

ÍNDICE

Prólogo. El oficio de emprendedor.....7

1. Como configurar la idea del negocio. Toma de la decisión final en equipo. Negocio compartido: familiar o asociado.....9

2. Elaboración del presupuesto inicial. Inversión necesaria y gastos generales. Reserva monetaria para un año. Fondo de maniobra.....16

3. Búsqueda del local.....21

 3.1 Compra.....27

 3.2 Traspaso.....28

 3.3 Alquiler.....30

 3.4 Alquiler de local vacío.....31

4. Documentación necesaria.

 4.1 Autónomo y tipos de empresa.....32

 4.2 Todos los impresos, gestiones y declaraciones de Renta e IVA. Enlaces y webs oficiales.....33

5. Diseño y organización del Restaurante o Bar.

 5.1 Proyecto.....36

 5.2 Diseño y organización de la cocina.....46

 5.3 Licencia de obras.Obtención de la licencia de apertura.....47

6. Financiación.

 6.1 Capitalización del paro.....49

 6.2 Ayudas a fondo perdido y subvenciones.....50

 6.3 Créditos para pequeños empresarios.....51

 6.4 Subvenciones a la formación.....51

7. La carta.

 7.1 Diseño y redacción de la carta.....52

 7.2 Modelo de negocio reflejado en la carta.....54

 7.3 Carta inicial. Primeras semanas.....55

 7.4 Minimizar trabajos y gastos en los platos. Comparativa entre dos propuestas de cartas.....57

 7.5 Carta de vinos.....62



8. Definición de horarios de apertura y cierre.....	64
9. Selección y contratación de personal.....	66
10. Compras. Relación y estrategias con proveedores.....	68
11. Los tres pilares en que se debe sustentar el éxito.	
11.1 Orden.....	70
11.2 Limpieza.....	73
11.3 Calidad.....	74
12. Publicidad y estrategias comerciales.	
Presencia en internet.....	75
13. Atención y captación de clientes. El problema del restaurante vacío.....	77
14. Consejos finales.....	80



PRÓLOGO

EL OFICIO DE EMPRENDEDOR

Emprender o emprendedor es la profesión o actividad que se da frecuentemente en empresarios, innovadores, desarrolladores, inventores e incluso nos atreveríamos a decir, en creadores como los artistas.

La característica principal del emprendedor es el riesgo. Para emprender hay que arriesgar. La palabra riesgo va unida a la de negocio. Cualquier iniciativa de negocio, necesita de una inversión inicial, en menor o mayor medida y que puede traducirse en éxito o en fracaso.

Otro rasgo en nuestra opinión de un emprendedor es su capacidad creativa, innovadora. Es un rasgo de define su mente; un laboratorio de ideas nuevas, de hiperactividad, que hace trabajar sus neuronas en las nuevas posibilidades de negocio y de futuro. Desde un aficionado a la restauración con amplios conocimientos de cocina, o porque no, un diseñador industrial que invierte en un prototipo, para posteriormente ofrecérselo a las empresas en su posible fabricación en serie.

El verdadero emprendedor, tiene tal confianza en si mismo, que ninguno de los problemas que surgen, le hace perder la fe en su emprendimiento. En su mente no existe la posibilidad de fracaso. Pero cuidado antes debe -y esto es lo que enseñamos en nuestro libro- preparar un plan de negocio serio y eficaz

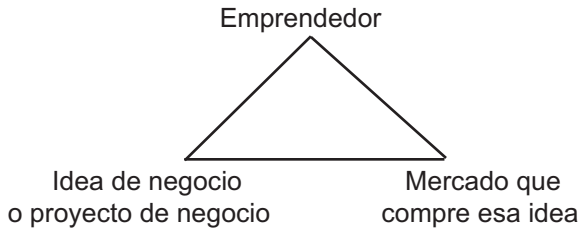
Una vez el emprendedor vence sus propios miedos, se hace imbatible. Su mente esta trabajando constantemente en la creación de estrategias. El emprendedor pertenece a una raza especial, esa raza de personas apasionadas por su trabajo, valientes, sin miedo al riesgo y al futuro, luchadoras sin descanso y que las podríamos clasificar con el adjetivo de "supervivientes". En definitiva, persiguen la independencia profesional y les ilusiona la promesa de libertad.

Sin embargo, el emprendedor con experiencia no es demasiado optimista, sabe que si lo es, su negocio fracasará. Debe estar informado, preparado y ser realista. Los problemas no previstos llegarán continuamente y deber estar listo para encontrar nuevas soluciones.

Para crear un negocio o una empresa se debe dominar dos cuestiones fundamentales: el oficio de emprendedor y la actividad elegida. Para la primera, el estudio en cursos ofrecidos por instituciones y empresas privadas serán buena solución. Para la segunda, nuestras titulaciones y formación académica o la formación autodidacta previa a la apertura de la actividad: como puede ser el estudio de bibliografía, la lectura de libros como este, el estudio de la competencia o las informaciones recabadas de los actores del sector, como proveedores, gestores, ingenieros o incluso clientes, serán sobradamente suficientes.



La actividad de emprendedor se representa por un triángulo unido y entrelazado por tres vértices:



Realizar una serie de planes previos al inicio de la actividad nos ayudará a no fracasar.

- **Plan de negocio.** Capítulo 1. Como configurar la idea del negocio.
- **Plan financiero.** Capítulo 1. Elaboración de presupuesto inicial. Reserva monetaria. Capítulo 6. Financiación.
- **Plan de proyecto e inversión.** Capítulo 5. Diseño y proyecto.
- **Plan de marketing.** Capítulo 7. La carta. Capítulo 8. Horarios de apertura y cierre. Capítulo 13. Atención y captación de clientes.
Recuerde las 4 "P" del marketing. Producto, Precio, Plaza (lugar) y Promoción.
- **Plan comercial.** Capítulo 12. Publicidad y estrategias comerciales.
- **Plan de proveedores.** Capítulo 10. Compras.

Finalmente decir, que para que el emprendedor lleve a cabo el éxito a largo plazo de su nueva empresa, no debe dejar de crear propuestas alternativas hacia sus clientes, en forma de platos nuevos incorporados a la carta, -que debe renovarse continuamente-, mejoras en la bodega de vinos, cambios en las decoraciones del local, actualización de mobiliario, cubertería y vajilla, inclusión de innovaciones como televisiones para la terraza, calentadores externos, buenos toldos, pulverizadores de ambiente microclimas para refrescar las terrazas en verano, velas encendidas para las noches o incluso hasta músicas exóticas como la "mariachi", Indie o años 60.



1. COMO CONFIGURAR LA IDEA DEL NEGOCIO

Configurar la idea del negocio, es en realidad elaborar un plan de negocio. El plan es fundamental antes de iniciarse en la actividad, como mínimo con unos seis meses de adelanto. Nosotros hemos desgranado el plan de negocio no resumido en un capítulo sino a lo largo de este libro. Basicamente esta idea del negocio, debe responder a una serie de preguntas previamente fijadas por nosotros. Deben ser claras y concisas y serán la guía a seguir en el momento de iniciar la actividad.

1. ¿Cual va a ser el perfil del negocio?

El negocio que proponemos va a consistir en un pequeño restaurante o bar, con capacidad para 20 comensales, más 10 comensales en barra. Estas discretas dimensiones son en opinión del autor del libro fundamentales para disminuir el riesgo, inversión y mantenimiento. Esta enfocado a un modelo de negocio dentro de un país inmerso en una fuerte crisis, con altos índices de deuda y desempleo. Con una clara desconfianza y temor hacia el futuro por parte de la sociedad en general, y por tanto de nuestros potenciales clientes. El consumo y gasto se presenta retraído, con una tendencia del cliente, inestable, es decir sale a disfrutar de un restaurante, realizando un gasto de forma irregular. Tiene el deseo de relajarse en compañía de amigos o familiares, pero debido al temor, sale por sorpresa, sin premeditación, acudiendo un sábado sí y tres no. Come un día de menú y los otros seis días no puede o por precaución realiza la comida en su hogar.

Deberá contarse con estas actitudes anormales que sólo se dan en períodos de profunda crisis. Deberá tenerse en cuenta que el local conseguirá llenos completos y vacíos estrepitosos. Sólo con constancia, y después del reconocimiento por parte de una gran público de las excelencias que ofrecemos, lograremos estabilizar, compensar y promediar mejor las entradas de clientes y caja.

El restaurante o bar ofrecerá cocina española (**actualmente la mejor y de mayor prestigio en el mundo**) y tapas de gran calidad, con propuestas originales, tomando las mejores de nuestra amplia geografía. No será lo mismo ofrecer unos callos a la madrileña en tierras valencianas que presentarlos en poblaciones castellanas u ofrecer paella en Lugo que en Sollana. Sus precios serán ajustados. Especial atención hacia el servicio al cliente, procurando un acercamiento y confianza paulatinos, con un trato amistoso y familiar. **Resumiendo:** negocio hostelero de alta calidad, precios ajustados, con propuestas de cocina española originales y novedosas, y trato al cliente hacia un restaurante familiar y de ambiente joven.



2. ¿Qué modelo de Restaurante se adecúa mejor a nuestra idea del negocio?

Como hemos mencionado en la primera pregunta, nuestro local, deberá poseer no más de 5 mesas para, unos 20 comensales. En nuestra opinión es preferible tener la sala prácticamente llena todos los días con una media de 15 clientes, que tener un comedor para 50 personas y con una sensación por parte de los consumidores, de "vacío". Esta sensación de soledad y ausencia de ambiente, es enormemente perjudicial para atraer a la clientela. Más tarde en el capítulo 13, hablaremos ampliamente de este tema.

El diseño y decoración será tipo taberna, disponiendo de alguna mesa alta con taburetes para disfrutar de un buen aperitivo, de un momento informal y relajado. Presentará ideas decorativas novedosas y originales, intentando potenciar e invitar a los comensales a comer y a beber. Se ofrecerán paneles bien organizados de nuestros productos, reflejados con sus precios. Carteles de atractivos colores anunciando nuestras "especialidades".

A ser posible dispondrá de terraza de no más de 4 mesas, que permitirán en los días templados de un mayor disfrute de la comida y de la charla.

Los trabajadores irán correctamente uniformados con el nombre del comercio bien expuesto.

3. ¿Cuál va a ser nuestra competencia y como se presenta el mercado?

Como explicaremos en el capítulo 4, Búsqueda del local, deberemos realizar una tabla o cuadro con varias de las propuestas de nuestra competencia y que es lo ofrecen a los clientes en la población donde proyectemos la instalación de nuestro negocio. A su vez, incluiremos algún que otro restaurante o bar del país con certeza de su éxito.

El mercado de la hostelería, en nuestro territorio, aunque es inmenso y la competencia es abundante y siempre cercana, presenta infinidad de oportunidades, para emprendedores con buenas ideas y una clara apuesta hacia la excelencia en la relación calidad/precio.

Sobre todo, el mercado se posiciona, con amplias propuestas que incluyen en un mismo negocio todas las posibilidades de horario y oferta gastronómica, es decir, están presentes, la elección, de desayunos, almuerzos, comidas y cenas.

Uno de los defectos que más hemos observado como propietarios de restaurantes pero también como clientes de otros, es la atención al cliente. En el sector de la hostelería, en un porcentaje importante, comete siempre los mismos errores. El primero, la tardanza o tiempo de espera a la hora de servir al comensal y el segundo, el servicio de camareros que peca de poca amabilidad, nerviosismo y nula paciencia. Por ello, nuestro restaurante podrá destacar y liderar, al evitar estos dos males muy comunes en la restauración española.



4. ¿En que consiste nuestro plan de marketing?

Volvemos a anotar que el plan de marketing, vendrá desglosado en el capítulo 12: Publicidad y estrategias comerciales.

Básicamente en el sector de la hostelería, la "mejor publicidad" funciona a través de la recomendación personal. Es ajeno a nuestra voluntad y por tanto no es controlable. Es el llamado "boca a boca", el más efectivo de todos; es gratuito y sólo necesitamos de tiempo y prudente espera. Si nuestro restaurante ofrece gran calidad, buenos precios, originalidad y excelente atención al cliente, los resultados llegarán, es cuestión de tiempo.

Si además de ello, deseamos acelerar el conocimiento de nuestro negocio, los canales serán múltiples; carteles publicitarios, revistas, anuncios, internet, ofertas..., la lista es interminable y la desglosaremos en el citado capítulo.

5. ¿Cuales son los riesgos y su análisis?

Los riesgos al abrir un restaurante, cafetería o bar, son en general, como el resto de cualquier tipo de negocio, es decir, medios. Las posibilidades de éxito en el sector de la hostelería viene condicionado fundamentalmente en nuestro país, debido al excesivo número de establecimientos abiertos, ya que uno de los pilares en los que se sustenta nuestro modelo económico, es el del sector de servicios y en concreto el turístico, entendiendo como tal no sólo el cliente que viene de fuera sino el propio. Restando este inconveniente, el modelo de negocio en hostelería ofrece unos márgenes de beneficios insuperables, si el local esta bien gestionado y organizado.

El amplio espectro de condiciones, que pueden convertirse en factores de riesgo, hacen difícil su cuantía. Diremos que las cargas directas, como el alquiler, créditos a bancos, plazos de compra de equipamiento a crédito y nóminas de empleados, pueden suponer un lastre a nuestro margen de beneficios. Por ello deberemos minimizar al máximo, sobre todo en el inicio de la actividad, la contratación de personal y la inversión en el equipamiento de hostelería.

6. ¿Quienes van a conformar nuestro equipo de trabajo?

Para un restaurante, como ya hemos mencionado, de 20 comensales, el equipo humano necesario, debe ser el siguiente: 1 camarero/a de barra/sala, 1 cocinero/a y 1 ayudante de cocina. Con tres personas, podemos atender sin agobios el quehacer diario. Sin embargo, en situaciones en la que se requieran más atención en sala, el ayudante de cocina, puede realizar labores mixtas de camarero. La opción alternativa podría ser contratar a alguien a tiempo parcial en los picos más altos de trabajo.

