

XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

O TURISMO COMO EIXO DINAMIZADOR EXECUTADO POR UMA PESSOA JURÍDICA PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO DISTRITO DE SALTOS DEL GUAIRÁ, DEPARTAMENTO DE CANINDEYÚ

TOURISM AS A DYNAMIC AXIS EXECUTED BY A LEGAL ENTITY FOR THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE DISTRICT OF SALTOS DEL GUAIRÁ, DEPARTMENT OF CANINDEYÚ

EL TURISMO COMO EJE DINAMIZADOR EJECUTADO POR UNA PERSONA JURÍDICA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE SALTOS DEL GUAIRÁ, DEPARTAMENTO DE CANINDEYÚ

Juan Bautista Acosta Aquino¹
Norma Beatriz Castro Rodríguez²
Wilian Ismael Martínez Benítez³
Diego Fernando Valenzuela Ortega⁴

Área Temática: Crescimento e Desenvolvimento Econômico
JEL Code: O

Resumo: O presente trabalho de pesquisa analisa a viabilidade de implementar uma agência de viagens, S.D.G. TOUR S.A., que ofereça pacotes turísticos em Saltos del Guairá, Canindeyú. O projeto busca desenvolver um estudo de viabilidade para sua criação, utilizando uma estratégia de diferenciação com produtos e serviços inovadores para diversos grupos-alvo. A pesquisa, baseada em uma metodologia descritiva e documental, incluiu uma avaliação técnica e financeira. Os indicadores de rentabilidade mostraram um Valor Presente Líquido (VPL) de 769.730.400 ¢, uma Taxa Interna de Retorno (TIR) de 16% e um Período de Recuperação do Investimento (PRI) de dois anos e quatro meses. Os resultados positivos indicam que o projeto é viável, com um retorno favorável a partir do terceiro ano. O estudo de mercado também antecipa uma boa aceitação e uma quantidade considerável de clientes para a operadora de turismo interno.

Palavras-chave: viabilidade; investimento; turismo interno; viagens; roteiros turísticos.

Abstract: The present research analyzes the feasibility of implementing a travel agency, S.D.G. TOUR S.A., which offers tourist packages in Saltos del Guairá, Canindeyú. The project aims to develop a feasibility study for its creation, using a differentiation strategy with innovative products and services for various target groups. The research, based on a descriptive and documentary methodology, included a technical and financial evaluation. The profitability indicators showed a Net Present Value (NPV) of 769,730,400 ¢, an Internal Rate of Return (IRR) of 16%, and an Investment

¹ Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNICAN; Paraguay; <https://orcid.org/0009-0007-3256-9911>; juan.aquino.ba@gmail.com

² Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNICAN; Paraguay; <https://orcid.org/0009-0005-6393-8869>; norma.beatriz.castro.1996@gmail.com

³ Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNICAN; Paraguay; <https://orcid.org/0009-0009-3611-6949>; www.wilian225@gmail.com

⁴ Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNICAN; Paraguay; <https://orcid.org/0000-0003-4826-9482>, diegofernandovalenzuela2108@gmail.com



XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

Payback Period (IPP) of two years and four months. The positive results indicate that the project is feasible, with a favorable return starting from the third year. The market study also anticipates good acceptance and a considerable number of clients for the domestic tourism operator.

Key-words: feasibility; investment; domestic tourism; travel; tourist routes.

Resumen: El presente trabajo de investigación analiza la factibilidad de implementar una agencia de viajes, S.D.G. TOUR S.A., que ofrezca paquetes turísticos en Saltos del Guairá, Canindeyú. El proyecto busca desarrollar un estudio de viabilidad para su creación, utilizando una estrategia de diferenciación con productos y servicios innovadores para diversos grupos objetivo. La investigación, basada en una metodología descriptiva y documental, incluyó una evaluación técnica y financiera. Los indicadores de rentabilidad mostraron un Valor Actual Neto (VAN) de 769.730.400 G, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 16% y un Período de Recuperación de la Inversión (PRI) de dos años y cuatro meses. Los resultados positivos indican que el proyecto es viable, con un retorno favorable a partir del tercer año. El estudio de mercado también anticipa una buena aceptación y una considerable cantidad de clientes para la operadora de turismo interno.

Palabras-clave: factibilidad; inversión; turismo interno; viajes; recorridos turísticos.

INTRODUCCIÓN

Thomas Cook, conocido como “el padre del turismo”, fue un predicador y evangelista que organizó el primer viaje profesional y fundó la primera agencia de turismo. En 1845, publicó un folleto de 60 páginas describiendo la ruta de uno de sus viajes y en 1868 introdujo los vouchers, cupones que garantizaban el pago de servicios de hospedaje y comida. También fue precursor de los cheques de viajero, que permitían a los turistas obtener moneda local a cambio de una nota emitida por él (Montalvo, 2019).

Un tour operador es una empresa que ofrece productos y servicios turísticos mediante la contratación de otros proveedores para crear paquetes todo incluido. Esta empresa integra servicios como alojamiento, transporte y excursiones, y coordina la logística de los tours (Molinas, 2015). La Organización Mundial de Turismo define a los operadores turísticos como intermediarios entre el consumidor final (el turista) y el producto turístico, incluyendo servicios complementarios como restaurantes y hoteles (Janampa, 2020). Actualmente, muchos operadores se enfocan en destinos específicos, y la tecnología ha facilitado la reserva directa de paquetes turísticos (Rodríguez, 2019).

En 1937, la Sociedad de las Naciones definió el turismo como "el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dicho desplazamiento no esté motivado por una actividad lucrativa" (Cordova, 2014). Así, el turismo es una forma particular de uso del tiempo libre y recreación, involucrando procesos económicos relacionados con la afluencia, permanencia y regreso del turista.

El turismo es un sector en crecimiento, con un aumento significativo de turistas internacionales y, por ende, de ingresos. Esta actividad se basa en la comunicación y el contacto humano, reflejando las dinámicas sociales y culturales. La Psicología y la Sociología han estudiado el turismo como un fenómeno, destacando su impacto en niveles individuales, familiares y colectivos. Estos estudios han evidenciado cambios en hábitos, conductas y niveles culturales debido al turismo (Medina, 2011).

La actividad turística no solo afecta a los individuos y familias, sino también a los conglomerados sociales que la reciben, beneficiándose de esta influencia. El Banco Mundial señala



XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

que más del 50% de la población mundial vive en ciudades, y esta urbanización, si se gestiona adecuadamente, puede contribuir al crecimiento sostenible, aumentando la productividad y fomentando la innovación (Schrader, 2019).

En razón a todos los conceptos, autores especializados en el área, se puede llegar a la premisa de que la dependencia e incidencia que puede tener es desarrollo socio económico de un determinado lugar o área de incidencia gracias al desarrollo de los polos de turismo tendría resultados de índole positiva.

Por ende y para contar con una certeza científica de resultados, se procederá a analizar la evaluación y factibilidad de un plan estratégico comercial para el desarrollo del departamento con base en las empresas que exploten la arista del turismo.

METODOLOGÍA

La investigación es de nivel descriptivo, que se refiere a la recolección de datos sin manipular las variables y el presente trabajo de investigación buscó recolectar y contrastar las fuentes especializadas según el escenario propuesto para la implementación de una estrategia de desarrollo comercial apostando al turismo a través de una agencia de viajes especializada en la explotación del área de incidencia.

Se realizó una investigación documental, que consistió en la recolección de datos e informaciones de fuentes bibliográficas confiables y seguras como la SENATUR, Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos, entre otros que permitieron el análisis cuantitativo y obtención de resultados.

Según las proyecciones el Instituto Nacional de Estadística, INE (2021, la población del departamento de Canindeyú para el 2021 alcanzará los 239.386 habitantes de los cuales 42.153 sería de la ciudad de Saltos del Guairá. La Población Económicamente Activa (PEA) de nuestra ciudad es del 63,5%, la cual indica que, de los 42.153 habitantes, 26.767 personas tienen ingresos y posibilidades de mover el mercado local.

Las informaciones obtenidas en la página de la Secretaría Nacional de Turismo, publicados en la página del diario ABC color, indican que, en el 2018, 2.500.000 paraguayos, lo equivalente al 36% de la población total, optaron por realizar turismo interno (Secretaría Nacional de Turismo, 2019).

La recolección de datos fue a través de fuentes secundarias bibliográficas y el instrumento utilizado fue el de la ficha de registro según las fluctuaciones necesarias para la estimación de los múltiples escenarios que se pueden gestar a durante el proyecto a ser implementado, tales como: tasa de crecimiento poblacional, punto de equilibrio, Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

Los datos obtenidos fueron procesados y ordenados a través del software Excel, analizados según los objetivos propuestos en la presente investigación y fueron resumidos a través de figuras para la presentación de los resultados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El proyecto de factibilidad planea explotar el 10% de la demanda insatisfecha, equivalente a 626 personas, y alcanzar al 50% de los clientes potenciales, estimando 3,379 personas en cinco años.



XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

Tabla 1. Oferta y demanda actual del sector de turismo en Saltos del Guairá

| Años | Tasa de crecimiento poblacional anual | Cantidad de Habitantes | PEA 63,5% | Demanda 36% | Oferta Proyectada 35% |
|------|---------------------------------------|------------------------|-----------|-------------|-----------------------|
| 1 | 1,92 | 42.153 | 26.767 | 9.636 | 3.373 |
| 2 | 1,92 | 42.962 | 27.281 | 9.821 | 3.437 |
| 3 | 1,92 | 43.787 | 27.805 | 10.010 | 3.503 |
| 4 | 1,92 | 44.628 | 28.339 | 10.202 | 3.571 |
| 5 | 1,92 | 45.485 | 28.883 | 10.398 | 3.639 |

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación realizada.

En 2018, el turismo interno en Paraguay creció un 5%, generando ingresos de más de U\$S 131 millones, comparado con los U\$S 125 millones de 2017. Aproximadamente 2,643,120 paraguayos viajaron dentro del país, superando en 125,863 visitantes al año anterior (SENATUR, 2019). La oferta turística en Paraguay aumentó un 35% en cinco años, aunque aún falta infraestructura para satisfacer la demanda (Cramer, 2013). Según la SENATUR, la demanda actual es del 36% y la oferta del 35%, resultando en una demanda insatisfecha. La Tabla 2 muestra un incremento en los servicios de comercialización en Saldos del Guairá, impulsado por el crecimiento sostenido del PEA y la densidad poblacional.

Tabla 2. Demanda insatisfecha establecida a través de la extrapolación continua en función al tiempo

| Años | Demanda Proyectada | Oferta Proyectada | Demanda Insatisfecha | Participación Incremento Anual | |
|------|--------------------|-------------------|----------------------|--------------------------------|----------|
| | | | | % | Personas |
| 1 | 9.636 | 3.373 | 6.264 | 10% | 626 |
| 2 | 9.821 | 3.437 | 6.384 | 20% | 1.277 |
| 3 | 10.010 | 3.503 | 6.506 | 35% | 2.277 |
| 4 | 10.202 | 3.571 | 6.631 | 50% | 3.316 |
| 5 | 10.398 | 3.639 | 6.759 | 50% | 3.379 |

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación realizada.

XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

Tabla 3. Inversión inicial necesaria para la puesta en marcha de la persona jurídica encargada de la aplicación de las estrategias de acción con miras a la explotación del turismo a nivel departamental

| N° | Detalles | Capital Propio | Capital Privado | Total |
|-----------------------------|------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 1 | Rodados (Bus) | | 297.000.000 | 297.000.000 |
| 2 | Salarios | 202.541.844 | | 202.541.844 |
| 3 | Muebles y Enseres | | 16.100.000 | 16.100.000 |
| 4 | Equipos Informáticos | | 22.013.531 | 22.013.531 |
| 5 | Equipos de Oficina | | 9.891.473 | 9.891.473 |
| 6 | Útiles de oficina | | 1.097.963 | 1.097.963 |
| 7 | Gastos de Constitución | | 2.241.310 | 2.241.310 |
| 8 | Licencias y permisos | | 3.229.526 | 3.229.526 |
| 9 | Publicidad y Marketing | | 7.130.000 | 7.130.000 |
| 10 | Refacciones | | 1.000.000 | 1.000.000 |
| 11 | Alquiler | | 36.000.000 | 36.000.000 |
| 12 | Banco Cuenta Corriente | | 30.000.000 | 30.000.000 |
| SUMAS IGUALES | | 202.541.844 | 425.703.803 | 628.245.647 |
| PARTICIPACIÓN (100%) | | 32,24% | 67,76% | 100% |

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación realizada.

La inversión inicial, para la puesta en marcha de las estrategias, se encuentra señalada y totalmente delimitada en la Tabla 3 dando un total de 628.245.647 ¢.

Tabla 4. Flujo de caja proyectado en función al tiempo

| N° | Descripción | Años | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Total Ingresos | | 1.750.350.647 | 2.289.022.500 | 4.081.522.500 | 5.943.930.000 | 6.056.857.500 |
| 1 | Aporte de socios | 202.541.844 | - | - | - | - |
| 2 | Préstamos bancarios | 425.703.803 | - | - | - | - |
| 3 | Ventas proyectadas | 1.122.105.000 | 2.289.022.500 | 4.081.522.500 | 5.943.930.000 | 6.056.857.500 |
| Total Egresos | | 1.782.977.299 | 2.260.253.403 | 3.557.001.201 | 5.024.950.606 | 5.161.796.109 |
| 1 | Costo de Ventas | 785.473.500 | 1.602.315.750 | 2.857.065.750 | 4.160.751.000 | 4.239.800.250 |
| 2 | Inventarios Iniciales | 425.703.803 | 70.927.489 | 70.927.489 | 157.386.189 | 146.927.489 |
| 3 | Gasto de ventas | 38.314.068 | 39.314.003 | 42.151.935 | 43.229.308 | 44.347.622 |
| 4 | Gasto administrativo | 284.327.700 | 296.940.872 | 310.576.845 | 322.894.084 | 335.451.379 |
| 5 | Gasto Operativo | 135.523.676 | 137.120.738 | 162.644.632 | 227.055.473 | 281.634.818 |
| 6 | Amortización de préstamo | 113.634.552 | 113.634.552 | 113.634.552 | 113.634.552 | 113.634.552 |
| Saldo final (Ingreso-Egreso) | | - 32.626.652 | 28.769.097 | 524.521.299 | 918.979.394 | 895.061.391 |
| 6 | Reserva legal 5% | - 1.631.333 | 1.438.455 | 26.226.065 | 45.948.970 | 44.753.070 |
| Flujo bruto antes de impuestos | | - 30.995.319 | 27.330.642 | 498.295.234 | 873.030.424 | 850.308.322 |
| 7 | Impuesto a la renta 10% | - | 2.733.064 | 49.829.523 | 87.303.042 | 85.030.832 |
| Flujo neto por año | | - 30.995.319 | 24.597.578 | 448.465.710 | 785.727.382 | 765.277.489 |
| % de recuperación | | -1,77% | 1,07% | 10,99% | 13,22% | 12,63% |

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación realizada.



XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

La Tabla 4 muestra un flujo de caja proyectado para 2021-2025, con ingresos y egresos incrementando anualmente. El saldo final pasa de negativo en 2021 a positivo en 2025, con una mejora en el flujo neto y porcentaje de recuperación, reflejando una creciente rentabilidad.

Tabla 5. Análisis de viabilidad a través de las herramientas económicas

| Detalle | VAN y TIR con Financiamiento | | | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | Periodo | | | | | |
| | Inversión | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Flujo neto de Efectivo Proyectado | -628.245.647 | -30.995.319 | 24.597.578 | 448.465.710 | 785.727.382 | 765.277.489 |
| Tasa de descuento | 12% | | | | | |
| VAN con Financiación | 616.480.989 | | | | | |
| TIR | 32% | | | | | |
| PRI | 3 años 6 meses y 25 días | | | | | |

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación realizada.

En la Tabla 5, se puede observar la aplicación de las herramientas económicas, tales como el valor actual neto, dando un resultado de 616.480.989 €, la tasa interna de retorno dando un resultado de 32% y el periodo de recuperación de la inversión se da en tres años, seis meses y 25 días, los mismos fueron analizados durante el periodo estimado comprendido por los años 2021-2025.

El turismo es un sector económico crucial a nivel internacional, especialmente en países en vías de desarrollo. El Covid-19 ha afectado gravemente a América Latina y el Caribe, con una caída del PBI de -9,1% en 2021. La industria de viajes y turismo ha sufrido una paralización económica sin precedentes, y su recuperación dependerá de tres etapas: cuantificación, recuperación y reactivación (Proaño-Lucero et al., 2021). La diversificación de productos turísticos es una estrategia clave para superar la estacionalidad y enfrentar las nuevas demandas. La falta de renovación en propuestas turísticas puede limitar la dinamización económica. La intervención del Estado en el turismo es esencial debido a sus implicaciones económicas, sociales, políticas y medioambientales, como muestra el desarrollo turístico en Argentina (Capanegra, 2010). En cuanto a las alianzas entre el sector público y el sector privado, a nivel país ya existen casos exitosos que demuestran que una adecuada gestión entre ambas partes puede ser beneficiosa solo y exclusivamente para todos los actores implícitos en dicha interacción, por lo que consideramos que sería una política de gestión completamente acertada.

4. CONCLUSIÓN

El trabajo de investigación resalta la importancia del turismo como motor económico, cultural y medioambiental, promoviendo el desarrollo sostenible y generando empleo. El proyecto "Estudio de factibilidad para la creación y puesta en marcha de una Agencia de Viajes en Saltos del Guairá, Canindeyú" demuestra que el turismo interno es una gran oportunidad de inversión debido a la escasa promoción en el departamento, lo que implica poca competencia y altas ganancias. De esta forma, la rentabilidad del proyecto se obtiene en 3 años y 6 meses, con una ganancia del 10,99% (448.465.710 €), alcanzando el 12,63% de utilidad en los años cuarto y quinto, generando 765.277.489 €. El VAN



XVI ECOPAR

Encontro de Economia Paranaense

V International Meeting on Economic Theory and Applied Economics

II Jornada Internacional de Comunicação Científica

es positivo (616.480.989 €) y la tasa de retorno es del 32%, superior a la tasa de descuento. La investigación concluye que el proyecto es rentable, conveniente y viable, siendo una excelente oportunidad de inversión en Saltos del Guairá.

Agradecimientos

Agradecemos a todos los colaboradores metodológicos y técnicos, especialmente a Orlando Ortiz Acosta y María Mercedes Barrientos de Fariña.

REFERENCIAS

- Capanegra, C. A. (2010). El desarrollo turístico como estrategia política del Estado: de la política en turismo a la política turística. *Argentina 1900-1975. Aportes y transferencias*, 14(1), 23-42.
- Cordova, F. (16 de enero de 2014). Definiciones de turismo. <https://es.slideshare.net/fatimacordova/definiciones-de-turismo-diferentes-s-autoresdiferente>
- Cramer, L. (06 de agosto de 2013). La oferta turística en Paraguay. <https://www.hoy.com.py/negocios/oferta-turistica-de-paraguay-crecio-35-en-los-ultimosanos>
- Instituto Nacional de Estadística, INE. (2021). Canindeyú: Proyecciones de población por sexo y edad, 2021. https://www.ine.gov.py/Publicaciones/Proyecciones%20por%20Departamento%202021/14_Canindeyu_2021.pdf
- Janampa, L. (03 de agosto de 2020). Los Operadores y el Mercado Turístico. <https://prezi.com/p/8e5duwvfmfve/los-operadores-y-el-mercado-turistico/>
- Medina, J. A. (2011). TUR y DES. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 4(9). <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/jam.htm>
- Molinas, A. (16 de marzo de 2015). Agencia de viajes y Tour operadora. Agencia de viajes VIP y tour operadora Green Blue Red. <https://es.slideshare.net/alexmolina/agencia-de-viajes-y-tour-operadora#:~:text=CONCEPTO%20DE%20TOUR%20OPERADORA%20%EF%82%A2,integra%20a%20otras%20empresas%20para>
- Montalvo, C. (2019). Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/10-datosque-debes-conocer-de-thomas-cook-el-padre-del-turismo/blog-investigacion/finanzas/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Organización Mundial de Turismo. (2020). Glosario de términos de turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Proaño-Lucero, G. E., López-Paredes, C. R., y Chérrez-Bahamonde, R. C. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 6(1), 29-39.
- Schrader, K. (1 de abril de 2019). Desarrollo urbano: panorama general. <https://www.bancomundial.org/es/topic/urbandevelopment/overview>
- Secretaría Nacional de Turismo, SENATUR. (2019). Aumento de la población que se dedica al turismo interno. <https://www.senatur.gov.py/>

