

BAR DE COPAS – PUB

La aparición de oportunidades más allá de la competencia y las restricciones

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 un bar de copas se debe valorar su potencial éxito, ya que la mayor parte de los fracasos surgen de no tener en cuenta las características del negocio y contrastar su viabilidad. La rentabilidad del negocio va a depender de la elección de los proveedores y una adecuada política de precios. Otra gran parte del éxito de un bar de copas 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 este un sector muy dinámico con amplias posibilidades de crecimiento, pero que, de todos modos, se trata de un mercado bastante consolidado y con una dura competencia. La proliferación de este tipo de establecimientos se debe en gran medida a la imagen que la cultura de la noche ofrece al turismo, pero también a la tradición de los propios españoles para quienes es habitual la costumbre de compartir conversación y copas con los amigos y vecinos en cualquier lugar y momento.

De todos modos, en la última década, el sector se está viendo perjudicado por las restricciones de las distintas Administraciones Autonómicas en cuanto a niveles de ruido, condiciones de la instalación, horarios, etc. Por ejemplo, existen comunidades en las que las restricciones horarias reducirían la apertura en muchos bares de copas o pubs a tres horas al día y durante tres días a la semana (en los que habría que alcanzar la rentabilidad deseada). En este sentido resulta muy importante saber qué trámites exigen en la localidad donde se va a implantar el negocio para obtener los permisos de apertura y funcionamiento (existen áreas que ya están saturadas en las que es imposible obtener más licencias).

2. El local

La decisión de comprar o alquilar el local para el bar 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. Teniendo en cuenta las duras exigencias de las administraciones locales y autonómicas destinadas a proteger la tranquilidad vecinal, los locales destinados a bares de copas deben cumplir una serie de características relacionadas con la insonorización (falsos techos, paredes y suelos minimizadores de ruido, sonómetros o limitadores del nivel de ruido, doble puerta de entrada, ventanas con aislantes y puente térmico, etc.), con las medidas contra incendios (salida de emergencia, recorrido de evacuación, extintores, bocas de incendio, sistemas de detección y alarma, rociadores automáticos de agua, alumbrado de emergencia, etc), con los accesos de minusválidos (eliminación de barreras arquitectónicas), con los espacios reservados (para almacén, zona de empleados, vestuarios...), etc.

3. Equipamiento y plantilla

La compra de la maquinaria o equipamiento necesarios: menaje, mesas, sillas, electrodomésticos, cafetera, caja, taburetes, barra, decoración, iluminación, sonido, calefacción y aire, etc., supone también una fuerte inversión, de un mínimo de unos 75.000 euros, 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 euros), considerando que el alcohol, al no ser perecedero, se puede acumular sin problemas. También es aconsejable tener la mayor variedad de productos posibles siempre que los clientes los demanden.

En principio es posible atender el negocio con un par de personas, siendo recomendable un mayor número, dependiendo del número de barras y del tamaño del local así como de los horarios 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 en un obstáculo a la hora de fidelizar a los clientes.

4. La competencia

Al tratarse de un sector muy atomizado, para tener cierto éxito hay que intentar conseguir diferenciarse en alguno o varios aspectos de la competencia, sobre todo la más cercana a cada negocio, de forma que se pueda disfrutar de algún elemento referencial de cara al público objetivo. Así, combinar la diferenciación junto con unos precios muy competitivos parece el camino a seguir por que un proyecto de este tipo tenga éxito. Aunque las posibilidades de diversificación de un bar de copas están lastradas por las restricciones legales, hay muchas actividades que se pueden realizar, como el aprovechamiento de las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías, la instalación de pantallas y máquinas recreativas, la incorporación de equipos de sonido y de iluminación, etc.

Elegir una zona sin excesiva competencia, preferiblemente un área en expansión, implica un acercamiento al cliente potencial, aunque también es cierto que si se sitúa el negocio en una zona en la que ya hay bares de copas significa que 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 (fiestas promocionales patrocinadas por los proveedores, invitaciones-descuento, fórmula de happy hour incentivando el consumo durante un horario determinado, celebraciones especiales, club de socios, conciertos en directo, concursos, decoraciones temáticas, etc.).

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.** El bar de copas consigue ofrecer unos precios más baratos que sus competidores.
- **Diferenciación.** El bar de copas 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. personas con alto poder adquisitivo, jóvenes, inmigrantes, etc.).

FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Establecimiento en que se despachan bebidas que suelen tomarse de pie y a cualquier hora, dentro de las que permanezca abierto.
- **Sector:** Hostelería.
- **Requisitos administrativos generales:** Licencia de actividades, CIF y alta en el censo, alta en el IAE y en IVA o IRPF, legalización de libros, inscripción en Seguridad Social.
- **Inversión:** A partir de 80.000 euros se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y los stocks iniciales.
- **Personal mínimo:** Desde dos personas, siendo recomendable más en función del tamaño y del horario (pueden ser los propios promotores).
- **Formación requerida:** Conocimientos de hostelería y de atención al cliente.
- **Superficie:** El local debe tener como mínimo unos 60 m², 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. **Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.**
3. **Cambio de titularidad de la licencia, cuando se alquile un local que así lo requiera.**
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 la SGAE**
8. **Medidas Contra Incendios, Acceso a Minusválidos, Insonorización, Espacios Reservados, etc.**
9. **Solicitud del cartel identificativo si así se requiere.**