

## BAR

### Un negocio entre las oportunidades y una gran competencia

#### 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 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 en media oscila entre el 30% y el 40% en función del coste de las materias primas y de los precios 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.

Otra gran parte del éxito de un bar 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

Este es 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. España es el país europeo en el que más se consume 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).

Según datos del INE, en 2015 había en España más de 250.000 locales de restauración, que destacan a nivel mundial por sus cañas y tapas, si bien deberían invertir esfuerzos en la modernización de sus instalaciones. Esta proliferación de este tipo de establecimientos se debe en gran medida al turismo, pero también a la cultura y tradición española, en la que predomina la costumbre de compartir conversación, mesa y mantel con los amigos y vecinos en cualquier lugar y momento.

#### 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.

#### 3. Equipamiento y plantilla

La compra de la maquinaria o equipamiento necesarios: mesas, sillas, electrodomésticos, cafetera, caja, taburetes, barra, decoración, calefacción y aire, etc., supone también una fuerte inversión, de un mínimo de unos 45.000 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 una sola persona, 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.

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 significa que existe un mercado que está demandando los servicios. En este sector resulta de vital importancia la fidelización de los clientes (tapas y pinchos son elemento esencial en este sentido), que se ha de conseguir mediante una correcta atención a los mismos y una prestación de un servicio lo más completo posible.

## 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 consigue ofrecer unos precios más baratos que sus competidores.
- **Diferenciación.** El bar 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 (tapas y pinchos son esenciales).
- **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 que se despachan bebidas que suelen tomarse de pie, ante el mostrador 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 60.000 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. **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. **Implantación de un Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC), realizado por un organismo competente, si se requiere.**
5. **Obtención del Carnet de Manipulador de Alimentos por todos los trabajadores del establecimiento.**
6. **Licencia de terrazas, si se requiere.**
7. **Tramitar derechos de la SGAE**
8. **Autorización de instalación de máquinas recreativas.**
9. **Medidas Contra Incendios, Acceso a Minusválidos, Insonorización, Espacios Reservados, etc.**