

**Licenciatura en Turismo y Hotelería**

*“Agencia de Viajes “Focus Travel & Tourism” ubicada en Ciudad del Este, departamento de Alto Paraná, enfocada en el segmento estudiantil”*

**Alumna:**

**Alexia Nicol Aquino Romero**

**SAN LORENZO – PARAGUAY**

**2024**

# ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS .....	12
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	16
LISTA DE ABREVIATURAS .....	19
INTRODUCCIÓN .....	20
RESUMEN EJECUTIVO .....	21
CAPÍTULO I .....	24
1. La Propuesta .....	25
1.1. Identificación y Naturaleza del Proyecto .....	25
1.2. Objetivos del proyecto .....	26
1.2.1. Objetivos Generales .....	26
1.2.2. Objetivos Específicos .....	26
1.3. Ubicación y cobertura del proyecto .....	27
1.3.1. Evaluación de Factores .....	28
1.4. Beneficiarios Directos e Indirectos .....	29
CAPÍTULO II .....	30
2. Marco teórico y documental .....	31
2.1. Turismo .....	31
2.2. Formas del Turismo .....	32
2.3. Tipos de Turismo .....	32
2.4. Clasificación del Turismo .....	33
2.5. Turismo Educativo .....	34
2.6. Turismo Cultural .....	35
2.7. Turismo Receptivo .....	36
2.8. Viajes y Turismo .....	37
2.9. Agencias de Viajes .....	38
2.10. Clasificación de las Agencias de Viajes .....	39
2.11. Funciones de una Agencia de Viajes .....	39
2.12. Agencias de Viajes Receptivas .....	40
2.13. Agencias de Viajes Virtuales .....	41
2.14. Agente de Viajes .....	41
2.15. Operadores Turísticos .....	42
2.16. Paquetes Turísticos .....	42
2.17. Transporte Turístico .....	43
2.18. Guía de Turismo .....	43
2.19. Itinerario .....	44
2.20. Cotización .....	45
CAPÍTULO III .....	46
3. Diagnóstico Sectorial .....	47
3.1. Paraguay .....	47
3.1.1. Datos Generales .....	47
3.1.2. Territorio .....	48
3.1.3. Demografía .....	51
3.1.4. Medio Ambiente y Recursos Naturales .....	55
3.1.5. Rutas Nacionales, integración y conectividad .....	60

3.1.6.	Economía .....	64
3.1.7.	Educación .....	68
3.1.8.	Salud .....	69
3.2.	Alto Paraná .....	70
3.2.1.	Datos Generales .....	70
3.2.2.	Territorio y Distribución Administrativa.....	71
3.2.3.	Demografía y Población .....	72
3.2.4.	Recursos Naturales y Ambientales .....	73
3.2.5.	Transporte e Infraestructura.....	74
3.2.6.	Accesibilidad .....	74
3.2.7.	Economía y Producción .....	75
3.2.8.	Educación .....	76
3.2.9.	Salud .....	76
3.3.	Ciudad del Este .....	77
3.3.1.	Datos Generales .....	77
3.3.2.	Territorio y Distribución Administrativa.....	78
3.3.3.	Demografía y Población .....	78
3.3.4.	Recursos Naturales y Ambientales .....	79
3.3.5.	Transporte e Infraestructura.....	80
3.3.6.	Accesibilidad .....	81
3.3.7.	Economía y Producción .....	81
3.3.8.	Educación .....	82
3.3.9.	Salud .....	83
3.4.	Diagnóstico de los Recursos Turísticos.....	83
3.4.1.	Inventario Turístico del municipio de Ciudad del Este .....	84
3.4.2.	Inventario Turístico del municipio de Hernandarias .....	91
3.4.3.	Inventario Turístico del municipio de Presidente Franco.....	94
3.5.	Diagnóstico de los Servicios Turísticos.....	98
3.5.1.	Servicios de Alojamiento.....	99
3.5.2.	Servicios de Alimentación.....	101
3.5.3.	Otros Servicios.....	103
3.5.4.	Equipamiento.....	105
3.6.	Diagnóstico del Entorno .....	106
3.6.1.	FODA del Municipio.....	106
CAPÍTULO IV .....		107
4.	Análisis Administrativo .....	108
4.1.	Soporte Administrativo del Proyecto .....	108
4.2.	Denominación y naturaleza de la entidad.....	109
4.2.1.	Razones de elección.....	109
4.2.2.	Ventajas .....	110
4.2.3.	Desventajas .....	111
4.3.	Visión.....	111
4.4.	Misión .....	112
4.5.	Objetivos empresariales.....	112
4.3.	Valores corporativos .....	112
4.4.	Políticas de Calidad .....	113

4.5.	Objetivos de Calidad.....	113
CAPÍTULO V .....		114
5.	Análisis Técnico – Operativo .....	115
5.1.	Organigrama .....	115
5.2.	Perfil del personal requerido.....	116
5.2.1.	Perfil para el cargo: Gerente General .....	116
5.2.2.	Perfil para el cargo: Gerente Operativo .....	117
5.2.3.	Perfil para el cargo: Agente de Ventas .....	118
5.2.4.	Perfil para el cargo: Turismo Interno .....	119
5.2.5.	Perfil para el cargo: Community Manager .....	120
5.2.6.	Perfil para el cargo: Administrador .....	121
5.2.7.	Perfil para el cargo: Asistente Administrativo.....	122
5.2.8.	Perfil para el cargo: Encargado de Recursos Humanos.....	123
5.2.9.	Perfil para el cargo: Contador (Tercerizado).....	124
5.2.10.	Perfil para el cargo: Guía de Turismo (Externo) .....	125
5.2.11.	Perfil para el cargo: Coordinador de Viaje (Externo).....	126
5.2.12.	Perfil para el cargo: Seguridad (Tercerizado).....	127
5.2.13.	Perfil para el cargo: Limpieza (Tercerizado).....	128
5.3.	Manual de Funciones y Procedimientos .....	129
5.4.	Cantidad de personal requerido .....	133
5.4.1.	Personal Fijo de la Agencia .....	133
5.4.2.	Personal Tercerizado de la Agencia .....	133
5.5.	Manual de Procedimientos Operativos .....	134
5.6.	Cálculo de capacidad de carga operativa.....	136
5.6.1.	Capacidad de carga de grupos estudiantiles según temporada .....	136
CAPÍTULO VI .....		137
6.	Análisis Jurídico .....	138
6.1.	Marco Legal del Proyecto.....	138
6.2.	Leyes.....	138
6.2.1.	Constitución de la República del Paraguay, 1992 .....	138
6.2.2.	Ley N° 213/93 .....	139
6.2.3.	Ley N° 6.480/20 .....	145
6.2.4.	Ley N° 1.388/98 .....	147
6.2.5.	Ley N° 2.828/05 .....	148
6.3.	Decretos .....	150
6.3.1.	Decreto N° 3.998 .....	150
6.3.2.	Decreto N° 8.111/06 .....	151
6.4.	Resoluciones .....	153
6.4.1.	Resolución N° 332/10.....	153
6.4.2.	Resolución N° 280/2015.....	155
6.4.3.	Resolución N° 1.050/2016.....	155
6.5.	Otras normativas .....	157
6.5.1.	Pasos para registro de marca (DINAPI) .....	157
6.5.2.	Pasos para inscripción en el IPS .....	158
6.5.3.	Inscripción en el Registro Único del Contribuyente.....	158
6.5.4.	Requisitos para la apertura de una EAS .....	159

CAPÍTULO VII.....	160
7. Análisis de Ingeniería .....	161
7.1. Descripciones Generales.....	161
7.2. Espacio Físico .....	162
7.2.1. Dimensiones del Proyecto .....	162
7.2.2. Planos en 2D .....	163
7.2.3. Planos en 3D .....	164
7.3. Descripción de Áreas .....	165
7.4. Capacidad de Carga .....	172
7.4.1. Cálculo de Capacidad de Carga del Área Total.....	172
7.4.2. Cálculo de Capacidad de Carga de la Recepción .....	172
7.4.3. Cálculo de Coeficiente de Rotación .....	173
7.4.4. Cálculo de Visitas Diarias .....	173
CAPÍTULO VIII .....	174
8. Análisis de Equipamiento.....	175
8.1. Listado de Maquinaria y Equipo Diverso.....	175
8.2. Listado de Mobiliario y Equipos de Oficina.....	176
CAPÍTULO IX .....	177
9. Análisis de Sustentabilidad.....	178
9.1. Ambiental .....	178
9.1.1. Impactos ambientales en la fase de ejecución de obras.....	178
9.1.2. Plan de mitigación para atenuar los impactos negativos .....	178
9.2. Socio-Cultural.....	179
9.2.1. Impactos Positivos y Negativos generados por el proyecto .....	179
9.2.2. Plan de mitigación para atenuar los impactos negativos .....	180
9.2.3. Medidas para contribuir al desarrollo comunitario.....	181
9.3. Económicos.....	182
9.3.1. Impactos Positivos y Negativos generados por el proyecto .....	182
9.3.2. Plan de mitigación para atenuar los impactos negativos .....	183
9.3.3. Incidencia del proyecto en el área de Implantación.....	183
9.3.4. Etapas de Estacionalidad del proyecto .....	185
9.4. Código Ético del Turismo de la OMT .....	186
9.5. Política de Sustentabilidad de la empresa.....	189
9.5.1. Implementación de Buenas Prácticas .....	189
CAPÍTULO X .....	191
10. Análisis de Marketing.....	192
10.1. Aspectos Económicos .....	192
10.1.1. Macroeconomía .....	192
10.1.2. Microeconomía .....	196
10.1.3. Turismo Receptivo.....	197
10.2. Análisis de Mercado .....	198
10.2.1. Identificación del problema .....	198
10.2.2. Objetivos y Requerimientos .....	199
10.2.3. Encuesta.....	200
10.2.4. Tipo de Investigación .....	200
10.2.5. Procedimiento de Investigación de Datos.....	200

10.2.6.	Diseño por Fuente de Datos.....	201
10.2.7.	Procedimiento de Recolección de Datos .....	201
10.2.8.	Diseño de Investigación Descriptiva .....	202
10.2.9.	Procedimiento de Recolección de Datos .....	202
10.2.10.	Diseño de la Muestra .....	202
10.2.11.	Determinación del tamaño de la muestra.....	203
10.2.12.	Selección de Procedimiento de Muestreo.....	205
10.2.13.	Análisis y Tabulación de Datos .....	205
10.2.14.	Conclusión y Análisis de los Datos .....	231
10.3.	Plan de Marketing.....	231
10.3.1.	Pensamiento estratégico de la localización y el negocio .....	231
10.3.2.	Tendencias de consumo del sector .....	232
10.3.3.	Determinación de la demanda total actual, real y aparente .....	233
10.3.4.	Definición del negocio.....	234
10.3.5.	Segmento del mercado.....	234
10.3.6.	Perfil del cliente .....	236
10.3.7.	Determinación de las 4P (Marketing Mix) .....	237
10.3.8.	Imagen de Marca .....	278
10.4.	Estructura Competitiva .....	279
10.4.1.	Competidores Directos e Indirectos.....	279
10.4.2.	Análisis del perfil competitivo del sector .....	280
10.4.3.	Ventajas competitivas .....	284
10.4.4.	Proveedores principales .....	285
10.5.	Estrategias.....	291
10.5.1.	Estrategia de Ansoff .....	291
10.5.2.	Estrategia de Porter.....	292
10.5.3.	Cadena de Valor .....	293
10.5.4.	Análisis y Matriz de estrategias FODA .....	298
CAPÍTULO XI .....		299
11.	Análisis Contable y Financiero.....	300
11.1.	Capacidad Instalada .....	300
11.2.	Inversión inicial detallada.....	301
11.3.	Depreciación .....	302
11.4.	Proyección de Ingresos. (Ventas) .....	305
11.5.	Proyección de Egresos. (Costos) .....	307
11.6.	Flujo de Tesorería .....	310
11.7.	Evaluación Económica .....	312
11.8.	Tabla de servicio de la deuda. (Créditos) .....	315
11.9.	Evaluación Financiera .....	316
11.10.	Planilla de Recursos Humanos .....	319
11.11.	Punto de Equilibrio .....	320
11.12.	Utilidad del Ejercicio .....	320
CONCLUSIÓN .....		321
GLOSARIO .....		323
ANEXOS Y APÉNDICES .....		326
BIBLIOGRAFÍA .....		335



## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad la implementación de una agencia de viajes enfocada en el segmento estudiantil, denominada “Focus Travel & Tourism”, la cual es una Empresa por Acciones Simplificadas (EAS), ubicada en Ciudad del Este, departamento de Alto Paraná.

Como agencia de viajes de dicho segmento, se enfocará en la elaboración, personalización y venta de paquetes turísticos estudiantiles de turismo interno, cuyo público objetivo son las Instituciones Educativas de nivel secundario y nivel medio, Universidades y centros educativos de nivel superior, tanto públicos como privados.

Si bien la empresa estará ubicada en Ciudad del Este, teniendo allí el espacio físico del local y las oficinas administrativas, también operará en forma remota en San Lorenzo, (departamento Central), por lo que ambas ciudades serán puntos de incidencia del proyecto en cuestión. Así también lo serán las ciudades aledañas a las mismas, siendo estas Presidente Franco, Hernandarias y Minga Guazú para Ciudad del Este, y Asunción para San Lorenzo.

La agencia cuenta con 14 paquetes turísticos estudiantiles, los cuales pueden ser con pernocte, sin pernocte y full day, mientras que, en cuanto al tipo de paquete, se presentan las opciones de económico o estándar. La capacidad de cada paquete depende en gran medida del servicio de transporte utilizado, siendo estos de una capacidad máxima de entre 60, 46 y 30 personas respectivamente.

La inversión para la puesta en marcha del negocio asciende a la suma de ₡ 518.269.111, teniendo dos fuentes de financiamiento. Por un lado, el capital propio, cuyo importe tiene un valor de ₡ 268.269.111 equivalente al 51,76 % del financiamiento, mientras que, por otro lado, un préstamo bancario del Banco Nacional de Fomento (BNF) por un valor de ₡ 250.000.000, lo cual equivale al 48,24 % del financiamiento.

La proyección de ingreso anual según los cuadros financieros para el Año 1 equivalen a ₡ 3.139.804.800, para el Año 5 se espera un ingreso anual de ₡ 7.927.862.438, mientras que para el Año 10 se tiene un total de ingresos equivalente a ₡ 21.218.536.580.

Los egresos proyectados según los resultados arrojados por el concentrado anual, dan como resultado para el Año 1 un valor equivalente a ₡ 3.146.578.691, para el Año 5 una cifra de ₡ 6.409.546.360, y para el Año 10, un total de ₡ 12.707.431.696.

El proyecto llega al punto de equilibrio en ventas al cabo del tercer año de la puesta en marcha del mismo, en donde los ingresos de la empresa superan al punto de equilibrio en ventas, con un valor de ₡ 5.291.827.010. Ahora bien, respecto a la rentabilidad de la empresa, la evaluación económica de la TREMA presenta un valor de 21,90 %. La Tasa Interna de Rendimiento (TIR) es equivalente al 53,60 % y es mayor a la trema, el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto es igual a ₡ 2.547.384.743, mientras que el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 4 años y 9 meses.

En cuanto a la evaluación financiera, se tiene una TREMA del 20,02 %, y una Tasa Interna de Rendimiento (TIR) con un valor de 49,62 %, superior a la trema. El Valor Actual Neto (VAN) del proyecto es de ₡ 2.734.466.033, y el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 5 años y 2 meses respectivamente.