

NUEVE CLAVES A TENER EN CUENTA EN LA CREACIÓN DE UNA START-UP EN HOSTELERÍA

El Director de Operaciones de Linkers, David Basilio, dicta algunos consejos para convertir ideas brillantes en realidad en el sector culinario, y sin muchos recursos

David Basilio, especialista en gestión de negocio y consultoría en hostelería, tiene la convicción de que exportar hacia la gastronomía la metodología de emprendimiento que en los últimos años ha despuntado en el sector tecnológico es una gran idea. “Se trata del Lean Startup, un sistema que se basa en crear negocios con modelos recurrentes, rentables y escalables minimizando su probabilidad de fracaso”, señala, aludiendo a construir proyectos que consuman desde el inicio menos efectivo y que permitan aprovechar cada recurso al máximo. Mediante la siguiente hoja de ruta, el Director de Operaciones de la consultora Linkers lanza algunos consejos para aplicar en el proceso de apertura de un restaurante con pocos recursos.

8 octubre 2015

Para iniciar el proyecto. Es conveniente utilizar tres técnicas. La primera es diseñar nuestro Modelo de Negocio utilizando el 'Modelo Canvas', una herramienta que permite al emprendedor visualizar lo que se está formando en nueve módulos básicos. Otra es el Desarrollo de Clientes, que podría entenderse como una guía destinada a saber qué pasos dar para construir un negocio nuevo. Y la última: el Desarrollo Ágil, es decir, obtener productos físicos o servicios a partir de herramientas gratuitas.

Para diseñar la imagen corporativa. David Basilio sostiene que desde hace años existen portales online de economía colaborativa o diseñadores freelance, tanto nacionales como internacionales, que pueden diseñar logotipo, papelería y carta del establecimiento por un coste aproximado de 400 euros.

Para comprar el mobiliario. Es necesario que el emprendedor esté al tanto de determinadas colaboraciones en especie de proveedores que le serán de gran utilidad. Es el caso del equipamiento que puedan facilitar las marcas de refrescos y cervezas o ayudarse de los proveedores que quieren captar al establecimiento como cliente y necesitan que se encuentre mínimamente equipado para vender su portfolio de productos. Este ejemplo también sirve para la máquina de café -normalmente se va descontando de cada kilo de café una cantidad que paga la máquina instalada para vender su producto- o para los hornos dedicados a elaborar el pan y bollería diaria en el local -las marcas de distribución suelen facilitar el horno para hornear sus productos y sirve tanto para dulce como salado- sin necesitar salida de humos.

Para hacerse con la cristalería. “Podemos hablar con marcas de vinos o de bebidas espirituosas para que apoyen nuestra apertura con cristalería que incorpora su imagen de marca”, apunta el Director de Operaciones de Linkers. Y es que en estos tiempos en los que el gin-tonic está de moda, hasta las marcas de refrescos pueden suministrar cristalería moderna y de absoluta tendencia.



Para la obra de acondicionamiento del local. Si el emprendedor dispone de recursos suficientes podría contratar una empresa 'llave en mano' que le realice toda la obra. Pero aquellos que no cuenten con un presupuesto apabullante deben saber que contratar uno por uno aquellos oficios necesarios en la obra puede suponerles un ahorro de entre el 15% y 25%. "Eso sí, hay que estar dispuestos a negociar con cada uno de ellos e incluso contemplar la posibilidad de incluir una cláusula de penalización en el caso de retraso", advierte Basilio.

Para confeccionar la carta de venta de productos. Al abrir un negocio con pocos recursos se debe seguir la máxima de 'la calidad suficiente'. "Debemos comprar y abastecernos de productos de una calidad ni mala ni demasiado excelente, sino que debe ir en consonancia con el modelo de negocio que estamos abriendo", establece el consultor, y añade: "Incorporar como ingrediente, por ejemplo, atún de almadraba en una hamburguesería es un capricho".

Para elegir la ubicación del local. Se debe recurrir a la anterior premisa: la ubicación suficiente. El emprendedor tiene que plantearse si el punto en el mapa donde quiere abrir su establecimiento es necesario o si le convendría aspirar a localizaciones que permitan acortar costes. David Basilio lo razona: "Es un error común el querer estar en primera línea y no tener los recursos para ello, invirtiendo lo que no tenemos en entrar al local y luego no poder cumplir mínimamente con la obra de acondicionamiento del proyecto o el sostenimiento económico de los primeros meses".

Para reclutar al personal. Recurrir a conocidos o al entorno más próximo no suele funcionar -y menos aún en las aperturas, cuando la exigencia es extrema y la excesiva confianza entre las personas es un hándicap más que una ventaja-. Contratar trabajadores por términos objetivos es, a medio plazo, más rentable, aunque de inicio lleve más tiempo de búsqueda, entrevistas y selección. Para detectar candidatos idóneos, se recomienda utilizar herramientas de empleo y visitar centros de educación y realizar convenios de colaboración con ellos -los costes de seguro médico y transporte se negocian con las escuelas-. Cabe señalar, asimismo, que desde 2013 se bonifica la contratación de menores de 30 años, dándoles la oportunidad de recibir formación mientras desarrollan su trabajo en la empresa.

Para promocionar el negocio. "En la sociedad digital y de redes sociales en la que vivimos, comunicar e informar a miles de personas sobre nuestra opinión, actividad o celebraciones es solo cuestión de dedicar un tiempo ordenado a preparar una estrategia de difusión, ya sea creando y gestionando los perfiles de nuestro negocio o bien destinando una pequeña cantidad de recursos para publicidad en estas redes", apunta el experto de Linkers. Asimismo, es aconsejable estudiar de forma pormenorizada ventajas e inconvenientes de acudir a páginas de venta privada con descuentos, ya que este tipo de sites obligan a realizar descuentos muy agresivos que pueden ser contraproducentes a medio plazo.

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'.

