

CÓMO MONTAR UN RESTAURANTE Y, AL MENOS, NO PERDER DINERO EN EL INTENTO

El Director General de la consultora Linkers, David Basilio, ofrece algunos consejos a aquellos emprendedores que opten por la hostelería como nicho de mercado

Los restaurantes son lugares placenteros para todos aquellos que los visitan pero ¿es igual de agradable adentrarse en la aventura de abrir uno en propiedad? Pese a que los negocios hosteleros están directamente vinculados al disfrute y la idea de crear uno pueda resultar atractiva en primera instancia, “no podemos olvidar que se trata de una empresa con todas las letras para aquellos que componen su dirección y su plantilla, por lo que una gestión profesional será clave para mantener más ingresos que gastos”. Así lo defiende el Director General de la consultora Linkers, David Basilio, quien ofrece varias directrices a los emprendedores hosteleros para evitar perder dinero en el inicio de su trayectoria al frente de un establecimiento de restauración.

12 Junio 2014

1. Sociedad o autónomo. Linkers aconseja escoger la opción de sociedad mercantil (limitada o anónima) en los casos en que haya más de un socio. “Se debe evitar la figura de la sociedad civil, ya que los socios responden con su patrimonio presente y futuro ante las deudas de la empresa y es necesario separar el patrimonio personal del empresarial”, señala David Basilio. El perfil de autónomo quedaría reservado para aquel emprendedor de un restaurante de no más de siete trabajadores y que “quizás pudiera acogerse al cada vez menos vigente sistema de módulos por las características del negocio”.



2. El local. En la búsqueda del espacio “las gangas no existen”, sentencia el Director General de Linkers. A la hora de seleccionar se debe ser lo más objetivo posible, evitando los ‘fechazos’ a primera vista. “Es importante analizar el coste del local en la cuenta de explotación del negocio, ya que nunca debe suponer un esfuerzo de más del 11% de las ventas brutas”, añade.

3. Franquicia, ¿sí o no? El emprendedor puede estar abierto a esta opción siempre y cuando el coste del canon de entrada y de royalty se corresponda con un know how de un negocio exitoso. “Hay que informarse bien, verlo sobre una cuenta de explotación que deje beneficio al franquiciado, que la franquicie trabaje para el nuevo establecimiento y, en conjunto, rentabilizar la marca”, concreta el consultor.

4. Negocio propio, ¿sí o no? Linkers anima a que los nuevos empresarios se decanten también por esta opción, siempre que puedan acceder a un equipo de diferentes perfiles, con especialistas en cada materia a quienes delegar decisiones y acciones relativas a parcelas específicas del negocio –legal, creatividad, dirección, cocina, RRHH, etc.-. David Basilio estima que un empresario no puede ser creativo, gestor y ejecutor, sino que son necesarios expertos –permanentes en plantilla o freelances- que complementen su visión.



5. Carga financiera. El exceso de financiación externa es una de las causas habituales de cierres de negocios hosteleros. *“Cuando iniciamos la actividad, la ilusión y la fuerza por empezar hace que prometamos metas muy difíciles de cumplir, por lo que es recomendable huir del exceso de ímpetu crediticio y tener en cuenta que la carga financiera a pagar o ‘apalancamiento’ nunca debe suponernos un ‘doble alquiler’ en la cuenta de explotación”,* indica el experto.

6. La peña del 1%. *“Hay restaurantes que parecen peñas con cien socios de un 1% de participaciones, y los emprendedores tienen que pensar que cuantos más socios haya, más complicaciones encontrarán en la toma de decisiones y en la proyección futura”,* afirma David Basilio. El consultor aconseja no ser nunca más de cinco o, si por causas de financiación se necesitara un número mayor, que parte de los socios sindiquen sus participaciones a uno de los principales y firmen un documento donde expresen que su voto y representación societaria la ostenta uno de los socios mayoritarios. *“Es una forma de agilizar la toma de decisiones ya que, con el tiempo, aparecen distintas capacidades y necesidades económicas, unos querrán repartir y otros reinvertir”,* por lo que la agilidad juega a favor de la salud del negocio.

7. Responsabilidad en el reclutamiento. Ningún empresario de otro sector económico invierte grandes cantidades de dinero y dos semanas antes de la apertura busca el personal, por lo que en hostelería tampoco debería ocurrir. *“Hay perfiles profesionales de la restauración que están infravalorados, pero un restaurante es una empresa y debe disponer de trabajadores capacitados y formados para desempeñar sus funciones”,* determina Basilio, por lo que se hace necesario dedicar tiempo y esfuerzo al reclutamiento y a la cualificación.

8. Dedicación absoluta. Los grandes emporios no se crean en un año, sino que lleva tiempo crear y consolidar un primer proyecto antes de dar cualquier segundo paso. Por muy bien que vaya el negocio, una empresa de estas características *“es un bebé que necesita cuidado y atención constante, concentración mental y física permanente”* y si el emprendedor cae en la distracción corre riesgo de dejar solo el proyecto antes de que se pueda valer por sí mismo.

9. Seriedad. Que la gastronomía sea placentera no significa que un restaurante sea una afición. *“Si no se tienen los conocimientos y el tipo suficiente para gestionarlo, mal empezamos creando una empresa que no sabemos pilotar”,* critica David Basilio. Una de las bases del funcionamiento de este tipo de empresas es que *“la elección del producto y la cantidad a utilizar en comparación con el precio de venta debe ser medida por un profesional, por lo que si un establecimiento no cumple este requisito estaremos fallando en cálculos de rentabilidad”*.

10. Medir los impulsos. En tiempos de prejubilaciones y ajustes laborales en empresas, es muy habitual invertir indemnizaciones laborales en negocios de restauración como salida profesional, pero sin pensar que toda compañía necesita conocimientos previos para su correcto funcionamiento. *“Se monta el negocio sólo pensando en positivo, es decir no se tiene en cuenta que el negocio puede ir bien o mal, y cuanto más preparado esté más posibilidades habrá de éxito”,* observa el fundador de Linkers. La consultora recomienda dejar un porcentaje económico apartado para dedicarlo a formación propia, contratar especialistas que aporten experiencia e inyectar capital si al principio necesita una ayuda adicional.

Sobre Linkers

Linkers, consultora de Recursos Humanos aplicados a la Hostelería, nace en 2010 de la mano de un equipo con amplia trayectoria en el sector, ofreciendo soluciones para que los empresarios hosteleros construyan una fuerte marca a través de la excelencia de su personal: un portal web de búsqueda de empleo especializado en su ámbito, selección de personal a medida, formación customizada a profesionales e impartida por expertos en gestión de empresas turísticas, coaching, consultoría de negocio, cliente misterioso... Todo ello, con el objetivo de optimizar la calidad de servicio y bajo una filosofía: *‘Linkers te ayuda a potenciar tus cualidades’*.

www.linkers.es



Bajar
texto



Bajar
fotos

