

# TETERÍA – CAFETERÍA DEGUSTACIÓN

## Buenos productos y buen ambiente



### 1. El negocio

La actividad económica generada por el sector de la hostelería en la ciudad de León está representada por algo más de un millar de bares. A las fórmulas tradicionales, se están añadiendo otras nuevas que buscan diferenciarse y entrar en el mercado en forma de, por ejemplo, degustación de té, cafés, chocolates y dulces.

Precisamente, la idea de ofrecer al público una mayor variedad de bebidas calientes en un ambiente tranquilo y distendido, se está convirtiendo en una oportunidad de negocio.

Además, los datos sobre comportamiento del consumidor también parecen invitar a plantearse proyectos de este tipo. En España, más del 50% del consumo del café e infusiones se realiza fuera del hogar. Particularmente, el té presenta una demanda creciente y una buena aceptación por parte de la población más joven. Esta tendencia parece justificarse por los beneficios que profesionales del sector sanitario han conferido a este producto.

Una de las ventajas de un negocio que ofrece una amplia gama de infusiones y cafés, junto con productos complementarios, se encuentra en la estabilidad de su demanda a lo largo de todo el año. No obstante, gran parte del éxito o fracaso del negocio va a depender de la gestión y de la atención prestada, de conocer el público al que se dirige (edad, gustos y poder adquisitivo), de la competencia que lo rodea (precios, calidad y productos), de las características del local y de donde esté ubicado.

Este negocio se dirigirá al público general, pudiendo distinguir entre: trabajadores, estudiantes, jubilados, amas de casa, turistas, público de fin de semana, etc. Esta observación permite no sólo abarcar al mayor número de potenciales clientes, sino acomodarse a sus diferentes horarios y necesidades.

### 2. El local

Existen dos modelos para definir este tipo de negocio. Estos son:

- **Tetería tradicional**, donde se ofertan una amplia variedad de té.
- **Tetería - Cafetería**, en la que además se incrementa la oferta con aperitivos dulces y salados, café y otros productos que ayuden a captar más compradores.

Con independencia de ello, se recomienda la ubicación del local en un territorio con la mayor densidad de población posible. Así, localizaciones comerciales o muy transitadas, peatonales y cercanas a lugares públicos (zonas turísticas, barrios populares, etc.) facilitarían la rotación de clientes. Para alcanzar su fidelización es importante tener en cuenta factores como la imagen externa e interna del establecimiento (decoración acogedora e iluminación cálida); ofrecer un trato cercano al usuario; amoldar el surtido de productos a la solicitud del consumidor e ir adaptándola a medida que se observan sus nuevas preferencias; elegir apropiadamente a los proveedores, es decir, que cumplan sus compromisos de calidad y de entrega; adecuar el horario a la demanda, lo que puede implicar ciertas diferencias entre diario y fines de semana o festivos; limpieza del establecimiento y comodidad, etc.

El tamaño del local puede ser muy variado y obedecerá a la inversión que el emprendedor esté dispuesto a asumir. Inicialmente, se recomendaría una superficie en torno a 80 m<sup>2</sup>, dividida en un lugar de trabajo tras la barra, pequeña cocina (en caso necesario), almacén, aseos y espacio para el público.

Según la disponibilidad financiera y de la experiencia en el sector, se podría contemplar la apertura bajo franquicia. Esta modalidad garantizaría la imagen de marca, la publicidad, el reconocimiento por parte del público general, el contacto con proveedores, una gama de productos, formación, etc. Todo lo cual favorecería el comienzo de la actividad.

Finalmente, la decisión de comprar o alquilar el local resulta de gran trascendencia. En caso de adquirir el local, la inversión inicial se elevaría de forma considerable.

Si se opta por alquilar, es importante negociar la renta mensual en función de la zona. La mayor parte de los asesores recomienda, en principio, el alquiler para evitar problemas de tesorería, sin descartar la compra en un futuro. En todo caso, tanto esta decisión como la que se refiere a la dimensión del local, dependerán de las posibilidades y los riesgos que se estén dispuestos a asumir.

Una tercera opción es adquirir un negocio en traspaso. En este caso se reducirían los tiempos de puesta en funcionamiento; si bien, convendría analizar detenidamente las ofertas y atender a las causas que originaron la decisión del propio traspaso.

### 3. Equipamiento y plantilla

El coste del acondicionamiento del local responderá a las reformas necesarias, a lo que se añadirá el tributo pertinente por solicitud de licencia de obra.

El equipamiento básico para esta actividad podría desglosarse en: instalación eléctrica, aire acondicionado, sistema de extracción y ventilación, fregadero y sistema de fontanería, frigorífico o nevera bajo mostrador, mobiliario y menaje, lavavajillas, máquina de hielo, cafetera-tetera, molinillo de café, tostador eléctrico, exprimidor de zumo, etc. El presupuesto necesario para ello rondaría los 20.000 euros brutos.

Los aseos para personal y clientes, las mesas y sillas, la adecuación del mostrador y el equipo informático para gestionar cobros y pagos (TPV), podría estimarse en cifras cercanas a 12.000 euros brutos.

Adicionalmente, se recomienda hacer una previsión de gastos de la actividad. Estos comprenderían el alquiler, los suministros, gastos de personal, otros gastos comerciales y de servicios externos. Para un mes alcanzarían los 4.000 euros.

En consecuencia, durante los primeros tres meses convendría contar con un fondo económico que permitiera sufragar estos gastos (12.000 euros), en caso de que la actividad comercial necesitara de un período de tiempo para generar las ventas necesarias.

Para la puesta en marcha del negocio será necesario un mínimo de dos personas en plantilla. Las tareas a efectuar deben estar lo más definidas posibles y claramente asignadas. Los conocimientos que deben poseer en relación a las tareas productivas son: elaboración de productos bajo un proceso que garantice la inocuidad alimentaria, evaluando y previniendo todos los posibles riesgos de contaminación; funcionamiento del equipamiento; y trato con el cliente. Asimismo, su gestión precisa de un conocimiento mínimo en administración y organización del establecimiento, políticas de precios, negociación, estudios de costes, marketing e informática empresarial.

#### 4. La competencia

Este negocio debe considerar varios tipos de competidores potenciales: cualquier otra tetería y/o cafetería, incluidos modelos de franquicias; restaurantes y bares; tabernas; confiterías con oferta de café y té; grandes superficies con zonas reservadas a hostelería; máquinas expendedoras de café y té preparado, etc.

Competir en este mercado vía precios resulta complicado debido a los ajustados márgenes de beneficio que reporta y a la similitud de la oferta. Por ello, la estrategia competitiva más habitual es la diferenciación a través de la calidad, la atención personalizada, la variedad de producto y el conocimiento del mercado y del cliente.

#### 5. Estrategias

Una estrategia busca la consecución de una ventaja competitiva (p.e. ofrecer mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, amplitud de gama en los servicios prestados, etc.) capaz de proporcionar una mejor posición en el mercado y fidelizar al consumidor. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** Poseer unos costes menores que sus competidores y así vender más barato no suele resultar factible en este sector. El ajuste vía precio suele darse al ofrecer productos conjuntamente (p.e. café + bollería, etc.).
- **Diferenciación.** El negocio posee una singularidad difícil de encontrar en sus competidores (calidad, cercanía, variedad de productos, etc.).
- **Especialización o Segmentación.** Consiste en centrarse en un perfil concreto de consumidor (p.e. estudiantes, pensionistas, empresas, trabajadores y profesionales, etc.) o en una o varias líneas de productos (p.e. pasteles, té, cafés, productos para desayunos, etc.).

#### NORMATIVA APLICABLE

- [Ordenanza Municipal Reguladora de la Instalación de Terrazas y Elementos Auxiliares en Terrenos de Uso Público en el Municipio de León.](#)
- [Ordenanza Municipal Reguladora de la Limpieza y de Residuos Urbanos en el Término Municipal de León.](#)
- [Ordenanza Municipal Reguladora de la Publicidad Exterior mediante carteles, carteleros o vallas publicitarias.](#)
- [Ordenanza Municipal De Protección De La Atmósfera.](#)
- [Ordenanzas Reguladoras de Tributos y Otros Ingresos.](#)
- [Normativa Autonómica sobre Autorización, Licencia y Comunicación Ambiental.](#)
- [Orden PAT 1452/2004, de 3 de septiembre, por la que se regula el Libro de Sugerencias y Quejas de la Administración de la Comunidad de Castilla y León.](#)
- [Decreto 109/2004, de 14 de octubre, por el que se regulan las Hojas de Reclamaciones de los Consumidores y Usuarios.](#)
- [Ley 11/1997, de 24 de abril, de Envases y Residuos de Envases.](#)
- [Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.](#)

#### TRÁMITES A LLEVAR A CABO

- Los generales para todas las empresas de nueva creación. Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
- Solicitud de Autorización Sanitaria de Funcionamiento a la Junta de Castilla y León.
- Solicitud de Licencia Ambiental en el Ayuntamiento, para determinados casos.
- Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.
- Cambio de titularidad de la licencia, cuando se alquile un local que así lo requiera.
- Implantación de un Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC), realizado por un organismo competente, si se requiere.
- Obtención del Carnet de Manipulador de Alimentos por todos los trabajadores del establecimiento.
- Medidas Contra Incendios, Acceso a Minusválidos, Insonorización, Espacios Reservados, etc.
- Solicitud de cartel identificativo.
- Cumplir normativa aplicable.

#### FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** establecimiento en el que se sirven al público bebida y bollería, principalmente. En general, su consumo se realizará dentro del local.
- **Sector:** hostelería.
- **Requisitos administrativos generales:** libro de visitas, solicitud de CIF, alta en el IAE, en IVA, IS o IRPF, legalización de libros (en caso de constituir sociedad), inscripción en Seguridad Social.
- **Inversión:** a partir de 40.000 euros se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y los stocks iniciales.
- **Personal mínimo:** desde una sola persona, siendo recomendable más en función del tamaño y del horario (pueden ser los propios promotores).
- **Formación requerida:** en hostelería.
- **Superficie:** el local debe tener como mínimo unos 80 m<sup>2</sup>.