

EMPRESA DE CATERING

Proyección empresarial y buena salida para el mercado laboral

1. El negocio

La utilización del catering ha pasado de ser un servicio casi elitista en las décadas pasadas a ser un tipo de negocio en expansión, utilizado por nuevos tipos de clientes, que da empleo de forma habitual en pequeñas y medianas empresas a más de 60.000 personas en España, según datos del INE.

No sólo ha cambiado el tipo de cliente sino que también la competencia ha crecido, existiendo muchos y variados enfoques para montar una empresa de catering. El cliente objetivo hacia el que se dirija el negocio condicionará todos los aspectos de la actividad (servicios, inversiones, etc.). Así, este tipo de empresas pueden dirigirse o especializarse en:

- **Colectividades.** Se ofrecen los servicios a escuelas, empresas, hospitales, residencias, etc. Es ésta una opción que permite un buen posicionamiento de la empresa en el mercado, pero que requiere de una mayor inversión en infraestructura.
- **Empresas.** Se oferta un amplio abanico de servicios como desayunos, comidas de negocios, el tradicional “vino español”, cócteles, cenas de directivos, etc. También se extienden cada vez en mayor medida las fiestas con servicio de comida para dar a conocer los productos de las compañías. Los servicios de catering a convenciones y congresos también se incluyen en este segmento de mercado.
- **Particulares.** El producto estrella son los banquetes de boda, organizados en fincas o entornos exclusivos, junto con todo tipo de celebraciones familiares.

En todo caso, el éxito de una empresa de catering va a descansar en cuatro pilares, como son el ofrecimiento de un servicio profesional a los clientes, la elaboración de unos productos de buena calidad, la propuesta de unos precios competitivos y la disposición de un adecuado equipo comercial.

2. El local

La compra o alquiler del local será un gasto que requerirá una inversión importante. En caso de adquirir el local, esta se eleva de forma considerable. Los asesores recomiendan en principio el alquiler para evitar iniciales 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.



En cuanto al emplazamiento es aconsejable optar por zonas industriales y de servicios, pues así se estará más cerca del público objetivo (celebraciones familiares y sociales, empresas, colectividades). Es necesario contar con espacio habilitado para oficinas, recepción de mercancías, manipulación de alimentos, cocinas y almacenaje en cámaras frigoríficas. En estos casos el local deberá contar con una superficie mínima de 150 m². Si se opta por especializarse en comida casera será preferible una ubicación urbana, en zonas comerciales de tránsito y sin competencia cercana.

3. Equipamiento y plantilla

Una empresa de catering tiene que disponer de un equipamiento completo de cocina industrial (hornos, cámaras, congeladores, lavaplatos, fuegos, encimeras, picas, menaje...), además de furgonetas isotérmicas para el transporte de los alimentos (se puede subcontratar). Por otra parte, hay que tener en cuenta que muchos negocios de catering elaboran, envasan, sirven y, en su caso, venden comidas, en el mismo local, por lo que éste deberá estar preparado para ello. En el caso de dedicarse a las comidas caseras y para llevar las necesidades se reducen a una cocina doméstica bien equipada.

Para realizar esta actividad hay que tener una adecuada formación específica en el ámbito de la cocina y la hostelería. Dependiendo de la dimensión del negocio será necesario contar con otros empleados como administrativos, ayudantes de cocina, comerciales, camareros (se pueden subcontratar) y, si fuese necesario, un gerente. Los pequeños negocios suelen ser de tipo familiar, por lo que el propietario, junto con un ayudante, puede hacerlo funcionar.

4. La competencia

El número de empresas de catering ha aumentado en gran medida en la última década, sobre todo en las grandes ciudades. Los expertos auguran que este sector seguirá creciendo los próximos años, superando la cifra de 3.000 millones de euros de facturación a nivel nacional, y, aunque cada vez hay más competencia, también se abren nuevos nichos de mercado. Actualmente son los hospitales y los colegios los principales demandantes de estos servicios, pero probablemente en el futuro será el catering a las empresas el que mayor expansión va a tener.

En un sector tan competitivo, la mayor parte de los negocios han optado por la especialización (colectividades, empresas, particulares) o la diversificación (ofreciendo el catering de forma adicional a otros servicios, como, por ejemplo, la organización completa de un evento). Otra práctica habitual es la subcontratación, aunque no es conveniente hacerlo con determinados servicios como la elección y preparación de los productos o la atención directa al cliente.

5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (elaborar los productos u 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 empresa ofrece sus servicios a un precio menor que sus competidores.
- **Diferenciación.** Se trata de ofertar un producto que se diferencie de algún modo de los de la competencia (originalidad, trato personalizado, presentaciones, etc.).
- **Especialización o segmentación.** Consiste en centrarse en un nicho de mercado en lugar de un mercado completo, de modo que la empresa pueda atender con más eficiencia a los clientes que conforman ese nicho concreto (empresas, particulares, etc.).

FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Servicio que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.
- **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 50.000 euros se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y los stocks iniciales.
- **Personal mínimo:** Un gerente, un cocinero, y un ayudante de cocina. En el caso de pequeños negocios estas actividades pueden ser llevadas a cabo por la misma persona.
- **Formación requerida:** Conocimientos de hostelería y cocina.
- **Superficie:** En general la superficie mínima sería de 150 m², aunque bastarían 40 m² para pequeños negocios especializados en comida casera.

TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. **Los generales para todas las empresas de nueva creación.** Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. **Obtención de los correspondientes carnés de manipuladores de alimentos.**
3. **Autorización del Departamento de Sanidad e Inscripción en el Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y de Alimentos.**
4. **Certificado de técnico competente relativo al cumplimiento de la normativa vigente contra incendios.**
5. **Implantación de un Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC), realizado por un organismo competente.**
6. **Autorización de transporte privado complementario de mercancías o tarjeta de transporte.**
7. **Certificación de conexión a la red pública de agua y al vertido municipal.**
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 manejan datos personales.**