

Licenciatura en Turismo y Hotelería

***“Turismo Gastronómico Tetería “Relaja-Té”, en el Barrio
Mariscal Estigarribia de la Ciudad de Asunción”***

Belotto Cáceres, Georgette Nailene

Asunción, Paraguay

2021

ÍNDICE

Agradecimiento	2
Abreviaturas y Signos Convencionales.....	18
Introducción	20
Resumen Ejecutivo.....	21
CAPÍTULO I.....	24
1. La propuesta.....	24
1.1. Título: Turismo Gastronómico.....	24
1.2. Subtítulo: Tetería “Relaja-Té”, en el barrio Mariscal Estigarribia de la ciudad de Asunción.....	24
1.3. Identificación y naturaleza del proyecto	24
1.4. Objetivo General	25
1.5. Objetivos Específicos.....	25
1.6. Ubicación y cobertura del proyecto	26
CAPÍTULO II	28
2. Marco teórico y documental	28
2.1. Turismo	28
2.2. Sistema Turístico.....	28
2.2.1. Elementos del sistema turístico.....	28
2.2.1.1. Oferta.....	28
2.2.1.2. Demanda.....	28
2.2.1.3. Espacio geográfico	28
2.2.1.4. Operadores de mercado.....	28
2.3. Origen y evolución del turismo.....	29
2.4. Clasificación del turismo.....	30
2.4.1. Turismo Interno.....	30
2.4.2. Turismo Receptor.....	31
2.4.3. Turismo Emisor.....	31
2.4.4. Turismo Cultural	31
2.4.5. Ecoturismo	31
2.5. Otras clasificaciones de turismo.....	31
2.5.1. Turismo rural.....	31
2.5.2. Turismo de aventura.....	31
2.5.3. Turismo de salud	32
2.5.4. Turismo de bienestar.....	32
2.5.5. Turismo de negocios (relacionado con la industria de reuniones).....	32
2.5.6. Turismo deportivo.....	32
2.5.7. Turismo educativo.....	32
2.5.8. Turismo gastronómico.....	33
2.6. Tipos de turistas	33
2.6.1. Viajero.....	33
2.6.2. Visitante internacional.....	33
2.6.3. Visitante del día o excursionista.....	33
2.6.4. Turista.....	33

2.7. Servicios turísticos	33
2.8. Tipos de servicios turísticos.....	34
2.8.1. Servicio de alojamiento.....	34
2.8.2. Servicio de transporte.....	34
2.8.3. Servicios complementarios	34
2.8.4. Servicio de restauración	35
2.9. SENATUR	35
2.10. REGISTUR	35
2.11. Otros términos de interés.....	36
2.11.1. Infusiones.....	36
2.11.2. Tisanas.....	36
2.11.3. Té.....	36
2.11.4. Té en hebras	36
2.11.5. Tea Blending	36
2.11.6. Tea Blend	36
2.11.7. Tea Blender	37
2.11.8. Sommelier	37
2.11.9. Infusor	37
CAPÍTULO III.....	39
3. Diagnóstico Sectorial.....	39
3.1. Paraguay.....	39
3.1.1. Geografía.....	39
3.1.2. Condiciones variables de la naturaleza	40
3.1.2.1. Orografía	40
3.1.2.2. Hidrografía	40
3.1.2.3. Clima	41
3.1.2.4. Fauna	41
3.1.2.5. Flora	42
3.2. Ciudad de Asunción	42
3.2.1. Aspectos Geográficos.....	42
3.2.1.1. Superficie	42
3.2.1.2. Límites.....	43
3.2.1.3. Población.....	43
3.2.2. Condiciones variables de la naturaleza	43
3.2.2.1. Orografía	43
3.2.2.2. Hidrografía	43
3.2.2.3. Clima	44
3.2.2.4. Fauna	44
3.2.2.5. Flora	44
3.2.3. Aspectos Socio – Culturales.....	45
3.2.3.1. Antecedentes históricos.....	45
3.2.3.2. Peculiaridades culturales.....	45
3.2.4. Diagnóstico de la economía del municipio	45
3.2.5. Diagnóstico de los recursos turísticos.....	46

3.2.6. Diagnóstico de los servicios turísticos.....	56
3.2.6.1. Alojamiento.....	56
3.2.6.2. Alimentación	59
3.2.6.3. Esparcimiento.....	60
3.2.6.4. Otros servicios.....	61
3.2.7. Diagnóstico de la Infraestructura	62
3.2.7.1. Transporte.....	62
3.2.7.2. Comunicaciones.....	62
3.2.7.3. Sanidad.....	62
3.2.7.4. Energía	63
3.2.7.5. Información adicional sobre la infraestructura.....	63
3.2.8. Proyectos turísticos	63
3.2.9. Diagnóstico del entorno	64
CAPÍTULO IV.....	66
4. Análisis administrativo.....	66
4.1. Denominación y naturaleza de la entidad	66
4.2. Misión.....	67
4.3. Visión	67
4.4. Objetivos de la empresa	67
4.5. Valores empresariales	67
CAPÍTULO V	69
5. Análisis Técnico – Operativo	69
5.1. Estructura Organizacional de la Empresa “Nombre de la Empresa”	69
5.2. Perfil del Personal y Manual de Funciones.....	70
5.3. Cantidad de Personal requerido.....	78
5.4. Manual de Procedimientos Operativos	79
5.4.1. Procedimiento de compras y entrega de insumos	79
5.4.2. Procedimiento para la apertura del local.....	79
5.4.3. Procedimiento de Dirección:.....	80
5.4.4. Procedimiento de toma, servicio y cobro del pedido:	80
5.5. Capacidad de carga Operativa.....	81
CAPÍTULO VI.....	83
6. Análisis Jurídico	83
6.1. Trámites de Inscripción, Registro y Formalización para la Apertura de la Empresa:	83
6.1.1. Gestiones y Requisitos para la apertura de la Sociedad:.....	83
6.1.2. Patente Comercial:	84
6.1.3. Inscripción en el Registro Único de Contribuyente: SET (Secretaría de Estado de Tributación).	86
6.1.4. Inscripción en el Instituto de Previsión Social (I.P.S.):	86
6.1.5. Inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social:.....	87
6.1.6. Registro de Marcas en la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI):.....	87
6.1.7. Registro Nacional de Turismo (REGISTUR):	88

6.2. Leyes y Resoluciones.....	90
6.2.1. Ley N° 213/93 Que establece el Código del Trabajo.....	90
6.2.2. Ley N° 1034/83 Del Comerciante.....	93
6.2.3. Ley 1328/98 de Derechos de Autor y Derechos Conexos	95
6.2.4. Ley 2828/05 Del Turismo	98
6.2.5. Ley 294/93 de Impacto Ambiental.....	100
6.2.6. Resolución 332/10.....	101
6.2.7. Resolución N° 1001/11.....	103
6.2.8. Decreto N° 3881/20.....	103
6.2.9. Ley N° 836 del Código Sanitario	104
6.2.10. Ley N° 4934 / Accesibilidad al medio físico para las personas con discapacidad.....	105
6.2.11. Resoluciones de Autores Paraguayos Asociados (APA):	106
CAPÍTULO VII.....	109
7. Análisis de Ingeniería	109
7.1. Disposiciones generales del Proyecto	109
7.2. Dimensiones de la Infraestructura.....	110
7.2.1. Oficina Administrativa.....	110
7.2.2. Salón Principal	110
7.2.3. Salón Privado	110
7.2.4. Salón de Estudios.....	110
7.2.5. Cocina.....	110
7.2.6. Baños Sociales.....	110
7.2.7. Caja.....	110
7.2.8. Patio.....	110
7.2.9. Depósito	111
7.2.10. Estacionamientos.....	111
7.3. Capacidad de Carga.....	111
7.4. Plano de la empresa tetería “Relaja-té”	112
CAPÍTULO VIII	114
8. Análisis de Equipamiento.....	114
8.1. Equipamiento y Mobiliario de la Empresa.....	114
CAPÍTULO IX.....	123
9. Análisis de Sustentabilidad	123
9.1. Impactos Ambientales.....	123
9.1.1. Impactos Ambientales en la fase de ejecución de obras	123
9.1.1.1. Impactos Positivos.....	123
9.1.1.2. Impactos Negativos.....	123
9.1.2. Impactos Ambientales en la fase de Operación y Mantenimiento de la empresa	123
9.1.2.1. Impactos Positivos.....	123
9.1.2.2. Impactos Negativos.....	123
9.1.3. Plan de Mitigación para atenuar los Impactos Ambientales negativos.....	124
9.2. Impactos Socio – Culturales.....	124

9.2.1. Impactos Positivos.....	124
9.2.2. Impactos Negativos.....	124
9.2.3. Plan de Mitigación para atenuar los impactos Socio – Culturales negativos.....	125
9.2.4. Acciones para contribuir con el desarrollo comunitario	125
9.3. Impactos Económicos	125
9.3.1. Impactos Positivos.....	125
9.3.2. Impactos Negativos.....	125
9.3.3. Plan de Mitigación para atenuar los impactos Económicos negativos.....	125
9.3.4. Etapas de Estacionalidad.....	126
9.4. Aspectos Éticos de Sustentabilidad.....	126
9.4.1. Artículo 2 El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.....	126
9.4.2. Artículo 4 El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad	126
9.4.3. Artículo 9 Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico	126
9.5. Políticas y Buenas Prácticas de Sustentabilidad	127
CAPÍTULO X	129
10. Análisis de Marketing.....	129
10.1. Aspectos Económicos. Estadísticas.....	129
10.1.1. Macroeconomía.....	129
10.1.1.1. Tasa de desempleo	129
10.1.1.2. Producto Interno Bruto (P.I.B.).....	129
10.1.1.3. Variación del Dólar.....	129
10.1.1.4. Tasa de Inflación	130
10.1.1.5. Variación del Salario Mínimo.....	130
10.1.1. Microeconomía.....	131
10.1.1.1. Análisis de precios de la oferta	131
10.1.1.2. Análisis de precios de la demanda	131
10.1.1.3. Datos estadísticos de turismo receptivo	132
10.1.1.4. Cantidad de turistas y excursionistas llegados al país.....	132
10.1.1.5. Ingresos monetarios generados por el turismo.....	132
10.1.1.6. P.I.B y Turismo	133
10.2. Análisis de Mercado. Investigación de Mercado	133
10.2.1. Identificación y Definición del Problema y Oportunidad	133
10.2.2. Objetivos de la Investigación de Mercado	134
10.2.3. Diseño de la Investigación	134
10.2.4. Método de recolección, procesamiento y análisis de datos.....	134
10.2.5. Diseño de la Muestra.....	134
10.2.6. Recolección de Datos.....	136
10.2.7. Procesamiento de Datos.....	136
10.2.8. Análisis de Datos.....	142
10.2.9. Resultados de la Investigación	151
10.3. Plan de Marketing	151
10.3.1. Pensamiento estratégico de Localización.....	151

10.3.2. Tendencias de consumo del sector.....	153
10.3.3. Determinación de la demanda	153
10.3.3.1. Demanda Total Actual	153
10.3.3.2. Demanda Real	154
10.3.3.3. Demanda Aparente.....	154
10.3.3.4. Definición del negocio	154
10.3.3.5. Segmento de mercado	155
10.3.3.6. Perfil del cliente	155
10.3.4. Determinación de las 7P (Marketing Mix).....	156
10.3.4.1. Producto/Servicio.....	156
10.3.4.2. Precio.....	157
10.3.4.3. Plaza	159
10.3.4.4. Publicidad/Promoción	159
10.3.4.5. Personas.....	159
10.3.4.6. Procesos.....	160
10.3.4.7. Presencia o posicionamiento	160
10.3.5. Imagen de marca	160
10.3.5.1. Logo	160
10.3.5.2. Slogan.....	161
10.4. Estructura competitiva.....	161
10.4.1. Competidores directos e indirectos.....	161
10.4.2. Puntos fuertes y débiles de los competidores directos e indirectos.....	161
10.4.3. Determinación del Perfil Competitivo del Sector	163
10.4.3.1. Rivalidad entre empresas.	163
10.4.3.2. Barreras de entrada.....	165
10.4.3.3. Poder de los proveedores.....	165
10.4.3.4. Poder de los clientes.....	166
10.4.3.5. Productos Sustitutos.....	167
10.4.3.6. Evaluación del Sector.....	167
10.4.3.7. Interpretación	168
10.4.4. Ventajas competitivas	168
10.4.5. Proveedores principales.....	168
10.4.6. Características de los proveedores	168
10.5. Estrategias	171
10.5.1. Estrategias de Ansoff	171
10.5.2. Estrategias de Porter.....	171
10.5.3. Cadena de Valor.....	172
10.5.3.1. Actividades Primarias	172
10.5.3.1.1. Logística de Entrada.....	172
10.5.3.1.2. Operaciones.....	172
10.5.3.1.3. Marketing y Ventas.....	172
10.5.3.1.4. Logística de Salida	173
10.5.3.1.5. Servicio Post Venta	173
10.5.3.2. Actividades de Soporte.....	173

10.5.3.2.1. Infraestructura	173
10.5.3.2.2. Tecnología, Investigación y Desarrollo	173
10.5.3.2.3. Gestión de Competencias y Recursos Humanos.....	174
10.5.3.2.4. Gestión de Compras.....	174
10.5.4. Análisis y Matriz de estrategias FODA.....	175
CAPÍTULO XI.....	178
11. Análisis Contable y Financiero	178
Conclusión.....	200
Glosario	201
Anexos.....	202
Bibliografía.....	218

RESUMEN

El nacimiento de este proyecto ocurre mediante el análisis del medio, en donde se percibe que las personas cada vez más desean llevar una vida saludable. “Relaja-té” busca generar una alternativa saludable mediante el té, que pueda ser adoptada por las personas para su bienestar y para el beneficio de la comunidad, ya que los productores de estas hierbas serán participantes activos en el desarrollo del proyecto, en busca de alcanzar los objetivos propuestos.

El objetivo de este proyecto es la implementación de un establecimiento gastronómico con capacidad hasta 80 personas, donde el tipo de establecimiento es el de una tetería que va dirigido a todas las personas que gusten de una bebida natural, de algo rápido, con buen sabor y con grandes beneficios en la salud, ubicado en la ciudad de Asunción y sus alrededores.

Para el logro de lo propuesto, se desarrolló una extensa preparación en un plan de marketing, que estuvo conformado por un estudio de mercado, mediante encuestas a diferentes personas en cuanto a sus hábitos de consumo de té, donde se tuvo una agradable aceptación, y un análisis financiero, de tal forma que, con lo mencionado se establecerán pautas que nos lleven a un negocio sustentable, favoreciendo al medio-ambiente, a la economía y a la comunidad local.

La tetería “Relaja-té” muestra una inversión inicial de Gs. 916.498.947.

El capital propio es de Gs. 30.000.000, y un financiamiento del Banco Itaú de Gs. 886.498.947 con una tasa de interés del 24%. Cuenta con un ingreso de Gs. 2.454.883.200 en el año 1 y un egreso de Gs. 1.927.807.073 también correspondiente al año 1. El punto de equilibrio en ventas del año 1 equivale a Gs. 1.659.055.171 y del año 10 sería Gs. 2.038.762.366.

De acuerdo a la evaluación económica, se encuentra en la Tasa Interna de Retorno (TIR) un resultado satisfactorio de 97,50% lo cual sería mayor a la terna de 18,80%, con un periodo de recuperación de la inversión (PRI) de 1 año 11 meses. De acuerdo a la evaluación financiera, se encuentra en la Tasa Interna de Retorno (TIR) un resultado satisfactorio de 80,65% lo cual sería mayor a la terna de 23,83%, con un periodo de recuperación de la inversión (PRI) de 2 años 09 meses.

De acuerdo a la tendencia del consumo de té en nuestro país, la propuesta presentada para la realización de la tetería “Relaja-té” se perfila como un negocio rentable ante los distintos análisis, que indican una rápida recuperación de la inversión.