

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**



**TESIS: PLAN DE NEGOCIO: CASA DE TÉ (TEA ROOM)**

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTA**

**PEDRO ALFONSO PRECIADO DE LA FUENTE**

**Mexicali, B.C.**

**Febrero de 2014**

A mi esposa, por su paciencia y apoyo...

A los que quieren cambiar las cosas con cambios

“Las Cosas Tienen Movimiento” –Fito Paez-

## **Agradecimientos.**

A mi esposa, familia, compañeros y al personal de posgrado por toda su ayuda.

## **Resumen.**

Este trabajo busca la realización de un negocio que permita a la comunidad tener alternativas saludables en su consumo de bebidas derivadas de té (principalmente), infusiones y tisanas, el negocio del té si bien es algo que ha existido desde hace mucho tiempo atrás sigue siendo un mercado nuevo en nuestro país pero que tienen una tendencia de crecimiento cada vez mayor año con año, es una oportunidad para las personas de poder conseguir tener un consumo más natural y saludable; se recolectaron datos de diferentes fuentes bibliográficas y se realizó un sondeo sobre los consumos sobre esta bebida en nuestra región, esta bebida tiene una oportunidad de crecimiento en nuestro país ya no solo de bebida saludable si no recreativa.

## Contenido

<b>Introducción.</b> .....	6
<b>1. Contexto y Antecedentes.</b> .....	6
2. Planteamiento del estudio. ....	6
3. Objetivo del trabajo terminal. ....	7
4. Justificación del estudio. ....	7
1. Naturaleza del proyecto. ....	7
Visión.....	9
¿Cuál es nuestra razón de ser?.....	10
Misión .....	10
Objetivos.....	10
MODELO DE NEGOCIO: Ventaja Competitiva.....	10
Capítulo 2. El Mercado del proyecto .....	11
ANALISIS FODA. ....	12
Producto o servicios sustitutos o sucedáneos.....	12
Área de influencia del proyecto.....	13
Destino de la producción.....	13
Demanda anual del proyecto. ....	13
Proyección de la demanda. ....	13
Principales oferentes. ....	14
Canales y promoción del producto.....	15
Fijación y políticas de precio. ....	15
Producción.....	16
Abasto de materias primas/insumos: .....	16
Características de la región. ....	18

## **Introducción.**

### **1. Contexto y Antecedentes.**

El proyecto se especializa en la preparación de diferentes bebidas derivadas del té, así como la elaboración de tesinas e infusiones y ventas de producto de té.

El té es la segunda bebida más popular del mundo después del agua. La costumbre de servir hojas de la planta del té (*Camellia Sinensis*) para conferir un buen sabor al agua hervida se utilizó por primera vez en China hacia el año 250 a.e.

Según la leyenda popular China, el descubrimiento del té fue una maravillosa coincidencia. El emperador chino Shen Nung ordenó como obligatorio hervir toda el agua destinada para el consumo humano. Un día, mientras descansaba a la sombra de un árbol de té silvestre, una ligera brisa de verano agitó las ramas del árbol, desprendiendo varias hojas de sus ramas. Por buena fortuna, las hojas cayeron en el agua que estaba hirviendo. La infusión adquirió entonces un aroma agradable, que despertó la curiosidad del monarca por probar tal mezcla. La bebida, deliciosamente refrescante y reconstituyente, le cautivó instantáneamente.

### **2. Planteamiento del estudio.**

Para nuestro país la realización de negocios refleja un movimiento en la economía y la creación de nuevos empleos lo cual lo hace apropiado para tomar en cuenta en la creación de este tipo de industria siendo que esta bebida su consumo va en aumento año con año.

La historia del té refleja que siendo un producto milenario el consumo de este producto se ha vuelto más popular, y su consumo no ha desaparecido a través del tiempo, al contrario se ha buscado la innovación con la creación de nuevas bebidas con esta planta y recetas, lo cual lo hace un proyecto de negocio rentable y próspero.

### **3. Objetivo del trabajo terminal.**

Crear un plan de negocio donde se pueda desarrollar las características para implementar un establecimiento especializado en las bebidas de té y otras infusiones, con la creación de un sistema.

### **4. Justificación del estudio.**

Aumenta en México el consumo de bebidas sin gas: Entre los meses de diciembre de 2008 y enero de 2009, con comparación con el mismo periodo del año previo, el consumo de té se incrementó 60%.<sup>1</sup>

Boom en el consumo de té en México; crece 20% anual (2007)<sup>2</sup>

La idea surge a partir del aumento de consumo de este producto cada vez más considerando que la gente está en busca de nuevas alternativas saludables y volviéndose una bebida más popular con el paso del tiempo,

### **1. Naturaleza del proyecto.**

El nombre de la empresa será: “Casa de Té (Tea Room)” creando un negocio en donde se pueda recibir a los clientes y proporcionarles una taza de té o infusión a su gusto además de poder llevar té para preparar en su casa.

En la región de Mexicali Baja California y Calexico California no se encuentra una competencia real de este mercado ya que si bien existen gran variedad de cafeterías que ofrecen bebidas de té, no están especializadas en la preparación de este producto. La considerada competencia no tiene mucha variedad que ofrecer de este producto y solo cuentan con la típica “bolsita” de té en sus menús, las competencias consideradas fuertes por el momento serian Starbucks con 30 diferentes variedades.

---

<sup>1</sup> <http://www.informador.com.mx/economia/2009/88723/6/aumenta-en-mexico-el-consumo-de-bebidas-sin-gas.htm>

<sup>2</sup> <http://www.jornada.unam.mx/2007/11/15/index.php?section=gastronomia&article=a10n1gas>

Por el momento se cuenta con los proveedores de [www.gourva.mx/te\\_artesanal.html](http://www.gourva.mx/te_artesanal.html) especialistas en té, [www.riccoaroma.com.mx/](http://www.riccoaroma.com.mx/) donde ofrecen variedades de accesorios , [www.laesquinadelte.com](http://www.laesquinadelte.com), [www.Coffeedepot.com.mx](http://www.Coffeedepot.com.mx), y <http://eurote.com.mx/> donde no solo cuentan como proveedores y accesorios, sino que ofrecen capacitación, asesoría y cursos para especializarse en la preparación de esta bebida. Se debe tomar en cuenta precios de los productos y accesorios además de los costos por el envíos, ya que tales compañías se encuentran ubicadas en México, D.F. y Ensenada, Baja California, los costos de envío dependen de tamaño y cantidad del producto solicitado, se está considerando un 10% o 15% como costo de envío. Se debe considerar buscar proveedores en California, Estados Unidos, tomando en cuenta también variedad del producto, costos de envío y en su caso costos de importación (arancel).

Para un negocio de este tipo se está tomando en cuenta buscar locales en lugares concurridos de por lo menos 45 m<sup>2</sup> en adelante, pero sí de vital importancia que cuenta con una barra-bar, y contar con inventario de mesas, sillas, teteras, tazas y accesorios, lograr un ambiente equilibrado y relajado tomando en cuenta la filosofía de Starbucks sobre el tercer lugar con especial atención al cliente, se espera también la implementación de una fuente de agua potable (si es el caso).

Se fomentara a la creación de un manual de procedimientos con la intención de crear un sistema que permita un mejor servicio, así como la creación de un recetario para un sencillo manejo de las bebidas y con ello nuevas recetas, esperando poder implementar nuevas bebidas de té.

Se deberá en el negocio reinventar constantemente con nuevos accesorios, capacitaciones y servicios, con la idea de buscar ser la expansión del negocio.

Se implementara la creación una página web para el negocio donde muestre en forma clara nuestros servicios y productos, reflejando también nuestro concepto de ambiente equilibrado.

La utilización de redes sociales ayudara a la expansión del negocio, así como una mercadotécnica efectiva para mostrar nuestros productos e innovaciones.

(Facebook, Twitter, etc.), la utilización de blogs donde muestra recetas donde podremos proveer nuestros productos de té y creación de videos por el canal de YouTube donde mostremos métodos de preparación, con la idea de poder ofrecer a nuestros clientes los productos de té además de la probabilidad de generar un activo extra por medio de estas páginas web.

Todo con vital importancia en dar un buen servicio al cliente y la creación de valor hacia el negocio y al producto.

Se tomara en cuenta también la responsabilidad social con la creación de composta del sobrante de té que permita una buena utilización de esté y logar espacios verdes, así como la utilización de recursos renovables, entre otras opciones.

### **Visión.**

La visión a largo plazo es la consideración de la expansión del negocio y el correcto desempeño del negocio para crear un sembradío de plantas de té por los terrenos entre Tecate-Tijuana o Ensenada-Tijuana, esperando que las características climatológicas se muestren para ello y así poder proveer de té por nuestro país como lugar de origen.

1. Ideología central de la empresa: proporcionar una alternativa saludable en cuestión de bebidas a base de té, tisanas e infusiones.
2. Auto-imagen a futuro de una empresa: Poder convertirnos en no solo una empresa especializada en la realización de bebidas de té, tisanas e infusiones sino convertirnos en proveedores de tés de buena calidad mediante la creación de plantíos de esta planta.

### **¿Cuál es nuestra razón de ser?**

Ofrecer bebidas alternativas con calidad en base de té, infusiones y tésinas siendo reconocidos por un buen producto y servicios teniendo en cuenta la innovación de nuestros productos.

### **Misión**

Ser un negocio alternativo para que los clientes satisfagan su necesidad de ir a un lugar donde disfrute de buen ambiente siempre con la opción de estar en compañía con nuestro producto, tomando en cuenta la calidad y el servicio, buscando la innovación en nuestros productos y establecimientos.

### **Objetivos.**

Se pretende durante el primer año buscar un lugar en el mercado dándonos a conocer con una fuente alternativa para ir convivir y beber una real taza de té, con el fin de convivencia y no solo médica, y obtener ganancias arribas de los 500,000 pesos anuales, posteriormente enfocarnos en las ventas sin perder nuestra visión y objetivos, alcanzar ventas de 20% anuales, y posteriormente lo ideal de buscar el 20% mensuales, se empiece a desarrollar constantemente, y poder así convertirnos en franquicia.

### **MODELO DE NEGOCIO: Ventaja Competitiva.**

Existe en la región un exceso en los mercados de cafés, la competencia de café es alta, la mayoría enfatizando en la variedad y sabor, descuidando otros mercados enfatizados en la bebidas, se pretende lograr un negocio donde se busque la innovación en la creación de bebidas hechas por té, tisanas e infusiones, mercado que en México crece año con año, y la gente tiene interés en su consumo, la búsqueda de nuevos productos orgánicos y los antioxidantes es una razón más para ser atractivo este mercado.

Se busca tener una variedad de té que permitan que el cliente tenga opciones para elegir, siempre buscando nuevas recetas en bebidas, es un importante enfatizar que debe de existir capacitan entre el personal para poder dar un mejor referencia sobre lo que desea el cliente, ya que existen té para diferentes ocasiones y sentidos.

Se tiene contacto con un proveedor que cuenta con gran variedad de tés, cursos y capacitaciones para la mejora constante para el negocio, encontrándose en Ensenada, Baja California, México (debemos tomar en cuenta tiempo y gastos de envío).

Si bien se busca abrir un negocio especializado en creación de bebidas de tés, podemos expandir nuestro mercado tomando en cuenta negocios alternativos en los que podamos volvernos proveedores de té para la región, negocios alternativos, spas, etc. y accesorios.

## **Capítulo 2. El Mercado del proyecto**

Para saber del estudio de mercado de nuestro producto realizamos un sondeo por internet a 103 personas de entre 18 y 40 años de edad que viven en Mexicali, Baja California.

Realizamos un sondeo sobre la costumbre de beber tés e infusiones, donde acostumbrar beber este tipo de producto, con qué frecuencia y en que situaciones llegan a beber tés o infusiones.

Para la realización de este sondeo se realizaron las preguntas en la página de internet: [es.surveymonkey.com](https://es.surveymonkey.com) y se mandaron por medio de correo electrónico o por la página de la red social Facebook.com.

Los resultados fueron los siguientes:

En la primera pregunta: ¿usted toma o conoce a alguien que tome té o infusiones?, el 92.16% menciono que sí, pues de las 103 personas que contestaron el sondeo, 94 personas contestaron afirmativamente y 8 contestaron que no.

La primera pregunta derivó para poder realizar la segunda, en la cual consistía en: ¿le gusta el té o las infusiones?, el 87.38% contestó que si gusta de consumir este tipo de bebida, lo que representa 90 personas del sondeo y las otras 13 personas (12.62%) mencionaron que no le gusta este tipo de bebidas.

El resultado general de las preguntas aplicada muestran que si existe un consumo y aprecio hacia este tipo de bebidas y se espera que esto aumente con las tendencias de buscar la alternativa u opción saludable.

Si bien las gráficas muestran una elevada tendencia a consumir este tipo de bebida en el hogar es muy posible a que se deba que no existe un lugar especializado para la preparación y venta de este tipo de infusiones.

Cabe destacar que a diferencia de otros resultados investigados sobre el consumo de té en otras regiones de nuestro país en donde sobre sale que el consumo de té es solo por razones de salud o fisiológicas, en nuestra región el consumo de esta bebidas sobresalió como pasatiempo (grafica se encuentra en el anexo).

#### **ANALISIS FODA.**

**Fortalezas:** producto con un crecimiento del 20% anual, de fácil preparación, abierto a la constante innovación y mejoramiento del servicio.

**Oportunidades:** La tendencia sobre el consumo de té aumenta considerablemente principalmente en las bebidas de té verde y té negro, no existe una real competencia sobre este producto, la gente en busca de productos orgánicos y de características saludables

**Debilidades:** cultura del mexicano a solo tomar bebidas con hierbas para solo uso medicinal

**Amenazas:** competencias en varias cafeterías, Costos de gastos de envío, considerar tiempo de envío.

#### **Producto o servicios sustitutos o sucedáneos.**

Este producto es una buena alternativa para las personas que requieren dejar el café o que buscan otras alternativas diferentes a los mercados tales como los refrescos además de bebidas de té más saludables ya que las bebidas de té del mercado contienen demasiada azúcar.

### **Área de influencia del proyecto.**

El negocio estará establecido en Mexicali, Baja California, limitado a en zonas como la Calle Novena, Zona Hotelera Justo Sierra, Plaza Cataviña y Avenida Independencia la alternativa de cualquiera de esas tres zonas es por la zona recreativa que presenta la zona para poder salir y degustar una bebida, además del poder adquisitivos que se presenta en particular por eso puntos.

### **Destino de la producción.**

Se busca poder establecer un negocio donde puedan acudir las personas para poder sentarse y en un ambiente agradable saborear una taza de té, teteras, etc., se también se buscara poder proporcionar diferentes variedades de té diferentes lugares para su consumo en el hogar, restaurantes y hoteles.

### **Demanda anual del proyecto.**

Actualmente existe un gasto de los consumidores en Mexicali, Baja California de bebidas no alcohólicas de 8, 229,524 de pesos derivadas entre el café, té y chocolate.<sup>3</sup>

En base a este dato desarrollamos un plan de ventas anual, considerando la especialidad y diferenciación de nuestro producto en el mercado, tomando en cuenta los tipos de té que se encuentran en venta de las cafeterías y el mayor competidor que en este caso sería Starbucks.

Consideramos precios por taza, así como ventas por taza de té al día, precios de proveedores, agua, utilizada, etc.

### **Proyección de la demanda.**

Tomando en cuentas las ventas físicas y las unidades monetarias del primer año desarrollamos los siguientes 5 años de la demanda futura, tomando en consideración el aumento de la inflación y posible aumento de precios de los proveedores.

ANEXO XX.

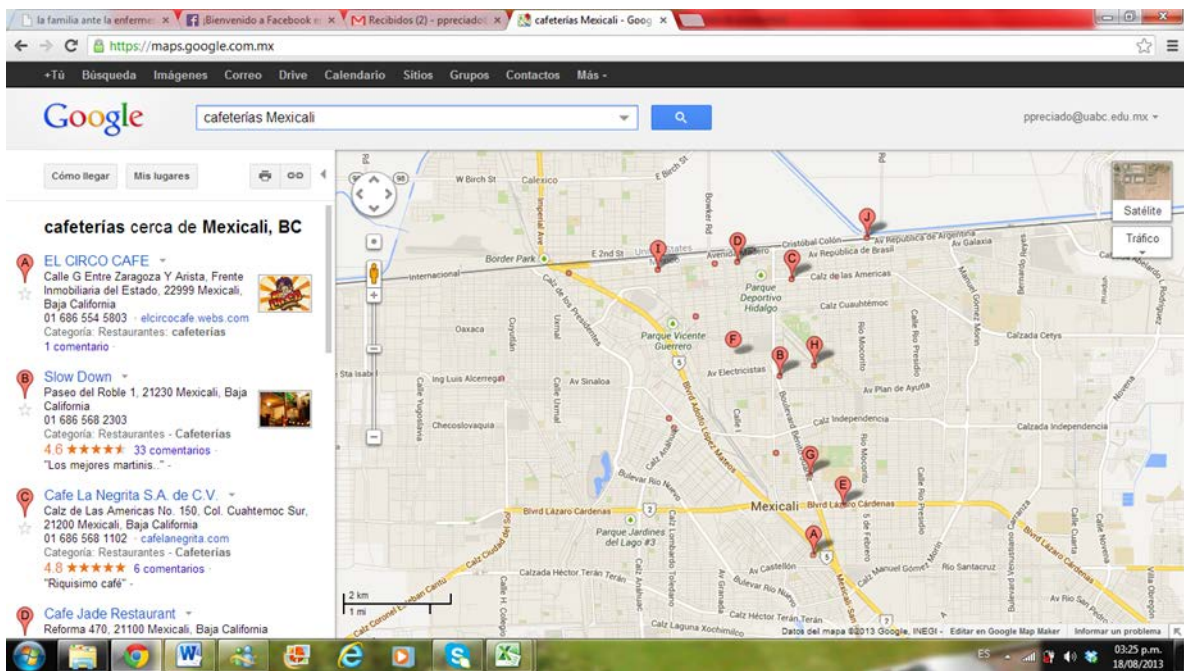
---

<sup>3</sup> INEGI. Nueva construcción de variables de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010.

## Principales oferentes.

Existen 16 principales cafeterías que se destacan en Mexicali, por ventas y publicidad de mercado, que serían la competencia más fuerte a considerar tomando en cuenta que no se especializan en la venta de té, Starbucks es la competencia más fuerte por su alto desempeño en el mercado pero no es su principal fuente de venta y no contiene muchas variedades de té (llega a menos de 30 derivados).

## Principales Cafeterías en Mexicali:

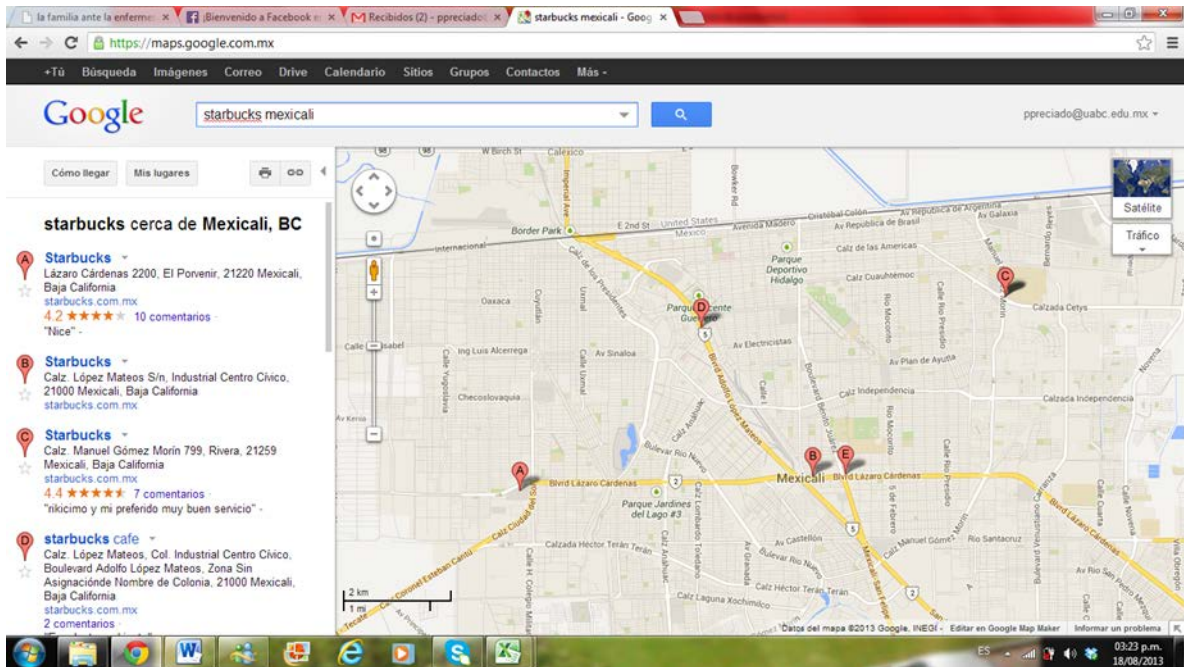


The image is a screenshot of a Google Maps search for "cafeterías Mexicali". The browser window shows the search results on the left and a map of Mexicali on the right. The search results list four coffee shops:

- EL CIRCO CAFE**: Calle G Entre Zaragoza Y Anista, Frente Inmobiliaria del Estado, 22999 Mexicali, Baja California. Phone: 01 686 554 5803. Website: elcircocafe.webs.com. Category: Restaurantes - cafeterías. 1 comentario.
- Slow Down**: Paseo del Roble 1, 21230 Mexicali, Baja California. Phone: 01 686 568 2303. Category: Restaurantes - Cafeterías. 4.6 stars, 33 comentarios. "Los mejores martinis...".
- Cafe La Negrita S.A. de C.V.**: Calz de Las Americas No. 150, Col. Cuahatemoc Sur, 21200 Mexicali, Baja California. Phone: 01 686 568 1102. Website: cafelanequita.com. Category: Restaurantes - Cafeterías. 4.8 stars, 6 comentarios. "Riquísimo café".
- Cafe Jade Restaurant**: Reforma 470, 21100 Mexicali, Baja California.

The map on the right shows Mexicali with several red pins labeled A through J, indicating the locations of these coffee shops. The map includes street names like Calz de las Americas, Av Electricistas, and Blvd Lázaro Cárdenas. The bottom of the screenshot shows the Windows taskbar with various application icons and the system clock displaying 03:25 p.m. on 18/08/2013.

## Principales Starbucks en Mexicali:



## Canales y promoción del producto.

Se establecerá páginas de redes sociales, además de su propia página de internet y considerar presupuesto para spot de radio, así como la realización de una lista de clientes potenciales por medio de correo electrónico y la utilización de los servicios de mercadotecnia.

## Fijación y políticas de precio.

Para la fijación del precio se realizó una investigación de mercado en donde llegamos a algunos establecimientos donde vendían infusiones y té y se consumió de diferentes tipos y tamaños de este tipo de bebidas y cuidando la rentabilidad tomando en cuenta en la memoria de cálculo

Tés	PRECIO
Tés Comunes	\$ 28
Té menos comunes	\$ 32
Tés extravagantes	\$ 55

Tés	SEMANAL	% DISTRIBUCION
Tés Comunes	353	50%
Menos comunes	226	32%
extravagantes	127	18%
<b>TOTAL</b>	<b>705</b>	<b>100%</b>
<b>total mes</b>	<b>2,820</b>	

## Producción

### Abasto de materias primas/insumos:

Contamos con una distribuidora de tés en Mexicali y Ensenada que serían los principales proveedores de materia prima para el negocio, comenzando con gran variedad de los principales tés y tisanas que se consumen comúnmente y posteriormente aumentar con diferentes bebidas. El proveedor principal sería una compañía llamada Eurote, empresa mexicana especializada en la preparación de estas bebidas, ya que capacitan al personal para su correcta preparación y cuentan con precio de mayoreo.

Kit Sugerido:

TAZAS	Merma	UNIDAD	Té	TIPO	PRECIO
246	4	250 grs.	English Breakfast	Negro	\$ 54.0
246	4	250 grs.	Fruta de la Pasion	Negro	\$ 55.0
246	4	250 grs.	Tisana Herbal Relax	Herbal o Fruta	\$ 123.0
246	4	250 grs.	Tisana Frutal Bue Eyes	Frutal	\$ 123.0
246	4	250 grs.	Tisana Frutal Fresa Kiwi	Frutal	\$ 123.0
246	4	250 grs.	Tisana Frutal París	Frutal	\$ 123.0
246	4	250 grs.	Tisana Frutal Moras de la Selva	Frutal	\$ 123.0
246	4	250 grs.	Tisana Frutal Ponche de Guayaba	Frutal	\$ 123.0
246	4	250 grs.	Fantasia Tropical	Herbal	\$ 123.0
246	4	250 grs.	Bora Bora	Frutal	\$ 123.0
246	4	250 grs.	Rooibos Africa	Herbal	\$ 123.0
99	2	100 grs.	Té verde Carnaval	Verde	\$ 54.0
99	2	100 grs.	Té verde Teallenum	Verde	\$ 54.0
99	2	100 grs.	Té Rojo Puerh Tropic	Pu erh	\$ 54.0
99	2	100 grs.	Tisana Herbal Hurricane	Herbal	\$ 54.0
99	2	100 grs.	Tisana Herbal Rooibos Strudell	Rooibos	\$ 54.0
99	2	100 grs.	Jazmin	Verde	\$ 54.0
99	2	100 grs.	Pure Energy	Verde	\$ 54.0
99	2	100 grs.	Limon	Verde	\$ 55.0
99	2	100 grs.	Verde Champagne	Verde	\$ 55.0
99	2	100 grs.	Té Blanco Pera Provence	Blanco	\$ 76.0
246	4	250 grs.	Cero Estres	Herbal	\$ 193.0
99	2	100 grs.	Negro Frambuesa		\$ 95.0
246	4	250 grs.	Yin Zhen	Blanco	\$ 250.0
99	2	100 grs.	Jazmin Perlas	Verde	\$ 190.0
4,383	67	4,450 grs.			

Para el proceso de producción se creara un manual para la preparación de cada tipo diferente de té e infusión, ya que cada bebida se debe preparar a diferente temperatura y cantidad de la planta de té y considerando la cantidad de mililitros de agua, para ello nuestro proveedor principal cuenta con capacitación para este tipo de situaciones.

El equipo que se necesitara para el proyecto, además de lo ya establecido en una cocina común y refrigerador, se requerirá de utensilios apropiados para la preparación de las bebidas:

1	pza.	Cuchara medidora		\$ 75.00
2	pza.	Infusor Pinza Bola Red		\$ 50.00
1	pza.	Infusor Cono		\$ 78.00
1	caja	100 pz. Filtro de papel para tazas		\$ 70.00
1	pza.	Cronómetro		\$ 120.00
12	pza.	Envase herméticos		\$ 103.00
1	pza.	Exhibidor Euro te de barra o de pared		\$ 536.00

\*las cantidades varían

Todo esto y por supuesto las suficientes teteras que servirán para servir la bebida y la mejor preparación de ella.

### **Características de la región.**

Mexicali, Baja California es de clima desértico cálido, La temperatura raramente es inferior a 3 °C (37 °F) o superior a 45 °C (113 °F), este tipo de clima refleja una oportunidad ya que el té se puede tomar frío o caliente.