

**Licenciatura en Turismo y Hotelería**

***“Potencialización Turística. Desarrollo Turístico Sustentable de la Ciudad de Capiatá Departamento Central”***

**Alumno:**

**Cristhian Hernán Leite González**

**SAN LORENZO – PARAGUAY**

**2022**

# ÍNDICE

Lista de Abreviaturas y Signos Convencionales .....	13
Abreviaturas.....	13
Signos Convencionales.....	14
Introducción.....	15
Resumen Ejecutivo .....	16
CAPÍTULO I.....	20
1. LA PROPUESTA .....	20
1.1. Título: Potencialización Turística.....	20
1.2. Subtítulo: Desarrollo Turístico Sustentable de la Ciudad de Capiatá.....	20
1.3. Identificación y naturaleza del proyecto .....	20
1.4. Objetivo General.....	22
1.5. Objetivos Específicos .....	22
1.6. Ubicación y cobertura del proyecto .....	23
CAPÍTULO II.....	24
2. Marco teórico y documental .....	24
2.1. Turismo.....	24
2.2. Sistema Turístico .....	24
2.3. Clasificación del turismo en función del lugar de origen y de destino.....	26
2.4. Origen y evolución del turismo .....	27
2.6. Clasificación del turismo .....	28
2.6.1. Turismo Cultural.....	28
2.6.1. Turismo histórico.....	28
2.6.2. Turismo de naturaleza.....	29
2.7. Otras clasificaciones de turismo .....	29
2.7.1. Desarrollo Sustentable .....	29
2.7.2. Turismo sostenible.....	30
2.7.3. Turismo Rural .....	31
2.7.4. Turismo Comunitario.....	31
2.8. Comunidad.....	32
2.8.1. Dinamización socioeconómica .....	33
2.9. Tipos de servicios turísticos.....	34
2.9.1. Planificación estratégica en el municipio. ....	34
2.10. Marco documental .....	34
2.10.1. Objetivos de Desarrollo Turístico (ODS) .....	34
2.10.2. Código Ético del Turismo.....	35
2.10.3. Plan Maestro de desarrollo turístico. ....	36
2.11. SENATUR.....	39
2.12. REGISTUR.....	39
CAPÍTULO III .....	40
3. Diagnóstico Sectorial .....	40
3.1. Paraguay .....	40
3.1.1. Geografía .....	40
3.1.2. Condiciones variables de la naturaleza.....	42
3.2. Departamento de Central .....	46

3.2.1. Geográficos .....	46
3.2.2. Condiciones variables de la naturaleza .....	47
3.3. Ciudad de Capiatá .....	48
3.3.1. Aspectos Geográficos .....	48
3.3.2. Condiciones variables de la naturaleza .....	49
3.3.3. Diagnóstico de la economía del municipio .....	51
3.3.4. Diagnóstico de los recursos turísticos .....	53
3.3.6.1. Alojamiento .....	73
3.3.6.2. Alimentación .....	75
3.3.6.3. Esparcimiento .....	77
3.3.6.4. Otros servicios .....	78
3.3.5. Diagnóstico de la Infraestructura .....	79
3.3.6. Proyectos turísticos .....	80
3.3.7. Diagnóstico del entorno .....	84
CAPÍTULO IV .....	85
4. Análisis administrativo .....	85
4.1. Denominación y naturaleza de la entidad .....	85
4.2. Misión .....	85
4.3. Visión .....	85
4.4. Objetivos del Plan de Desarrollo Turístico .....	85
4.4.1. Metas .....	86
4.5. Valores .....	86
CAPÍTULO V .....	87
5. Técnico Operativo .....	87
5.1. Organigrama .....	87
5.2. Objetivos de la Secretaria de Turismo .....	88
5.3. Manual de Perfil y Funciones .....	89
5.4. Cantidad de personal requerida .....	94
5.5. Manual de procedimiento que la municipalidad debe realizar para habilitar una dependencia en su estructura .....	95
5.5.1. Implementación .....	95
5.5.2. Monitoreo y evaluación .....	96
CAPÍTULO VI .....	96
6. Análisis jurídico .....	97
6.1. Leyes y decretos para la apertura de una oficina de Turismo dentro del Municipio .....	97
6.2. Leyes relacionadas al proyecto .....	102
CAPÍTULO VII .....	121
7. Plan de Desarrollo Turístico .....	121
7.1. Propuesta de plan de desarrollo turístico municipal .....	121
7.2. Desarrollo de los ejes .....	124
7.2.1. Presupuesto de aplicación del Plan en la Municipalidad .....	124
7.3. Control y registro de visitantes .....	127
7.4. Señalización turística en carreteras y poblados: .....	128
7.5. Ejes a desarrollar .....	129
7.5.1. EJE I: Imagen como destino turístico .....	129
7.5.2. EJE II: Ordenación turística .....	130

7.5.3. EJE III: Destino Turístico – Creación de oficina de Secretaria de Turismo Municipal.	131
7.5.4. EJE IV: DIFUSIÓN TURÍSTICA .....	133
6.6. Estrategias .....	135
7.6. Programas de actividades .....	137
7.7. Productos turísticos.....	139
7.7.1. Circuitos turísticos .....	139
7.7.2. Servicios incluidos en todos los circuitos propuestos.....	140
CAPÍTULO VIII .....	155
8. Análisis de equipamiento.....	155
8.1. Listado de equipamiento.....	155
CAPÍTULO IX .....	156
9. Análisis de Sustentabilidad.....	156
9.1. Impacto ambiental .....	156
9.1.1. Impactos positivos .....	156
9.1.2. Impactos que pueden acarrear durante su ejecución.....	156
9.1.3. Medidas Preventivas.....	156
9.2. Impacto Económico .....	157
9.2.1. Impactos Positivos.....	157
9.2.2. Impactos Negativos.....	157
9.2.3. Plan de mitigación para atenuar los impactos negativos económicos.....	157
9.3. Impacto Social .....	158
9.3.1. Impactos Positivos.....	158
9.3.2. Impactos Negativos.....	158
9.3.3. Plan de mitigación para atenuar los impactos negativos sociales.....	158
9.4. Capacidad de Carga .....	159
9.5. Política de Sustentabilidad.....	160
9.6. Buena Practicas.....	160
9.6.1. Buenas prácticas socioculturales .....	160
9.6.2. Buenas prácticas profesionales .....	162
9.7. Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	163
9.8. Código Ético Mundial para el Turismo .....	163
CAPITULO X .....	165
10. Análisis de Marketing.....	165
10.1. Análisis Macroeconómico .....	165
10.1.1. La política fiscal .....	166
10.1.2. La política monetaria .....	166
10.1.3. La política cambiaria .....	167
10.1.4. La inflación, las remuneraciones y el empleo.....	167
10.1.5. Variación del salario mínimo.....	168
10.2. Análisis Microeconómico.....	168
10.2.1. Mercado Turístico.....	169
10.2.2. Análisis de la demanda .....	170
10.2.3. Análisis del turismo receptivo.....	171
10.2.4. Análisis de la oferta .....	172
10.3. Investigación de Mercado.....	174

10.3.1. Identificación del problema u oportunidad del Municipio .....	174
10.3.2. Objetivo .....	175
10.3.3. Diseño de la investigación. ....	177
10.3.4. Método de recolección, procesamiento y análisis de datos. ....	177
10.3.5. Determinar el tamaño de la muestra .....	177
10.3.6. Definir la población. ....	179
10.3.7. Entrevista. Empresas.....	179
10.3.8. Entrevista Procesamiento de Datos. ....	180
10.3.9. Resultados de la Investigación Exploratoria Entrevista a las empresas de la zona.....	189
10.3.10. Resultados de la investigación Descriptiva .....	207
10.4. Plan de Marketing .....	208
10.4.1. Pensamiento Estratégica .....	208
10.4.2. Tendencias turísticas.....	208
10.4.3. Determinación de la Demanda.....	210
10.4.4. Imagen de la Marca .....	211
10.5. Estrategias .....	212
10.5.2. Estrategia de Ansoff .....	213
10.5.3. Estrategias de Porter .....	214
10.5.4. Cadena de valor .....	214
10.5.5. Análisis FODA .....	216
10.5.6. Estrategia .....	216
CAPITULO XI .....	219
11. Análisis financieros .....	219
11.1. Presupuesto de Inversión .....	220
11.2. Inversión Inicial .....	221
11.3. Depreciación y Amortización .....	222
11.4. Ingresos.....	223
11.5. Egresos.....	224
11.6. Tesorería.....	226
11.7. Crédito .....	227
11.8. Evaluación Financiera .....	228
11.9. Planilla de RR. HH .....	230
11.10. VAN /TIR .....	231
11.11. Rentabilidad.....	232
Conclusión y Recomendación. ....	233
Glosario .....	235
Bibliografía.....	237
Anexo .....	243

## RESUMEN EJECUTIVO

El turismo es una actividad económica que se ha potenciado año tras año, cuyo adecuado manejo ha generado desarrollo turístico en las localidades receptoras. Gran parte de este desarrollo se ha logrado con la identificación y aprovechamiento del potencial turístico con el que cuenta el lugar.

La propuesta está relacionada a lo anteriormente mencionado, ya que presenta como objetivo principal la de diseñar un plan estratégico para el desarrollo sustentable del turismo de la municipalidad de Capiatá, departamento Central, a fin de posicionar a la ciudad como municipio turístico y contribuir con una herramienta que permita aprovechar los recursos turísticos de una manera sustentable y sostenible generando una concientización de los habitantes. Este desarrollo se ha enfocado en el estudio de los aspectos económico, sociocultural y territorial-ambiental del lugar teniendo como base el potencial turístico. Todo ello, con el propósito de que la actividad turística de la localidad se potencie, puesto a que goza de una riqueza natural y cultural importante, y de esta manera se desarrolle el turismo.

Asimismo, para poder identificar el potencial turístico del Municipio de Capiatá se aplicaron una serie de instrumentos como las encuestas, entrevistas y fichas de inventario turístico que nos permitió conocer y evaluar la realidad turística en la que se encuentra, para posteriormente conocer la manera de como contribuir al desarrollo de este sector.

El principal mercado son todas las personas que radican en la zona del departamento Central, cuenta con buena accesibilidad que están totalmente asfaltadas, acceso a las dos rutas principales PY01 y PY02.

Según la investigación de mercado, el Plan de desarrollo Turístico para la ciudad de Capiatá es aceptado por los pobladores y estarían dispuestos a participar en el desarrollo del mismo, la mayoría de los encuestados son personas jóvenes con mucho entusiasmo e ideas innovadoras, que creen y apuestan por su ciudad.

Para llevar a cabo este proyecto, se propone la creación de una oficina de turismo dentro de la organización de la municipalidad que será solventado por el presupuesto de acuerdo al Decreto N° 4774/16 reglamentario de la Ley N° 5554. Dispone la obligatoriedad de presentación de los Planes de Desarrollo Departamentales y Municipales a la STP, y de vinculación a los mismos, para las rendiciones de cuentas de las Gobernaciones y Municipalidades y por la comercialización de los circuitos que a la vez serán destinadas a las mejoras continuas y mantenimiento de las áreas y recursos turísticos.

Se propone la ejecución de 8 etapas dentro del plan a fin de cumplir con los objetivos propuestos: La primera etapa es la elaboración del Diagnóstico Sectorial que incluye un relevamiento del inventario patrimonial y diagnóstico del entorno (situación actual) de Capiatá y del mercado turístico a nivel internacional y nacional, posteriormente, la segunda se basa en la definición de un Ideario que incluye : misión visión, objetivos, metas, valores, tercera etapa el desarrollo de ejes rectores con sus respectivas estrategias y acciones orientación futura del turismo en el municipio fijando objetivos concretos ,cuanta etapa clasificación de las estrategias que propone la guía de trabajo,

quinta etapa diseño del programa de actividades por acciones prioritarias, ya sea a corto, mediano y largo plazo , la sexta etapa se refiere al diseño de productos turísticos la combinación de recursos y servicios turísticos de acuerdo a las necesidades del municipio, séptima etapa proceso de gestión, la octava etapa consiste en el presupuesto de costos y gastos y por último la conclusión

En cuanto a la propuesta de los circuitos turísticos desarrollados para potenciar el municipio de Capiatá y además beneficiar a las localidades aledañas con una capacidad máxima de 12 personas por circuito, entre los que se ofrecerá:

- Circuito vivencial cultural “Mitos y Leyendas”
- Pueblos con encanto
- Circuito experiencial Las 6 Iglesias
- Circuito Dejando huellas
- Circuito vivencial artesanal
- City Tour

En cuanto a la inversión financiera de la puesta en marcha tendrá el monto inicial de inversión la suma de ¢ 383.494.773, los fondos provienen de la Municipalidad de acuerdo a la Ley Orgánica Municipal define al Plan de Desarrollo Sustentable del Municipio.

La proyección de ingreso anual según los cuadros financieros para el año 1 es lo equivalente a ¢1.025.671.680, para el año 5 un total de ingresos equivalente a ¢ 2.140.481.974 y para el año 10 un total de ingresos equivalente a ¢ 3.620.083.536.

Los egresos proyectados según los resultados arrojados en la proyección de los cuadros contables y financieros nos dan para el año 1 un total de ¢ 96.680.912 para el año 5 lo equivalente a ¢1.657.307.938 y para el año 10 un total de ¢ 2.541.540.127.

Teniendo en cuenta los ingresos y egresos de los años 1, año 5 y año 10 se tienen los siguientes puntos de equilibrios para el año 1 un total de ¢ 1.046.359.466, para el año 5 igual a ¢ 1.068.336.553 y para el año 10 lo equivalente a ¢ 971.744.659.

Evaluando los datos previos anteriormente la rentabilidad económica de la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) es equivalente a 40,40%, el Valor Actual Neto (VAN) es igual a ¢ y el Periodo 763,158,044 de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 4 años y 11 meses.

Por otro lado, la rentabilidad financiera nos da los siguientes datos; Tasa Interna de Retorno (TIR) 38,52%, el Valor Actual Neto (VAN) igual a ¢ 717.501.558 y el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 5 años, 2 meses; con esto se establece la viabilidad y factibilidad del proyecto, y tenemos como conclusión que es una inversión que certifica el retorno del capital invertido, alcanzando la rentabilidad esperada.

La propuesta será beneficioso para la localidad y el municipio, con la participación en conjunto, trabajo en grupo se logrará trabajar por el desarrollo turístico de la ciudad.