Empresa e iniciativa emprendedora

HOSTELERÍA

Dossier profesional específico

Pablo Castro Abad, María de los Remedios Cuevas Muñoz

EDITEX

Hostelería

vamos a conocer...

1. Las empresas en el sector profesional
2. Un emprendedor en este sector profesional
3. Ventajas competitivas en el sector
4. La cultura empresarial: misión, visión y valores
5. Características de las empresas del sector
6. La empresa y su entorno
7. El análisis D.A.F.O.
8. Investigación de mercado
9. Plan de inversión y plan de financiación
10. Análisis de gastos e ingresos
11. Análisis de la viabilidad económico-financiera
12. Plan de marketing
13. Recursos humanos
14. Formas jurídicas de las empresas del sector

RECURSOS DE TELEVISIÓN PARA EL ÁMBITO DE LOS CICLOS DE HOSTELERÍA

y al finalizar este libro...

- Conocerás el tipo de empresas que puede crear un emprendedor en tu sector profesional.
- Descubrirás la realidad económica de los pequeños negocios que operan en el ámbito productivo.
- Analizarás cómo obtener una ventaja competitiva sostenible.
- Serás capaz de crear un proyecto de empresa de tu sector profesional.

CASO **PRÁCTICO** INICIAL

situación de partida

David, Lola e Irene se conocieron cuando realizaban un módulo de Formación en Centro de Trabajo a través del Programa Erasmus, en Italia. Habían estudiado la parte teórica de sus respectivos ciclos en el mismo centro educativo, pero no se conocían. Durante los tres meses que duró su estancia en Roma pudieron hacerlo en profundidad, ya que, junto con otra compañera, compartieron piso y trabaron una gran amistad. Comprobaron la compatibilidad de sus caracteres, dado que los tres son serios y responsables. David y Lola, que estudiaron el ciclo de Técnico Superior en Dirección de Cocina, son muy alegres y extrovertidos. Irene, que se orientó hacia el ciclo de Técnico Superior en Dirección de Servicios en Restauración, es algo más reservada, pero también cordial y juiciosa.

Una tarde de verano, dos años después de finalizar sus estudios, los tres amigos se citaron para recordar sus vivencias en el Programa Erasmus y charlar un rato. Inevitablemente hablaron de sus trayectorias profesionales: David estuvo trabajando durante un año y medio como cocinero en el restaurante de un hotel de playa que, desgraciadamente, acabó cerrando; Lola está trabajando desde hace ocho meses como cocinera en un restaurante asturiano; por su parte, Irene ocupa un puesto de maître en un salón de boda, si bien solo los fines de semana de temporada alta, entre mediados de mayo y septiembre, con la salvedad de agosto.

Charlando, poco a poco y de manera natural, David, Lola e Irene dieron forma a la idea de crear un restaurante de cocina moderna e imaginativa a precios asequibles en Madrid, enfocado a un público joven y cosmopolita, español y extranjero.

«¿Y el dinero?», preguntó David. «Yo tengo ahorrado algo, y podemos buscar a alguien que nos ayude entre familiares y amigos -respondió Lola-. Lo más importante es ofrecer un servicio de calidad, volcar nuestra creatividad en cada plato, el saber hacer… ¡y nosotros somos los mejores!» «Pero ¿y los trámites?», preguntó ahora Irene. «Ya vimos en el módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora, que impartía el profesor D. Pablo, que son relativamente sencillos», contestó David.

Esa tarde surgió el compromiso de ponerse a ello al cien por cien: trabajar para que su idea se hiciera realidad. Convinieron también que el primer paso sería documentarse lo más posible, repasar apuntes, volver a consultar las webs de empresa y páginas específicas del sector, y finalmente redactar un plan de empresa para analizar la viabilidad del proyecto.

Los amigos salieron de esa tarde con un nuevo objetivo profesional, ilusionados y con las ideas claras sobre hacia dónde dirigir sus esfuerzos, convencidos de que su futuro pasaría por trabajar con determinación para alcanzar un éxito profesional, por el que están dispuestos a dar lo mejor de sí mismos.

Las empresas en el sector profesional

Dentro de la familia profesional de Hostelería y Turismo, vamos a analizar en este dossier las posibilidades de emprendimiento en los ciclos superiores de:

- Técnico en Cocina y Gastronomía.
- Técnico en Servicios de Restauración.
- Técnico Superior en Dirección de Cocina.
- Técnico Superior en Dirección de Servicios de Restauración.

En este sector, como en cualquier otro, los modelos de negocio no son algo cerrado: precisamente, la posibilidad de innovar en la forma de ofrecer el servicio puede ser un factor determinante para el éxito de la empresa.

En el sector de la restauración existe infinidad de modelos de posibles establecimientos. A modo de ejemplo, y sin ánimo de exhaustividad, los exponemos a continuación:

- Franquicias de restaurantes.
- Establecimientos de comida rápida.
- Restaurantes de comida regional o de otros países.
- Cafeterías-restaurante en centros de trabajo o centros de servicios como hospitales, universidades o institutos: las llamadas «colectividades».
- Bares tradicionales.
- Bar restaurante tradicional.
- Restaurantes vinculados al sector turístico.
- Cafeterías y restaurantes en hoteles.
- Restaurantes tradicionales.

Innovación

Podría pensarse que en un sector tradicional, como el de la restauración, existe poco margen para la innovación. Sin embargo, precisamente por ser un servicio tan cotidiano, precisa reinventarse con frecuencia para no caer en el aburrimiento y la monotonía.

Constantemente surgen nuevas ideas para llevar a la mesa, más o menos acertadas, que logran o no el éxito esperado pero que, casi siempre, merece la pena considerar.

La competencia en este sector tan explotado es enorme, y en España aún más significativa que en otros ámbitos, debido entre otros factores a la necesidad de ofrecer algo nuevo. Pero ¿cómo hacerlo? A continuación se exponen algunos ejemplos de las perspectivas futuras de dicha innovación.

Ofrecer nuevos productos

Siempre se desea comer algo nuevo, probar otra cosa o acceder a productos presentados de forma diferente. Por ejemplo, en los últimos años hemos asistido a

la introducción de la pasta cocinada al estilo oriental, como sucedió con la línea de restaurantes «The Wok», o a la proliferación de establecimientos que ofrecen yogur helado, entre otras propuestas.

El precio

En tiempos de escasez económica y preocupación en el ahorro por los consumidores, si deseamos llegar al cliente es necesario ajustar precios. Esta necesidad puede convertirse en una auténtica oportunidad para innovar, diseñando servicios a un precio competitivo sin que por ello se resientan los márgenes. Son ejemplos entidades como «100 Montaditos» o la cervecería «La Sureña», historias de éxito en un entorno teóricamente desfavorable. Hay otros casos, como los de diferentes restaurantes de alto nivel que se han visto obligados a ofertar menús asequibles para atraer al público.

Incorporar nuevas tecnologías

Últimamente se ha generado el concepto de «restaurante interactivo». El objetivo es sustituir la carta tradicional por un dispositivo iPad en el que los comensales pueden elegir los platos, acceder a información sobre los ingredientes e incluso ver cómo se ha elaborado la receta en un vídeo. Además, este método les permite opinar sobre el servicio al instante, en la misma tableta.

Otra posibilidad es el uso de tarjetas de fidelización mediante Smartphone. Con este sistema se desarrollan sistemas de fidelización de una manera rápida y eficaz (como, por ejemplo, un menú gratis por cada diez contratados).

En general, utilizar Internet para recoger sugerencias, realizar reservas, efectuar los pagos y, en definitiva, idear cualquier otra forma de innovación se constituye en una oportunidad de amplio recorrido.

Cuidar la dieta y comer sano fuera de casa

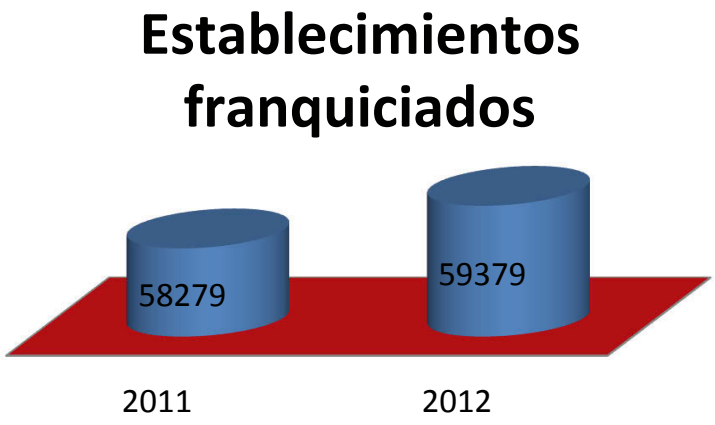
La preocupación por el peso es algo muy habitual entre la población, y una de las causas que siempre se apunta para justificar la prevalencia de sobrepeso es la necesidad actual de comer fuera de casa (presuponiendo que en restaurantes es más complicado cuidar la dieta).

Una posibilidad para atraer a la clientela es explotar el concepto del restaurante con platos y menús pensados especialmente para cuidarse y comer sano.

Franquicias

En el sector de hostelería, se estima que un 20 % del total del volumen del sector factura en régimen de franquicia.

El informe «La Franquicia en España 2012» contabilizó en el sistema de franquicias español un total de 1 040 enseñas, con un número de establecimientos abiertos (a cierre del citado año) de 59 758 locales, de los cuales 18 039 revestían un carácter propio y los 41 719 restantes se organizaban como franquiciados. En total se computaron 1 479 establecimientos más que en 2011 (a cuyo cierre se determinaron 58 279 puntos de venta abiertos), lo que supuso un incremento del 2,5 %.



Pese a la crisis económica, todos los años se asiste a un incremento de esta fórmula de negocio, debido a las garantías y ventajas que ofrece.

Según el portal Franquicias.net, en el sector de la hostelería se halla un total de 170 franquicias, que se desglosan en 7 926 establecimientos.

Los restaurantes, muchos de ellos integrados en cadenas de franquicias de restauración, se convierten en el segundo grupo de importancia por volumen (detrás de bares y cafeterías), sumando 88 009 locales, que facturan el 3,9 % del PIB o, lo que es lo mismo, en torno a 24 725 millones de euros al año.

Número de franquicias del sector: 170
Número de establecimientos: 7 926
Inversión media por establecimiento: 197 451 euros

La oferta es extensa, pudiéndose elegir entre las opciones que más convengan a nuestro negocio y formar parte de una franquicia, muchas veces garantizada por una marca consolidada en el mercado. Podemos decir que existe una gran flexibilidad en los requisitos de constitución y cierta garantía en el éxito, siempre que la elección sea adecuada.

Además de restaurantes, este régimen se extiende a establecimientos de comida rápida, cafeterías, heladerías, bares y cervecerías, etc.

Nos encontramos, por tanto, ante un sector en que la franquicia adquiere una importante presencia. Sin embargo, en la decisión de funcionar bajo este régimen el emprendedor ha de valorar todas las ventajas e inconvenientes, tratándose de una opción muy personal.

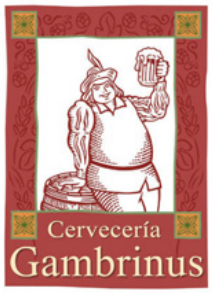
Principales ventajas

- El prestigio de la marca garantiza la afluencia de clientes y asegura una mayor fiabilidad.
- Se logran mejores precios en los aprovisionamientos, al beneficiarse de las grandes compras que realiza el franquiciador.
- Se recibe una formación inicial que, junto a los elementos de gestión y los programas informáticos que aporta la franquicia, facilita un funcionamiento correcto del negocio y proporciona seguridad al promotor.
- Se asume un riesgo inferior, al menos en principio, al integrarse el negocio en una organización consolidada. Este menor riesgo no equivale a ausencia del mismo: basta con ver la cantidad de empresas franquiciadas que acaban finalmente cerrando.

Principales inconvenientes

- La franquicia no asegura, por sí misma, la rentabilidad de la empresa.
- El abono de derechos de entrada y los posteriores pagos de parte del beneficio a la franquicia.
- La falta de autonomía en la forma de prestar el servicio.
- Estar sometido a un contrato que delimita la forma de actuar en el negocio, dejando un margen de libertad de acción reducido en comparación con una empresa que se organice de manera completamente autónoma.

En el siguiente enlace puedes acceder a las páginas web de las principales enseñas de franquicias de hostelería:
<www.franquicia.net/franquicias-de-hosteleria-y-restauracion/>



Un emprendedor en este sector profesional

EJEMPLOS

Lola es aficionada a escuchar tertulias de economía en la radio, y ha escuchado en muchas ocasiones que la demanda interna de España está cayendo con fuerza: por tanto, es difícil que un negocio crezca si su clientela es únicamente española. El restaurante en que trabaja se ubica en el centro de Madrid y ofrece comida asturiana, conocida por su gran calidad y sus generosas raciones. Sin embargo, Lola detecta una debilidad en la imagen de este tipo de restaurantes regionales: son muy conocidos entre el público español pero no para el extranjero. Dada la ubicación estratégica del local, Lola estima que podría atraer más clientes extranjeros. Para ello cree que el rótulo exterior debería de precisar "Restaurante español del Principado de Asturias", y además habría que colocar banderas de España y Asturias en la fachada; asimismo, podría repartirse publicidad sobre la naturaleza regional del restaurante en inglés, francés y alemán.

Lola ha comunicado sus reflexiones a su jefe, que agradece profundamente su aportación e incluso le encarga el diseño de la publicidad y el nuevo rótulo, tarea que afronta Lola fuera de su jornada laboral.

Antes de entrar en el análisis detallado de tu idea de negocio y la elaboración de tu plan de empresa, conviene plantearse algunas preguntas clave, cuya contestación ayudará a decidir crear tu empresa o no hacerlo, pero siempre desde un mejor conocimiento de todo lo necesario para tomar la decisión:

Preguntas clave

- ¿Por qué quieres montar una empresa?
- ¿Tienes seguridad en ti mismo y eres capaz de transmitirla?
- ¿Tienes la capacidad de trabajo suficiente para enfrentarte al reto de ser un emprendedor?
- ¿Cuál es tu ventaja competitiva?
- ¿Conoces bien los servicios que van a ser la base de tu negocio?
- ¿Crees que tienes formación y experiencia suficiente para llevarlo a cabo con éxito?
- ¿Podrás generar suficientes beneficios como para rentabilizar la inversión inicial y cubrir costes, incluyendo tu propio salario?
- ¿Eres una persona a la que motive la autonomía y la responsabilidad?
- ¿Crees que lograrás mantener tu empresa viva durante muchos años?

Recuerda que todo proyecto emprendedor ha de fundamentarse en una ventaja competitiva que nos permita entrar y mantenernos en el mercado. Esa ventaja puede residir en muchos sitios: en tu especial capacidad de trabajo, tu virtuosismo profesional, un equipo diferente, una ubicación especial o un servicio innovador. Y no olvides que, para emprender, es necesario tener unas capacidades específicas, facultades que también se pueden desarrollar y que guían hacia la superación personal.

El intraemprendedor. Emprendedores empleados

El emprendedor no es solamente el que crea una empresa, sino aquel que posee una idea que consigue desarrollar en su ámbito de trabajo.

Los trabajadores por cuenta ajena, e incluso el personal que trabaja para la Administración pública, también pueden desplegar estas habilidades en mayor o menor medida, desarrollando e implementando proyectos (propios o de otros) con espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía.

Es importante que las empresas valoren a empleados que cuenten con ideas y capacidad emprendedora, pues constituyen la principal fuente de innovación. La capacidad de motivar y de retener el talento por parte de las organizaciones es un aspecto capital en el actual contexto empresarial.