Innovación y Contribución al Desarrollo Turístico de Paraguay por la Empresa "Transporte y Turismo La Valentina" en el Departamento de Misiones

Fecha: 22 de agosto de 2022 **Autores del estudio:** Alexandra Mariel Guirland del Puerto, Walter Santiago Báez Allende **Tutor:** Lic. María Liz Hahn Falcón **Institución:** Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Unidad Pedagógica San Ignacio Guazú

Resumen

Este documento presenta un estudio de factibilidad sobre el establecimiento de una empresa de transporte y turismo, "Transporte y Turismo La Valentina," en el departamento de Misiones, Paraguay. El objetivo principal es proponer estrategias para la innovación y el posicionamiento de esta empresa, contribuyendo al desarrollo del turismo interno en Paraguay. La investigación subraya la importancia del transporte como pilar fundamental para el turismo y la economía de un país, buscando ofrecer un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los turistas y genere un impacto económico positivo. Se aborda la relación entre el transporte y el turismo, las fuerzas competitivas de Porter, los procedimientos para brindar un servicio de calidad, y el marco legal que rige estas actividades en Paraguay.

1. Marco Introductorio y Planteamiento del Problema

El transporte es una actividad de gran impacto en la economía de los países, y su desarrollo es crucial para acortar brechas políticas, económicas, sociales y geográficas. El estudio se centra en el sector turístico de

Paraguay, impulsado por el crecimiento poblacional y la necesidad de mejorar la oferta de servicios en el rubro.

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo), el turismo abarca "las actividades que realizan los turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos." (p. 2)

Objetivo General:

- "Proponer estrategias para la innovación de una Empresa de Transporte Turístico que contribuya al turismo interno en el Paraguay, a través de técnicas investigativas que permitan obtener información relevante para su posicionamiento en esta plaza." (p. 3)

La justificación de la investigación radica en la necesidad de impulsar el turismo de manera oportuna, generar fuentes de empleo y ofrecer un sistema de transporte seguro, de gran capacidad y bajo costo, satisfaciendo la demanda de un "buen servicio de transporte y turismo, que las lleve con seguridad, agilidad, bienestar y mucha comodidad donde necesiten llegar, optando por servicios de empresas de transporte que atiendan de manera única." (p. 4)

2. Marco Teórico Referencial

2.1. Transporte y Turismo: Una Relación Intrínseca

El turismo y el transporte están "intrínsecamente ligado[s] a un desplazamiento, dentro del cual se encuentra contemplado algún medio de transporte, porque de nada sirve contar con un atractivo turístico si no hay acceso a él (Viloria, 2012)." (p. 5) El transporte es un factor determinante del producto turístico, siendo el medio necesario para llegar al destino y desplazarse dentro de él.

El transporte cumple dos funciones principales en el turismo:

1. **Transporte como servicio de tránsito:** Mecanismo utilitario para el desplazamiento de turistas, donde la satisfacción se relaciona con el costo y el tiempo de viaje, y el modo de transporte no tiene un valor intrínseco.

2. **Transporte como atracción turística:** Donde el desplazamiento es la base de una experiencia turística, y el transporte posee un gran valor intrínseco. Esto implica rutas de ocio con atractivos adicionales, a diferencia de las rutas de acceso y retorno que son solo para tránsito.

2.2. Las Cinco Fuerzas de Michael Porter

La herramienta de Michael Porter es fundamental para analizar el potencial de rentabilidad de una empresa y establecer estrategias. Las cinco fuerzas son:

1. **Poder de negociación de los clientes:** Cuanto más organizados los consumidores, más exigencias imponen en precios, calidad y servicios, reduciendo el margen de la empresa. Estrategias incluyen aumentar la inversión en marketing, mejorar canales de venta, incrementar la calidad o reducir precios, y proporcionar valor añadido. (p. 7-8)
2. **Poder de negociación de los proveedores:** Cuando los proveedores tienen mucha organización y recursos, pueden imponer condiciones sobre precios y pedidos, haciendo el mercado menos atractivo. Estrategias incluyen aumentar la cartera de proveedores, establecer alianzas a largo plazo o fabricar la propia materia prima. (p. 8)
3. **Amenaza de nuevos competidores entrantes:** Si las barreras de entrada son bajas, nuevas empresas pueden ingresar con los mismos productos y nuevos recursos, adueñándose de parte del mercado. Las barreras importantes incluyen economías de escala, diferenciación del producto, inversiones de capital, acceso a canales de distribución, barreras legales, identificación de marca y experiencia acumulada. (p. 8-9)
4. **Amenaza de productos sustitutivos:** Un mercado no es atractivo si hay sustitutos tecnológicamente más avanzados o con precios más bajos. Esto limita el precio que se puede cobrar por un producto. Estrategias incluyen mejorar canales de venta, aumentar la inversión en marketing, incrementar la calidad o reducir el costo, y diversificar la producción hacia posibles sustitutos. (p. 9-10)
5. **Rivalidad entre los competidores:** Resultado de las cuatro fuerzas anteriores, una fuerte rivalidad implica muchas estrategias competitivas. La rivalidad aumenta si hay muchos

competidores bien posicionados o con altos costos fijos. Estrategias incluyen aumentar la inversión en marketing, incrementar la calidad del producto, reducir costos fijos, asociarse con otras organizaciones, proporcionar valor añadido y mejorar la experiencia del usuario. (p. 10-11)

2.3. Procedimientos para Brindar un Servicio de Calidad

La mejora continua es esencial. "Ofrecer un servicio de calidad supone mucho más que transportar la carga de manera segura para que llegue intacta a su destino o entregar los pedidos en las fechas y horas acordadas. También es ofrecer un buen trato, estar pendiente de las necesidades planteadas por tus clientes para proponer soluciones y ofrecer respuestas con las que ambos salgáis ganando." (p. 11) Conocer a los clientes y sus preferencias es crucial para satisfacer mejor sus necesidades.

2.4. Desarrollo Económico

El Plan Nacional de Desarrollo de Paraguay considera al turismo como "un sector sustancial que genera recursos importantes y envía señales positivas o negativas al exterior del país en base a estándares establecidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y a los consensuados por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR)." (p. 11) El desarrollo económico está ligado a la capacidad de los países de producir y obtener riqueza para garantizar el bienestar y la prosperidad.

2.5. Marco Conceptual (Definiciones Clave)

- **Agencias del turismo:** Empresas que organizan y promueven el turismo nacional e internacional. (Luque, 2006)
- **Consumidor:** Quien adquiere bienes o usa servicios para su propio uso o satisfacción de necesidades.
- **Pasajeros:** Personas que viajan de un punto a otro gracias a la conducción de otro, sin acción de dirección sobre el vehículo.
- **Turistas:** Visitantes que pernoctan en el destino por al menos 24 horas y menos de un año, por ocio, negocios u otros motivos. (OMT, 1994)
- **Excursionistas:** Viajeros que no pernoctan en el destino (duración menor a 24 horas).
- **Cliente:** El individuo más importante para un negocio, su propósito. (Kotler P., 2017)

- **Amenazas:** Situaciones del entorno que pueden atentar contra la permanencia de la organización. (Glagovsky, 2008)
- **Análisis FODA:** Herramienta para diagnosticar la situación actual de una empresa (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas). (Glagovsky, 2008)
- **Innovación Turística:** Mejorar lo existente y aportar nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores, o crear nuevos productos con éxito en el mercado. (p. 21)

2.6. Tipos de Turismo

- **Turismo Alternativo:** Viajes con fines recreativos en contacto directo con la naturaleza y expresiones culturales, con compromiso de respetar y conservar recursos. Se divide en:
- **Ecoturismo:** Centrado en el ámbito ambiental del desarrollo turístico sustentable.
- **Turismo de Aventura:** Búsqueda de mejora física y emocional superando retos impuestos por la naturaleza.
- **Turismo Rural:** Ofrece el encuentro con formas de vida de comunidades rurales y sensibiliza sobre el respeto a la identidad cultural. (p. 18-20)
- **Turismo Interno:** Actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno. (RIET 2008) (p. 20)
- **Transporte Terrestre:** Actividad realizada en la superficie de la tierra, mayormente sobre ruedas (autobuses, motos, camiones).
- **Transporte de Pasajeros:** Acuerdo para el traslado de personas y equipaje de un lugar a otro a cambio de dinero.
- **Transporte Privado:** Servicio de traslado exclusivo, no disponible para todo público, con tarifas elevadas y paquetes atractivos. No tiene rutas ni horarios fijos predeterminados por la empresa, sino por el pasajero. (p. 21)

3. Marco Legal en Paraguay

La actividad turística y el transporte en Paraguay están regulados por varias leyes clave:

- **SENATUR (Secretaría Nacional de Turismo):**
- **Ley N° 1.388/98:** Crea la SENATUR como entidad dependiente de la Presidencia de la República con rango ministerial. Sus funciones incluyen ejecutar la política nacional de turismo, promocionar el turismo interno e internacional receptivo, promover el turismo cultural y ecológico, planificar, dirigir, administrar y fiscalizar emprendimientos, coordinar políticas con gobiernos departamentales y municipales, brindar asistencia y orientación a turistas, diseñar programas de promoción, mejorar la infraestructura turística y la capacitación, y orientar a entidades públicas y privadas. (p. 21-23)
- **Ley N° 2828/05 – Del Turismo:** Regula la orientación, facilitación, fomento, coordinación y control de la actividad turística. Establece la protección del Estado para turistas y la obligación de brindar trato hospitalario. Declara de interés turístico nacional los componentes del patrimonio natural, cultural, científico e histórico, promoviendo su conservación y uso sostenible. (p. 23-24)
- **DINATRAN (Dirección Nacional de Transporte):**
- **Ley Nº 1590/00:** Regula el Sistema Nacional de Transporte y crea la DINATRAN como ente descentralizado encargado de la regulación del transporte nacional e internacional. Sus atribuciones incluyen establecer políticas y delineamientos técnicos para todos los niveles de transporte, formular reglamentaciones, habilitar y fiscalizar el transporte terrestre de cargas, pasajeros y servicios especiales, promover el desarrollo del servicio de transporte, establecer características técnicas de unidades, regular servicios y tarifas, coordinar acciones, asegurar la continuidad de servicios públicos, y aplicar convenios internacionales. (p. 24-25)
- **Ley N.ª 3850/09:** Crea el Sistema Nacional de Inspección Técnica de Vehículos (SNITV), estableciendo la obligatoriedad de la inspección técnica vehicular como requisito para obtener o renovar la patente municipal de rodados. El SNITV verifica y certifica las condiciones técnicas de seguridad, mantenimiento, emisión de gases, ruidos y otros contaminantes para todos los vehículos automotores y remolques que circulen por el país, con el fin de garantizar la seguridad en el tránsito y la protección del medio ambiente. (p. 25-26)
- **SEGUROS:**

- **Ley N° 4950:** Crea el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT) para cubrir daños a personas causados por vehículos terrestres (muerte, invalidez, asistencia médica, etc.). Todo vehículo terrestre debe contar con una póliza SOAT vigente. (p. 26-28)
- **LABORAL:**
- **Ley N° 884/81:** Regula las condiciones de trabajo en el transporte automotor terrestre. Establece que la jornada laboral se inicia cuando el trabajador está a disposición del empleador y termina con la devolución del vehículo. La jornada normal para conductores o ayudantes es de 8 horas diarias, con un máximo de cuarenta y ocho horas semanales, percibiendo salario ordinario por el tiempo de duración del servicio. (p. 28)

4. Antecedentes y Promoción del Turismo en Paraguay

El turismo, aunque sus inicios modernos se sitúan en el siglo XIX con la Revolución Industrial y el desarrollo de infraestructuras y transporte, tiene raíces en la antigüedad (ej. calzadas romanas, viajes a los Juegos Olímpicos en Grecia). Ha evolucionado hasta convertirse en un sector económico global importante. (p. 28-29)

La SENATUR impulsa programas para fomentar el turismo interno en Paraguay, como:

- **"Abrazá Paraguay":** Una campaña con el slogan "Abrazá Paraguay" que busca inspirar a los paraguayos a explorar su país, redescubrir sus riquezas culturales y naturales, y fortalecer el sentido de pertenencia. Sus objetivos incluyen aumentar el volumen de turistas internos, reducir la estacionalidad turística, invitar a redescubrir el turismo interno, fomentar la corresponsabilidad sanitaria frente a la pandemia, y promover la valoración y confianza en el destino nacional. (p. 29-30)
- **"Javy´a Paraguáipe":** Frase en guaraní que significa "Alegrémonos en Paraguay," reforzando la invitación a quedarse y disfrutar del país, su historia, cultura, tradiciones y costumbres. (p. 30-31)

4.1. San Ignacio y el Turismo

La ciudad de San Ignacio, Misiones, se destaca por su privilegiada situación geográfica y su historia vinculada a las reducciones jesuíticas. Es un centro comercial pujante con diversos servicios. (p. 31)

Atractivos Turísticos en San Ignacio:

- **Antiguas misiones Jesuíticas Guaraní:** Con una iglesia que conserva un retablo jesuítico original y destacadas imágenes.
- **Capilla de Tañarandy:** Ubicada a 3 km de La Barraca de Koki Ruiz, conocida por la procesión del Viernes Santo y sus paredes y techo pintados por artistas locales.
- **Museo Histórico Semblanza de Héroes:** Ubicado en la Casa de Indios, alberga objetos de la Guerra contra la Triple Alianza y la Guerra del Chaco.
- **Tañarandy en Semana Santa:** Una tradición de procesión de las luces el Viernes Santo, con un camino de velas de 3 km.
- **Museo Diocesano:** Organizado en cuatro salas que presentan la historia de Cristo en la Iglesia y la Compañía de Jesús, con objetos de valor cultural como imágenes talladas y mapas de la primera Misión Jesuítica Guaraní. (p. 31-33)

4.2. Trabajos de Investigación Relacionados

El documento cita otros estudios que resaltan la importancia del turismo en Paraguay:

- **"El Turismo como Opción de Desarrollo Sostenible"** (Riveros Montiel & Olmedo de Ríos): Identificó y evaluó recursos turísticos en el Departamento de Ñeembucú, concluyendo que el turismo es un sector sustancial que genera recursos importantes. (p. 33)
- **"Turismo Receptivo en el Paraguay: Una Reseña de su Aporte a la Economía Durante el Periodo 2003-2017"** (Schmidt & Cabral López): Destaca la relevancia del turismo como industria de exportación y su rol en la generación de ingresos de divisas, principalmente de países limítrofes, a pesar de la limitada información disponible. (p. 33-34)
- **"Turismo Interno según la Comunidad de la Universidad Nacional del Este, Paraguay"** (Acosta Critón & Rojas Pukall): Demostró que el turismo interno es el de mayor práctica en

Paraguay, con los tipos de turismo más practicados siendo el de descanso, aventura y costumbrista. Los principales factores condicionantes son el costo, el transporte y la seguridad. (p. 34)

5. Marco Metodológico del Estudio "Transporte y Turismo La Valentina"

El estudio se ubica en San Ignacio Misiones y se enfoca en la innovación y el aporte al desarrollo turístico.

- **Diseño de Investigación:** No experimental y transversal. "Lo que se hizo en la investigación no experimental fue observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos." (Sampieri, 2014) (p. 35) Se realizó entre septiembre y noviembre de 2021.
- **Tipo de Investigación:** Descriptivo. Busca "especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de un sistema como lo es el Transporte Turístico." (Hernández S., 1998) (p. 35)
- **Población y Muestra:** La población de estudio incluye 3 funcionarios y 50 clientes de "Transporte y Turismo La Valentina." La muestra seleccionada fue de 2 funcionarios y 30 clientes. (p. 38)
- **Instrumentos y Técnicas de Recolección de Datos:** Se utilizaron entrevistas (10 ítems) y cuestionarios (10 preguntas cerradas) para conocer la opinión de clientes y funcionarios. (p. 38)
- **Análisis e Interpretación de Datos:** El análisis será cualitativo-cuantitativo, tabulando los datos de encuestas y entrevistas mediante gráficos circulares, frecuencias relativas y absolutas, y resúmenes narrativos. (p. 39)

6. Cronograma y Presupuesto

El estudio planificó sus actividades desde septiembre hasta diciembre, abarcando la elección del tema, elaboración del anteproyecto, consultas bibliográficas, preparación de herramientas de recolección, asesoramiento, aplicación de instrumentos, recolección y análisis de datos, evaluación parcial y elaboración del informe final, y presentación del proyecto. (p. 40-41)

El presupuesto tentativo para la investigación se estima en **1.345.000 Gs**, cubriendo impresiones, derecho a la defensa, anillado, papelería, útiles varios e internet. (p. 42)

Conclusión

El estudio sobre "Transporte y Turismo La Valentina" en el departamento de Misiones es una iniciativa estratégica para el desarrollo del turismo interno en Paraguay. Al proponer la innovación en los servicios de transporte turístico y aplicar un riguroso marco metodológico, la empresa busca no solo su posicionamiento en el mercado, sino también contribuir significativamente al crecimiento económico y social del país, aprovechando sus atractivos culturales y naturales, y alineándose con los objetivos nacionales de fomento del turismo.

- Hernández, Fernández, & Baptista. (2014). Metodología de la Investigación.
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, y Pilar Baptista Lucio. 2006. Metodología de la investigación (4a. ed.). Distrito Federal, MÉXICO: McGraw- Hill Interamericana (TICs, SENATUR, s.f.)
- *Plan Maestro de Turismo*. (2012). Obtenido de Plan Maestro de Turismo: https://www.senatur.gov.py/
- TICs, D. d. (s.f.). *Dirección Nacional de Transporte* . Obtenido de Dirección Nacional de Transporte: http://www.dinatran.gov.py/
- TICs, D. d. (s.f.). *SENATUR*. Obtenido de SENATUR: https://www.senatur.gov.py/