

Rincón de los paladares más finos y exquisitos

Garapen

GARAPEN AGENTZIA
OSKAL ERABARITZA
ASOCIACIÓN VASCA
DE AGENCIAS DE DESARROLLO



Europako Gizarte Fonda
Fondo Social Europeo

INVERSION

Existen muchas razones que nos pueden llevar a abrir una tienda de delicatessen. Entre ellas, y una de las que quizá tenga un mayor peso sea la de los altos márgenes que es posible obtener con estos productos. No obstante, no tenemos que dejarnos llevar por esta idea, poner en marcha un negocio de estas características con éxito no es tarea fácil. Tenemos que conocer el terreno en el que nos movemos y estar atentos de la evolución de los gustos de nuestra clientela que nos exigirá denominaciones de calidad.

Un delicatessen es un negocio que se basa fundamentalmente en la venta de productos gastronómicos de alta calidad, productos que bien por su originalidad o elaboración artesanal son casi imposibles que los encontremos en el supermercado.

Los inicios

En este tipo de establecimientos la oferta que podemos ofrecer es muy amplia, abarca desde vinos, quesos, licores, aceites... hasta los riquísimos dulces de convento o productos típicos regionales. Por supuesto, los productos internacionales también tienen cabida.

Pero ¿cuál es, realmente, la clave del éxito? Pues bien, tenemos que responder a las expectativas de nuestra clientela. Los alimentos de calidad diferenciada son siempre una opción estratégica en un mundo en el que el consumidor valora, cada vez más, los signos de calidad. Este tipo de productos dan una connotación especial a los consumidores, haciéndoles sentirse diferentes al resto.



En estos establecimientos podemos encontrar un amplio surtido de delicias gastronómicas.

Como sucede en la mayoría de los casos el medio más eficaz para captar a la clientela será el boca-oido. Si desde el primer día ofrecemos un buen servicio, informamos correctamente sobre los productos y ofrecemos artículos de primera calidad, la clientela irá aumentando fácilmente.

Ahora bien, si tenemos el presupuesto necesario podemos apro-

vechar otros medios publicitarios como la contratación en revistas especializadas, emisoras de radios locales, fiesta de inauguración inicial dirigida a personalidades, en la que podemos ofrecer un obsequio original y con clase, etc.

Locales

Como en todo negocio hay que estudiar con detenimiento el

emplazamiento donde vamos a situarnos. Es aconsejable que optemos por una zona comercial con tradición y carácter o en una zona residencial de elevado poder adquisitivo. Si pensamos en los turistas como público objetivo interesante, por haber realizado una apuesta por los productos típicos locales, deberemos necesariamente estar ubicados en una zona comercial transitada.

Una vez elegido el local hay que decorarlo adecuadamente, de forma minuciosa, ya que un delicatessen debe transmitir una imagen acorde con los productos. Tenemos que pensar en una decoración sencilla, es conveniente que el colorido cree un buen ambiente y haga sentir cómodas a todas aquellas personas que acuden a nuestro establecimiento.

Equipamiento y plantilla

Necesitamos un buen escaparate, estanterías, caja registradora y cámaras frigoríficas para la conservación de los productos perecederos. Una mesa y sillas para la degustación de productos por parte de determinada clientela nos

FICHA TÉCNICA

► **Negocio:** Establecimientos especializados en la venta de productos gastronómicos de alta calidad alimentos que por su originalidad, su elaboración artesanal es difícil encontrarlos en los supermercados y tiendas en general.

► **Sector:** Servicios.

► **Requisitos administrativos generales:** Licencia de actividades e instalaciones, CIF y alta en el censo, alta en el IAE y en IVA o IRPF, legalización de libros, inscripción en Seguridad Social, inscripción de patentes, marcas e inmuebles.

► **Autorizaciones administrativas especiales:** Carnet de manipulador.

► **Inversión:** Entre los 48.000 y los 81.000 euros.

► **Personal mínimo:** 2 dependientes/as.

► **Superficie:** El mínimo recomendado es de 60 m².

► **Formación Mínima:** Aconsejable conocer las técnicas de venta, merchandising y atención al cliente.

► **Webs de interés:**

www.euskolabel.com
www.kalitaea.org
www.euskolabel.net
www.nekanet.net
www.agrodigital.com
gourmetvasco.com

ayudará a fidelizar a ésta. Para la puesta en marcha de un comercio minorista de estas características no es necesaria ninguna titulación especial, si bien es importante conocer las técnicas de venta, merchandising y atención al cliente propias del pequeño comercio. Se deberá contar con dos dependientes como mínimo y establecer turnos para atender la banda del horario comercial. Es aconsejable que el personal con el que contemos tengan experiencia en el sector de la gastronomía o restauración. No obstante si finalmente contratamos a personal sin conocimientos específicos, tendremos que ofrecerles formación sobre los productos que se comercializan en la tienda para así poder informar detalladamente a todas las personas que acudan a nuestro establecimiento orientándoles en su decisión de compra.

Ideas y claves de éxito

1 Mimar al cliente y fidelizarlo.

Con una buena base de datos de los clientes podemos tener detalles con ellos (felicitación cumpleaños y otros eventos), prestar atención a la evolución de sus gustos, comunicarle productos nuevos adaptados a sus gustos, organizar degustaciones, viajes gastronómicos... etc.

2 Contar con un buen equipo de profesionales.

Los dependientes que vayamos a contratar deben ser profesionales muy cua-

lificados, con un elevado conocimiento de los mismos y de su manipulación. Así podrán informar detalladamente al cliente (explicar el valor añadido del producto) y orientarle en su decisión de compra.

3 Ofrecer calidad. La calidad de los productos comercializados debe ser excepcional, por lo que la función de compras es clave en este negocio. Para elegir los productos es conveniente contar con un equipo de colaboradores (cata-

dores) especializados en el sector.

4 El merchandising como clave del negocio.

Los productos deben ser fácilmente localizables por los consumidores con una distribución ordenada y una presentación de los productos que debe estar muy cuidada. El escaparate cobra especial importancia: se deben mostrar productos con gancho y productos sofisticados en un escaparate elegante y sencillo a la vez.

DESARROLLA TU PLAN DE NEGOCIO EN:

► **Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián**
☎: 943 44 82 20
www.donostia.org
► **Departamento de empleo - Ayto. de Vitoria-Gasteiz**
☎: 945 16 12 22
www.vitoria-gasteiz.org/empleo

► **Debegesa (Eibar)**
☎: 943 82 01 10
www.debegesa.com
► **Durangaldeko Behargintza**
☎: 94 623 25 22
www.amankomunazgoa.com
► **Forlan (Muskiz)**
☎: 94 670 60 16
► **Goieki (Ordizia)**

☎: 943 16 15 37
www.goierri.org
► **Inguralde (Barakaldo)**
☎: 94 478 94 00
www.inguralde.com
► **Iraurgi Lantzen (Azkoitia)**
☎: 943 85 11 00
www.iraurgilantzen.net
► **Lan Ekintza-Bilbao, S. A.**

☎: 94 420 53 10
www.bilbao.net/lane-kintza
► **Lea Artibaiko Garapen Agentzia, S.A. (Markina-Xemein)**
☎: 94 616 90 88
www.leargarapen.org
► **Oarsoaldea, S.A. (Oiartzun)**

☎: 943 49 41 29
www.oarsoaldea.net
► **Oficina de Desarrollo Local y Empleo del Ayto. de Galdakao**
☎: 94 401 05 80
www.galdakao.net
► **Tolosaldea Garatzen**
☎: 943 65 45 01
www.tolosaldea.net
► **Urola Garaiko**

► **Garapenerako Agentzia, S.A. (UGGASA) (Zumarraga)**
☎: 943 72 58 29
www.uggasa.com
► **Urola Kostako Udal Elkartea (Zarautz)**
☎: 943 89 43 06
www.urolakosta.org

* En las agencias asociadas a GARAPEN se ofrecen servicios integrales de orientación y apoyo al autoempleo.

GARAPEN
☎ 94 420 53 19
www.garapen.net

En la página de Autoempleo de Lanbide se ofrece una información útil y necesaria para la constitución de la empresa.

www.lanbide.net