

## CAFETERÍA

### Entre una demanda consolidada y el peligro de la saturación

#### 1. El negocio

En el sector de la hostelería siempre existen oportunidades y nichos de mercado sin cubrir, los cuales son susceptibles de ser válidos para implantar un negocio rentable y con futuro. De todos modos, al plantearse abrir una cafetería, lo primero que se debe hacer es valorar su potencial éxito, ya que la mayor parte de los fracasos surgen de no contrastar la viabilidad de la idea. Así, hay que tener en cuenta las características del sector y valorar la inversión necesaria para financiar el negocio.

La mayor inversión a realizar provendrá de la compra o alquiler del local, a la que hay que sumar otras partidas realmente significativas. Tras determinar los gastos conviene estimar la rentabilidad del negocio que, de media, viene oscilando entre el 30 y el 40% en función del coste de las materias primas y del precio de venta, por lo que la elección de los proveedores y una adecuada política de precios son claves en el éxito o el fracaso de este tipo de negocio.

#### 2. El local

La decisión de comprar o alquilar el local para la cafetería resulta de gran trascendencia. En caso de adquirir el local, la inversión se elevaría de forma considerable. Si se opta por alquilar, será importante negociar la renta mensual en función de la habitual de la zona. La mayor parte de los asesores recomienda en principio el alquiler para evitar problemas de tesorería, no descartando la compra en un futuro. En todo caso, tanto esta decisión como la que se refiere a la dimensión del local dependerán de las posibilidades y los riesgos que se estén dispuestos a asumir.

Una tercera opción puede ser adquirir un negocio en traspaso, en cuyo caso los trámites y el capital necesarios serán menores, aunque conviene analizar muy bien las ofertas, prestando especial atención a las causas que han originado la decisión del propio traspaso.

Otro aspecto importante es la valoración del acondicionamiento del local conforme a los requerimientos y a la viabilidad económica de los presupuestos ofrecidos, así como a la legislación vigente.

#### 3. Equipamiento y plantilla

La compra de la maquinaria o equipamiento necesarios (menaje, mesas, sillas, aparadores, cámaras, lavavajillas, cafetera, caja, taburetes, barra, decoración, calefacción y aire, etc.) supone también una fuerte inversión. En gran parte de este equipamiento, aparte del precio, hay que valorar otros aspectos como el nivel tecnológico y la eficiencia energética, así como las garantías y el servicio técnico de postventa.



Todo este material necesario puede requerir una inversión de unos 50.000 €, aunque en ocasiones podría ser recomendable adquirir unidades de segunda mano. A esta partida hay que añadir los gastos necesarios para cubrir el stock inicial (unos 7.000 €).

En principio es complicado atender el negocio con una sola persona, siendo recomendable un mayor número, dependiendo del tamaño y del horario de apertura. Los salarios según convenio no son excesivos, pero sería recomendable pagar salarios más altos a los empleados competentes para retenerlos, ya que la elevada rotación de este sector es un obstáculo a la hora de fidelizar a los clientes.

#### 4. La competencia

Según datos del INE, en 2015 había en España más de 250.000 locales de restauración. Se trata, pues, de un sector muy atomizado en el que para tener cierto éxito hay que tratar de conseguir diferenciarse de la competencia en algún aspecto, sobre todo la más cercana a cada negocio, de forma que se pueda disfrutar de algún elemento referencial de cara al público objetivo. De todos modos, combinar la diferenciación junto con unos precios muy competitivos parece el camino a seguir por que un proyecto de este tipo tenga éxito.

Elegir una zona sin excesiva competencia, preferiblemente un área en expansión, implica un acercamiento al cliente potencial, aunque también es cierto que si ya hay cafeterías significa que también existe un mercado que está demandando los servicios.

En este sector resulta de vital importancia la fidelización de los clientes, que se ha de conseguir mediante una correcta atención a los mismos y una prestación de un servicio lo más completo posible

Otra gran parte del éxito de una cafetería va a depender del público al que se dirija, del local y de la zona donde esté ubicado. Una buena práctica sería aprovechar al máximo las posibilidades del negocio, ya que cuantos más servicios se ofrezcan y más horas de apertura existan, más fácil será cubrir los costes fijos.

Es éste un sector muy dinámico, con amplias posibilidades de crecimiento pero, de todos modos, se trata de un mercado bastante consolidado y con una dura competencia. España es el país europeo con mayor número de establecimientos (cerca de un bar o cafetería por cada 200 habitantes) y los españoles los que más consumen fuera de casa (alrededor de uno de cada 3 euros que se gastan en alimentación y bebidas se emplean en consumir fuera de casa, según datos del Panel de Consumo Alimentario Extradoméstico de 2015).

## 5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (ofrecer el servicio con mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, etc.). La estrategia competitiva consiste en el modo en que la empresa obtiene una ventaja. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** La cafetería consigue ofrecer unos precios más baratos que sus competidores.
- **Diferenciación.** La cafetería oferta sus productos de forma que se diferencia de algún modo de la competencia. Se puede decir que es la principal estrategia competitiva utilizada en este sector.
- **Especialización o segmentación.** Consiste en centrarse en un nicho de mercado, de modo que la empresa pueda atender más eficientemente al conjunto de potenciales clientes que conforman ese nicho concreto (p.e. mayores, jóvenes, inmigrantes, etc.).

## FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Establecimiento en el que se sirven al público comidas y bebidas en general, principalmente en la barra o mostrador y a cualquier hora, dentro de las que permanezca abierto.
- **Sector:** Hostelería.
- **Requisitos administrativos generales:** Declaración censal de alta en obligaciones fiscales (IAE, IVA, IRPF...), de Seguridad Social y laborales. Licencias municipales (ambiental, obras y comunicación de inicio de actividad).
- **Inversión:** A partir de 65.000 euros se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y los stocks iniciales.
- **Personal mínimo:** Desde una sola persona, siendo recomendable más en función del tamaño y del horario (pueden ser los propios promotores).
- **Formación requerida:** Conocimientos de hostelería.
- **Superficie:** El local debe tener como mínimo unos 60 m<sup>2</sup>, aunque es recomendable que sea mayor.

## TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. **Los generales para todas las empresas de nueva creación.** Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. **Licencia ambiental, de obras y comunicación de inicio de actividad, a solicitar en el Ayuntamiento.**
3. **Implantación de un Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC), realizado por un organismo competente, si se requiere.**
4. **Obtención del Carnet de Manipulador de Alimentos por todos los trabajadores del establecimiento.**
5. **Licencia de terrazas, si se requiere.**
6. **Autorización de instalación de máquinas recreativas.**
7. **Tramitar derechos de SGAE**
8. **Evaluación de Riesgos Laborales (si se contratan trabajadores por cuenta ajena)**
9. **Cumplimiento de la L.O.P.D. (protección de datos), si se van a manejar datos de carácter personal.**