.2.8.	Proceso de datos	116
10.2.9.	Análisis de datos	121

10.2.10.	Resultado de la investigación	128
10.3.	Plan de Marketing.....	130
10.3.1.	Pensamiento Estratégico de la Localización.....	130
10.3.2.	Tendencias de consumo del sector	131
10.3.3.	Determinación de la demanda	132
10.3.4.	Definición del negocio.....	132
10.3.5.	Segmento de mercado.....	132
10.3.6.	Perfil del cliente	133
10.3.7.	Marketing Mix – 4 P	133
10.3.7.1.	Producto.....	133
10.3.7.2.	Precio	137
10.3.7.3.	Plaza.....	138
10.3.7.4.	Publicidad y Promoción.....	138
10.3.8.	Imagen de la marca.....	138
10.4.	Estructura competitiva del sector.....	139
10.4.1.	Competidores Directos	139
10.4.2.	Competidores Indirectos	139
10.4.3.	Análisis del perfil competitivo del sector	140
10.4.4.	Ventajas competitivas	144
10.4.5.	Proveedores principales	144
10.5.	Estrategias.....	145
10.5.1.	Estrategia de Ansoff	145
10.5.2.	Estrategia de Porter	145
10.5.3.	Cadena de Valor	146
10.5.4.	Análisis FODA	149
10.5.5.	Matriz FODA.....	150
CAPITULO XI		152
11.	Análisis Contable y Financiero.....	152
11.1.	Datos para cálculos	152
11.2.	Inversiones iniciales.....	153
11.3.	Depreciaciones.....	155
11.4.	Proyección de ingresos	156
11.5.	Proyección de egresos.....	157
11.6.	Tesorería	158
11.7.	Evaluación económica	159
11.8.	Crédito – Estructura Financiera	161
11.9.	Evaluación Financiera	163
11.10.	Resumen	164
Conclusión		167
GLOSARIO.....		168
Anexo		170
Bibliografía.....		180

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa “Comel Tour” tiene como objetivo diversificar la oferta turística en el municipio de Villa Florida Departamento de Misiones a través de la práctica de circuitos fluviales en kayak. La misma contaría con un espacio físico en el centro de la ciudad de Villa Florida Departamento de Misiones a inmediaciones del afluente denominado Tebicuary de dicha ciudad, donde operaría la parte gerencial y administrativa de los servicios. Los servicios a ofrecerse serían: Dos circuitos fluviales en kayak con una capacidad de carga de 10 personas c/u, ambos con el mismo diseño presentado en el capítulo I del proyecto, pero con diferentes itinerarios y actividades complementarias educativas como capacitaciones y cursos de guiado en kayak. La finalidad de la empresa se justifica conforme a la hidrografía del lugar siendo el mismo propicio para la práctica de deportes náuticos como el kayak y de acuerdo a registros que comprueban la alta demanda turística, que visitan el municipio en busca de tener contacto con la naturaleza y participar de las actividades relacionadas al afluente del lugar, por lo que se decidió realizar un estudio y ver las condiciones que favorecieran esta práctica. El estudio de mercado se realizó a través de una investigación de enfoque descriptivo con un análisis de encuestas, se utilizó como universo a los habitantes de Asunción, Departamento Central y el Departamento de Misiones conforme a la mayor afluencia de visitantes de estos departamentos en el destino. La muestra fue constituida por 96 personas, donde se empleó la observación y la encuesta como instrumentos de investigación, para el análisis de los datos se estableció tablas de frecuencias y gráficos circulares. Conforme a los resultados de la encuesta que fueron tomadas a la muestra del universo se deduce:

La mayor cantidad de encuestados elige el Turismo de Naturaleza con modalidad fluvial, resultado positivo para la ejecución del proyecto planteado, en base a la sustentabilidad y el desarrollo de buenas prácticas fluviales en fusión con la naturaleza. En cuanto a la pregunta de participar en un circuito fluvial en kayak, la respuesta en su mayoría por parte de los encuestados fue positiva.

El medio de transporte fluvial preferido elegido en su mayoría por el público encuestado es el Kayak. Posicionándolo en primer lugar ante las demás opciones de transportes fluviales señaladas en el cuestionario, además la actividad fluvial favorita para los encuestados es un circuito guiado. En base a estos resultados se calcula el interés del público encuestado de realizar una travesía fluvial con el acompañamiento de guías expertos.

El último capítulo del proyecto formula los datos financieros del proyecto arrojando los siguientes resultados:

El monto total de inversión requerido para la apertura de la empresa Comel Tour es de G. 902.810.638, del cual el capital propio corresponde a G. 802.810.638 y el capital financiado de G. 100.000.000 por el banco BASA a 10 años de plazo con pagos semestrales, sin periodo de gracia.

De acuerdo a los resultados obtenidos se observan resultados positivos que anuncian la factibilidad del proyecto de inversión planteado.