

Pubs Café-Bar



NA COSTA DA MORTE

20





Pubs Café-Bar

ANEXO COSTA DA MORTE

G U Í A D E A C T I V I D A D E E M P R E S A R I A L



EDITOR	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia S.A. (BIC GALICIA S.A.)
AUTORES	OBZ Management Consulting M ^a Josefa Jiménez Sánchez Juan José Quintás Blanco Emilio González Ramos
DIRECCIÓN, COORDINACIÓN E SUPERVISIÓN TÉCNICA	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia S.A. (BIC GALICIA S.A.)
DISEÑO E MAQUETACIÓN	Producciones KHARTUM
DERECHOS RESERVADOS © 2004 DESTA EDICIÓN	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia S.A. (BIC GALICIA S.A.) Edificio IGAPE, 3 ^a planta Complejo Administrativo San Lázaro s/n 15703 Santiago de Compostela

Quedan rigurosamente prohibidas, sen a autorización escrita dos titulares do "Copyright", baixo as sancións establecidas nas Leis, a reprodución total ou parcial desta obra por calquera medio ou procedemento, incluídas a reprografía e o tratamento informático e a distribución de exemplares da mesma mediante alugamento ou préstamo públicos.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
1.1 Como utilizar este anexo	7

PUNTOS ADAPTADOS DA GUÍA DE PUBS CAFÉ-BAR

2. DESCRICIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO	11
3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS	15
4. O CONTEXTO SECTORIAL	19
5. O MERCADO DOS PUBS	
5.1 Estructura da actividade	27
5.1.3 Previsións para o futuro	28
5.2 Análise competitiva	29
5.2.1 Análise das empresas competidoras	29
5.3 Marketing	30
5.4 Análise económico-financeira	31
5.4.2 Gastos	31
5.4.3 Previsión de ingresos	32
5.4.4 Estructura da conta de resultados	34
5.5 Recursos humanos	35
5.5.2 Estructura organizativa	35
ANEXO: Factores que influen no tamaño do mercado	39
AUTORES	41

1. Introducción





1.

Introducción

1.1 Como utilizar este anexo

O seguinte anexo é o resultado do traballo realizado polos técnicos locais de emprego dos Concellos do ámbito denominado Costa da Morte que forman parte da Rede de Técnicos de Emprego coordinada pola Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais a través da Dirección Xeral de Promoción do Emprego, así como dos técnicos dos Grupos de Acción Local que na actualidade están a desenvolver as iniciativas comunitarias: AGADER (Fundación Comarcal de Bergantiños), PRODER II (Fundación Comarcales de Muros y Noia) e LEADER+ (Asociación Neria), cós obxecto de adaptar a información contida na **Guía de Pubs Café-Bar** á realidade socioeconómica da área da Costa da Morte (ó abeiro do protocolo de colaboración entre o Igape e a Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais de data 12 de setembro de 2003).

Neste anexo adaptase a información da guía naqueles puntos onde se observaron diferenzas entre a realidade galega e a Costa da Morte para a actividade analizada. Desta forma, complementase a guía ofrecéndote unha información máis próxima o teu entorno social e empresarial.

No índice deste anexo poderás comprobar os puntos da guía de actividade adaptados a túa realidade económica e social, ademais, inclúíronse unha serie de táboas e cadros con información da Costa da Morte.

Para poder traballar de forma correcta con este anexo, deberás te-la Guía de Pubs Café-Bar e ir comprobando a través do índice deste anexo os puntos modificados para que a información que se ofrece estea adaptada o teu entorno empresarial e social. Para dispor desta guía podes acceder a web: <http://guias.bicgalicia.es>.



2. Descrición da actividade e perfil da empresa-tipo





2.

Descrición da actividade e perfil da empresa-tipo (Pax. 13)

Debido á gran variedade de establecementos que se poden encadrar dentro da definición da actividade que fixemos máis arriba, establecemos un conxunto de características comúns para simplifica-lo estudio. Estas características expoñémoschas no seguinte cadro:

CARACTERÍSTICAS DO PUB CAFÉ-BAR (150 m ²)	
CNAE / SIC	55.40 / 58.13
IAE	673.1 /673.2
Condición xurídica	Autónomos
Facturación	160.166,40 €
Localización	Zonas de moito tránsito peonil
Persoal e estrutura organizativa	Tres persoas en dúas quendas de sete horas
Instalacións	Zona útil: 100 m ² Cociña: 10 m ² Aseos: 25 m ² Almacén: 15 m ²
Horario	De once da mañá a unha e media da madrugada
Clientes	Depende da hora do día
Carteira de produtos	Almorzos, cafés, bebidas (alcohólicas e non alcohólicas), tapas, copas, etc.
Ferramentas de promoción	Localización e <i>boca a boca</i>
Valor do inmovilizado / investimento	116.000 €
Importe gastos	128.120,76 €
Resultado bruto (%)	20 %



3. Principais conclusións





3.

Principais conclusións (Pax. 17)

- O pub *tradicional*, é dicir, aquel que abre só unhas horas pola noite, correspóndese máis cunha idea de actividade complementaria que cun concepto de negocio propiamente dito. Na actualidade búscanse establecementos que poidan permanecer abertos un maior número de horas para rendibilizar o investimento.
- Unha das características do sector é a forte estacionalidade nas vendas e, como consecuencia, tamén do emprego. Os meses de verán e os períodos vacacionais son os que rexistran unha maior afluencia de clientes.
- A regulación estatal dos pubs está contida na Orde do 18 de marzo de 1967 sobre ordenación turística de cafeterías, que establece os requisitos mínimos que deben ter os establecementos pertencentes á hostalería.
- Convén analizar a posibilidade de emprender o negocio a través dunha franquía para aproveitar a súa experiencia e coñecementos desta.
- Para empezar a operar no mercado da túa actividade tes que cumprir unha serie de requisitos de acondicionamento recollidos nas ordenanzas municipais da localidade onde sitúes o teu establecemento.
- Os investimentos necesarios para o acondicionamento do local roldan os 90.000 euros. O investimento en maquinaria ascende a 20.000 euros.
- É obrigatorio que a túa empresa se inscriba no rexistro do Servicio de Ordenación de Centros da Consellería de Turismo.
- O don de xentes, tanto do emprendedor como das persoas que traballan no establecemento, é de vital importancia para o trato coa clientela.
- A tendencia na actualidade é buscar formas de diferenciarse da competencia.
- Os motivos básicos polos que se acode a un pub son o ocio e as ganas de relacionarse.
- As maiores dificultades para comezar nesta actividade son conseguir a licenza de apertura e atopar un local cunha boa localización.



- A condición xurídica máis recomendable é a Sociedade Limitada (aínda que a máis empregada na zona da Costa da Morte é a de empresario/a individual autónomo/a)
- A forma de tributación máis habitual é a estimación obxectiva por módulos.
- A regulación deste tipo de actividade é competencia da Consellería de Turismo e dos concellos onde está situado o negocio.
- Do ano 1998 ó 2001 prodúcese unha media de 653 altas anuais de pubs e cafés-bares en Galicia. Aínda que se seguen creando novos establecementos cada ano, a tendencia tanto a nivel de Galicia como na propia Costa da Morte é de diminución do número de altas
- Hai produtos substitutos para cada un dos servicios da actividade estudada. A agrupación de servicios nun único local favorece a capacidade de ser competitivo.



4. O contexto sectorial





4. O contexto sectorial (Pax. 21)

DATOS E CONCLUSIONS DOS PUBS CAFÉ-BAR DAS COMARCAS DE TERRA DE SONEIRA, FISTERRA E CONCELLOS DE CARNOTA, MAZARICOS E MUROS.

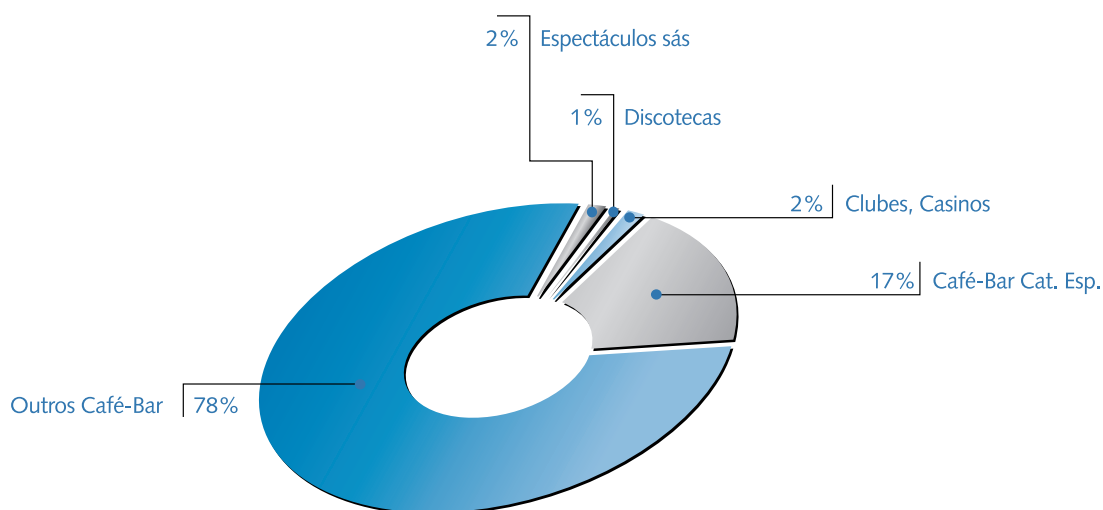
DATOS DOS ESTABLECIMIENTOS

a) Tipo de establecimientos segundo IAE

CONCELLO	Clubs/ casinos	Café-bar Especial	Outros cafés-bar	Espectácu- los en sás	Discotecas	TOTAL
Muros	3	17	53	0	1	74
Carnota	1	5	37	0	0	43
Mazaricos	0	4	0	0	0	4
Dumbria	1	0	22	0	0	23
Cee	2	9	66	5	1	83
Corcubión	0	1	15	3	0	19
Fisterra	0	5	31	0	0	36
Muxia	0	4	40	0	0	44
Camariñas	2	16	9	1	2	30
Vimianzo	0	10	61	1	0	72
Zas	0	3	2	0	0	5
TOTAL	9	74	336	10	4	433



TIPO DE ESTABLECEMENTOS



Na zona estudiada, a maioría dos establecementos encádranse no epígrafe do IAE 673.2 que corresponde a Outros cafés-bares onde atopamos “Establecemento de hostalería que abre todo o día e que adaptan o seu ambiente. Poden servir almozos, tapas e copas segundo momento do día”. Este grupo correspóndese co modelo da Guía de Actividades de Galicia. Baixo o mesmo epígrafe tamén aparecen cafeterías, bares e tabernas de apertura fundamentalmente diúrna. O peche de todos estes establecementos sitúanse entre as 12 e a 1 da madrugada.



20

O 17 % dos establecementos agrúpanse no epígrafe 673.1 de cafetería-bar categoría especial. Neste grupo atopamos os establecementos de vocación nocturna con servizos de bebidas, música e en moitos casos con pequenas pistas ou espazos para bailar. Non serven comidas e pechan máis aló das dúas da mañá.

As discotecas presentan a mesma porcentaxe que en Galicia. Os clubs adoitan a prestar servizos similares ós dos outros cafeterías-bar. Os espectáculos en sas adoitan estar asociados ós establecementos de categoría especial desenvolvéndose estas actividades nos mesmos locais.

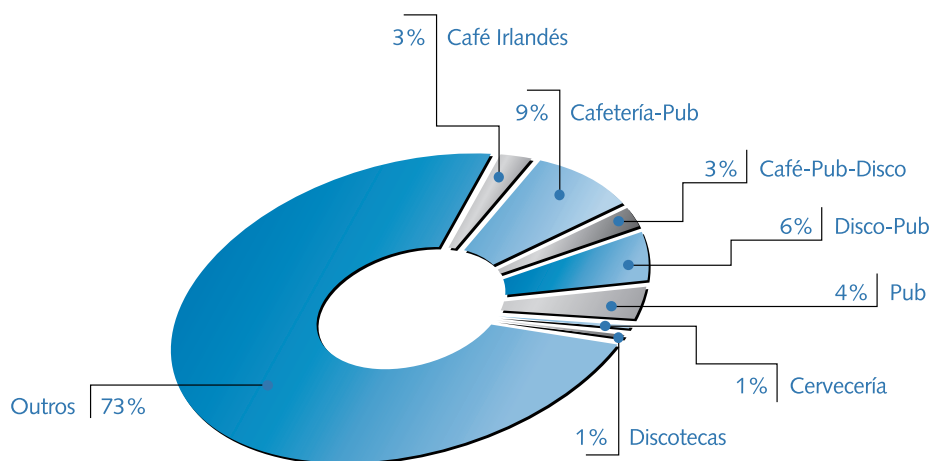
b) Tipo de establecimiento segundo servicios prestados.

CONCELLO	Café irlandés	Café-pub	Café-pub-disco	Disco-pub	Pub	Cervecería	Discoteca	Outros	TOTAL
Muros	0	12	2	6	5	1	1	47	74
Carnota	0	5	0	0	0	0	0	38	43
Mazaricos	0	1	3	0	0	0	0	0	4
Dumbria	0	0	0	0	0	0	0	23	23
Cee	2	1	1	4	4	2	1	68	83
Corcubiión	1	0	0	2	0	0	0	16	19
Fisterra	0	1	0	1	1	0	1	32	36
Muxia	0	1	0	0	2	0	0	41	44
Camariñas	0	18	1	4	3	0	2	2	30
Vimianzo	0	8	1	0	5	8	0	50	72
Zas	0	1	0	1	2	1	0	0	5
TOTAL	3	48	8	18	22	12	5	317	433

O 73 % dos establecementos da zona estudada non presentan especialización. Do resto, un 8% posúen una vocación nocturna e de baile (café irlandés, cafe discopub e discoteca).



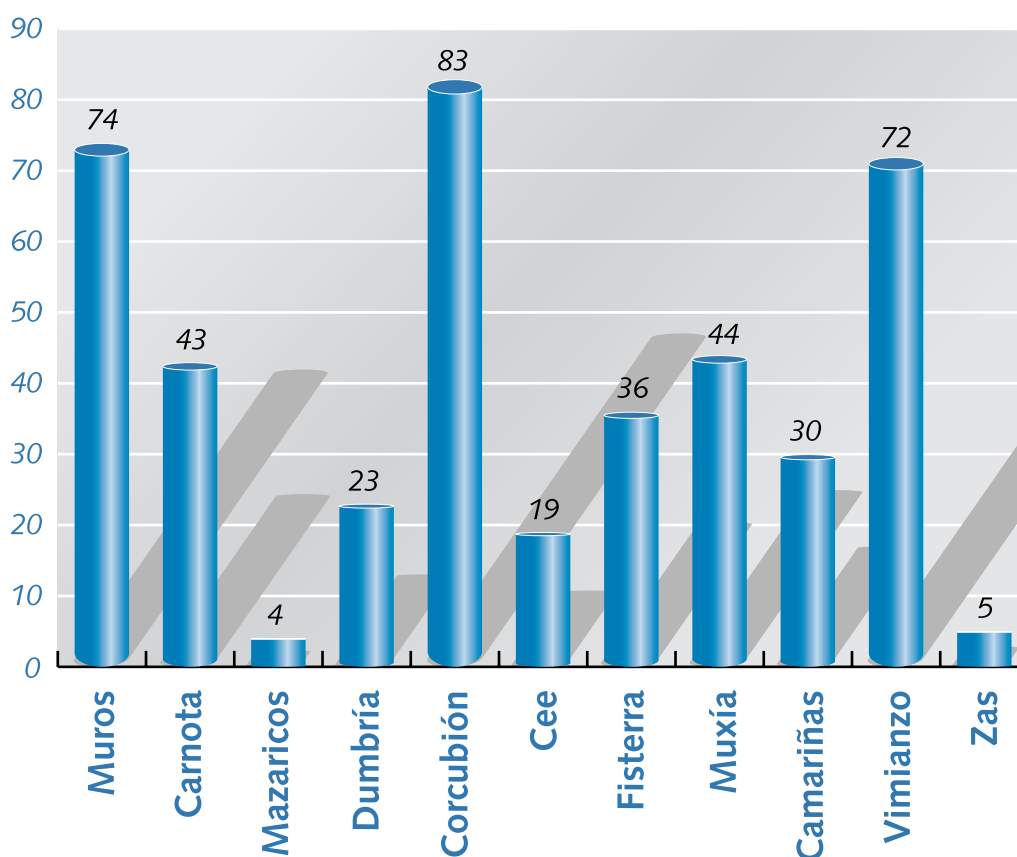
DISTRIBUCIÓN TIPO ESTABLECEMENTO HOSTALEIRO (2003)



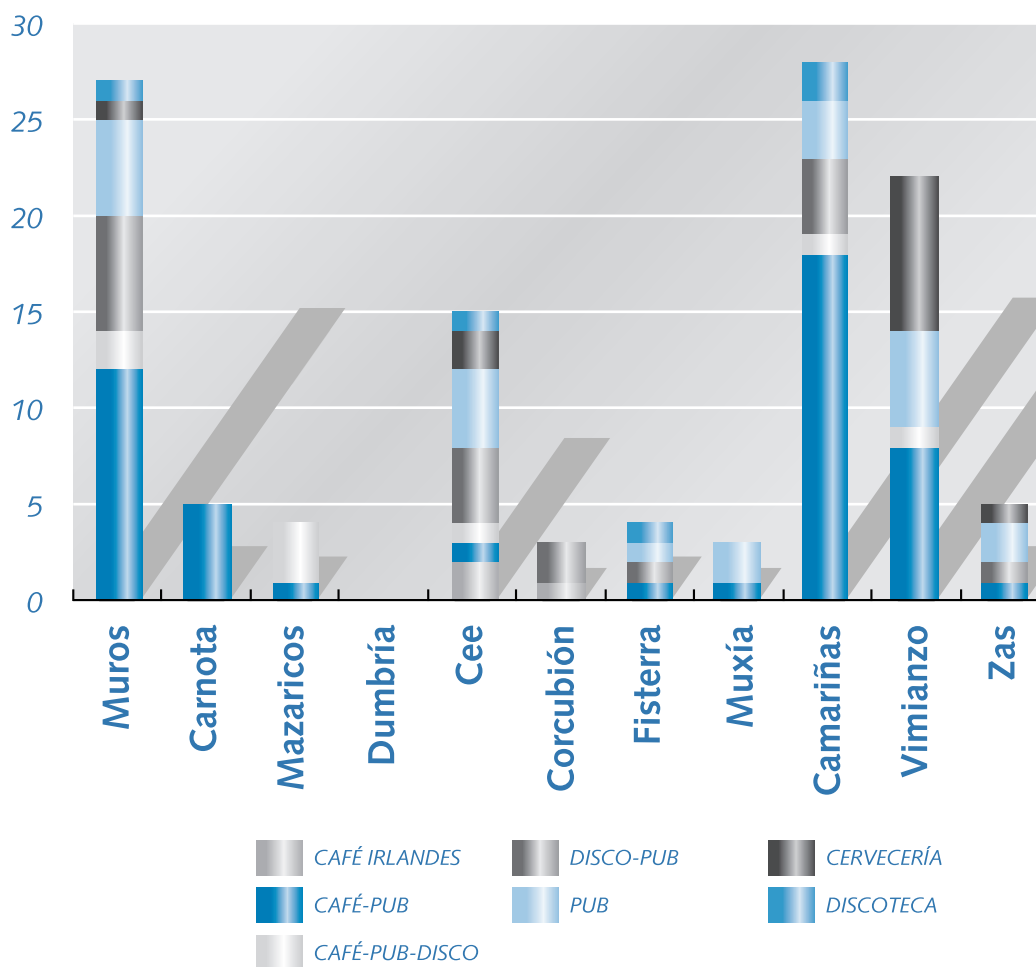
c) Distribución xeográfica dos establecementos

Se atendemos á distribución xeográfica dos establecementos hostaleiros observase que en tres dos concellos, Cee, Muros e Vimianzo hai máis da metade do total. En cada un deles hai case que o dobre de establecementos que nos concellos que lles seguen, Carnota e Muxía. Os tres son cabeceiras de comarca, cun alto índice de urbanización en Muros e Cee. Vimianzo, importante encrucillada de camiños. En Zas e Mazaricos, os concellos máis rurais e dispersos, se concentra tan so o 2% do total.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

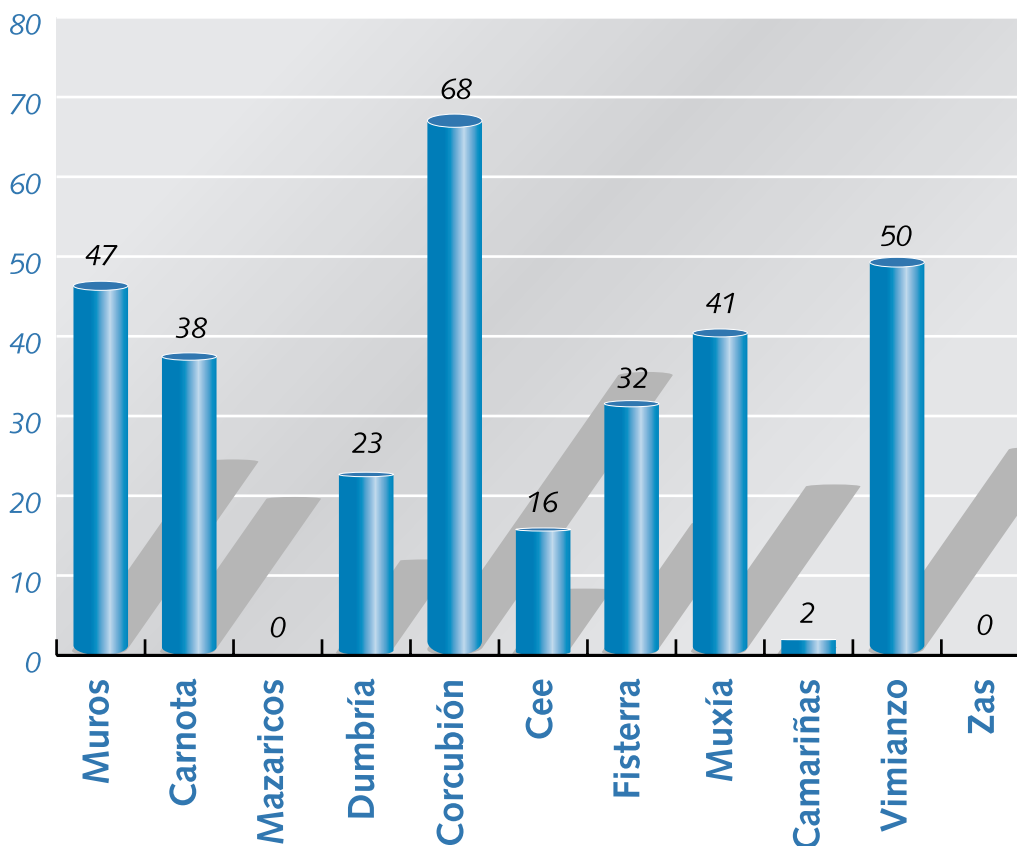


ESTABLECEMENTO ESPECIALIZADO POR CONCELLO



O maior número de establecementos especializados aparecen nos concellos cabeceiras de comarca (Cee , Muros e Vimianzo) e en Camariñas, que presenta un total de establecementos especializados maior e un menor número de establecementos xenéricos.

OUTROS CAFÉS-BARES



24

Loxicamente, ó supoñer case que o 75% do total, os cafes-bares da categoría "outros" presentan unha distribución xeográfica moi similar o do conxunto dos establecementos. Novamente a excepción é Camariñas, onde so o 15% pertencen a esta categoría, ó contrario que no resto do concellos onde o 83% pertencen á mesma.

5. O mercado dos pubs





5.

O mercado dos pubs

5.1 Estructura da actividade (Pax. 27)

A lectura deste apartado desprende as seguintes conclusións:

- > A VIABILIDADE DUN NOVO ESTABLECEMENTO ESTÁ MOI CONDICIONADA Á CAPACIDADE DE DIFERENCIACIÓN FRONTE Á COMPETENCIA E Á DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS.
- > DO ANO 1998 Ó 2001 PRODÚCESE UNHA MEDIA DE 653 ALTAS ANUAIS DE PUBS E CAFÉS-BARES EN GALICIA. AÍNDA QUE SE SEGUEN CREANDO NOVOS ESTABLECEMENTOS CADA ANO, A TENDENCIA TANTO A NIVEL DE GALICIA COMO NA PROPIA COSTA DA MORTE É DE DIMINUCCIÓN DO NÚMERO DE ALTAS.



27

5.1.3 Previsións para o futuro (Pax. 31)

Se pensas montar un pub debes ter presente o seguinte cadro co fin de aumentar ou manter os puntos fortes, permanecer atento ás oportunidades que se che ofrecen e eliminar ou mellorar os puntos febles para combater as ameazas que o mercado nos presenta.

AMEAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">> Dificultade para obter licencias apertura> Competencia> Emigración de mozos> Dispersión da poboación> Circuitos-modas temporais	<ul style="list-style-type: none">> Diversificación de servizo> Especialización de servizos> Horario de apertura> Aumento de tempo libre e renda> Incremento do turismo> Inexistencia de locais dirixidos a adultos
PUNTOS FORTES	PUNTOS FEBLES
<ul style="list-style-type: none">> Diferenciación de local> A xente que traballa no local	<ul style="list-style-type: none">> Baixa diferenciación de locais> Pouca profesionalidade> Decoración do local> Acústica> Pouca oferta de bebidas especiais (coctail, combinados...)> Poucas actividades complementarias nos locais (concertos etc)> Homoxeneidade no tipo de música e ambiente.(comercial-mocidade)> Estacionalidade



5.2.1 Análise das empresas competidoras (Pax. 34)

Volume de facturación

No volume de facturación deste tipo de establecemento inciden varios factores: localidade na que te encontres, localización do establecemento, superficie deste, etc. Constatamos coas entrevistas realizadas a nivel de toda Galicia que, para un local como o definido no epígrafe 2 cunha estrutura organizativa e de persoal de cinco persoas traballando en dúas quendas de oito horas, o volume de facturación se encontra preto dos 190.000 euros, aínda que para a Costa da Morte esta cantidade rondaría os 160.000 euros, debido á característica da empresa - tipo definida no epígrafe 2 de tres persoas traballando (incluído o emprendedor) en lugar de cinco.



5.3 Marketing (Pax. 45)

A lectura deste apartado desprende as seguintes conclusións:

- > **A MEIRANDE PARTE DOS PUBS OFRECEN A MESMA GAMA DE PRODUCTOS. UNHA FORMA DE DIFERENCIACIÓN É BUSCAR SERVICIOS OU ACTIVIDADES QUE NON OFREZA A COMPETENCIA.**
- > **O XEITO HABITUAL DE ESTABLECE-LO PREZO DO PRODUCTO É FIXANDO UNHA MARXE DE Ó REDOR DO 300% SOBRE O PREZO DE COMPRA, AÍNDA QUE ESTA CIRCUNSTANCIA ESTÁ CONDICIONADA POLO PREZO MARCADO POLA COMPETENCIA A PRESTACIÓN DO SERVICIO PRODÚCESE NO MESMO LOCAL.**
- > **A SITUACIÓN DO LOCAL E O BOCA A BOCA É A FORMA MÁIS HABITUAL DE DAR A COÑECER O LOCAL.**



5.4. Análise económico-financeira

5.4.2 Gastos (Pax. 50)

Neste apartado imos analiza-los desembolsos que terás que afrontar, incluso no caso no que non tiveras clientes.

A continuación expoñemos en detalle as diferentes partidas de gastos para un establecemento das características que consideramos para a Costa da Morte, descritas no apartado 2 da presente Guía:

Cadro 9: Gastos anuais estimados para un pub (euros)

Concepto	Importe
Aprovisionamentos*	32.033,28
Persoal	38.043,98
Arrendamentos	19.833,36
Mantemento e reparacións	1.202,00
Subministracións	10.818,00
Outros gastos	2.163,00
Seguros	1.800,00
Servicios exteriores	4.800,00
Amortizacións	13.057,14
Gastos financeiros	3.770,00
Tributos	600,00
Total	128.120,76

*Os aprovisionamentos supoñen o 20 % dos ingresos.
Fonte: Elaboración propia.

Para estima-la partida de persoal tívose en conta o Convenio colectivo de hostalería da provincia da Coruña (DOG 26/09/03). Esta partida inclúe o salario dun camareiro-encargado (721,21 euros brutos/mes), dun aprendiz (480,81 euros brutos/mes) e o do emprendedor (901,52 euros brutos/mes). Para este cálculo consideráronse catorce pagas e a diferenza, ata a cifra que aparece no cadro anterior, corresponde ós importes derivados da Seguridade Social.



5.4.3 Previsión de ingresos (Pax. 51)

A forma máis sinxela de realizar un cálculo aproximado das vendas que vas ter é a través do número de consumicións servidas. Se manexas unhas cifras medias en canto a prezos e número de consumicións, poderás obter un valor aproximado da túa cifra de vendas.

Poñemos un exemplo numérico para aclarar esta idea.

Supoñamos un local tipo, que abre de luns a sábado e coñece que a clientela se distribúe da seguinte maneira:

Cadro 10: Estimación das consumicións vendidas á semana (unidades)*

	luns	martes	mércores	xoves	venres	sábado	total semana
Clientes	211	211	211	295	464	548	1.940

**Estimación realizada supoñendo unha estrutura organizativa de dúas persoas e o emprendedor, xunto coas demais características descritas no apartado 2.*

Por outro lado, analiza a demanda da súa carteira de produtos. Coñecendo este dato, pode establecer un prezo medio das consumicións que serve. O seguinte cadro é un exemplo de cómo podes calcular ese prezo medio:



32

Cadro 11: Estimación do prezo medio dos produtos (% euros)

Producto	% demanda	prezo
Café e sem	35%	0,90
Refrescos e sem	20%	1,20
Repostería	5%	0,75
Tapas	5%	1,00
Cervexa	20%	2,00
Copas	15%	4,50
Prezo medio	100%	1,72

Fonte: Elaboración propia

Para facilita-los cálculos supoñemos que cada cliente só consome un produto. Unha vez que establecemos estas dúas cifras podemos coñecer unha primeira estimación das vendas mensuais:

$$1.940 \text{ consumicións} \times 1,72 \text{ euros/consumición} \times 4 \text{ semanas} = 13.347,20 \text{ euros/mes}$$

Para calcula-la facturación anual deberíamos ter en conta a estacionalidade que sofre esta actividade. Para simplifica-los cálculos consideramos que a facturación é igual en tódolos meses do ano:

$$13.347,20 \text{ euros / mes} \times 12 \text{ meses} = 160.166,40 \text{ euros / ano.}$$

Sen embargo, cando teñas que realiza-la túa propia estimación de vendas si debes incluír ese factor nos cálculos. Para facelo, debes analizar cales son os períodos nos que as vendas son superiores á media e aqueles onde esas vendas son inferiores.

A realización destes cálculos proporcionaranos a estimación de ingresos anuais:

Cadro 12: Estimación de ingresos (euros)

Tipo	Importe
Venda de productos	160.166,40
Total	160.166,40



5.4.4 Estructura da conta de resultados (Pax. 53)

A continuación presentámosche unha sinxela conta de explotación onde rexistrámo-los ingresos e os gastos da actividade expostos nos epígrafes anteriores. Evidentemente, a este resultado habería que deducírle-lo correspondente imposto.

Cadro 13. Estructura da conta de resultados para un pub (euros)

INGRESOS	
Venda de produtos	160.166,40
GASTOS	
Aprovisionamentos	32.033,28
Persoal	38.043,98
Arrendamentos	19.833,36
Mantemento e reparacións	1.202,00
Subministracións	10.818,00
Outros gastos	2.163,00
Seguros	1.800,00
Servicios exteriores	4.800,00
Amortizacións	13.057,14
Gastos financeiros	3.770,00
Tributos	600,00
Resultado bruto de explotación (Ingresos – Gastos)	32.045,64
% sobre volume de vendas	20%

Fonte: Elaboración propia



5.5 Recursos humanos

5.5.2 Estructura organizativa (Pax. 56)

Se temos en conta as hipóteses de partida definidas no apartado 2 desta Guía, para o arranque da actividade son necesarias un mínimo de tres persoas, incluíndo ó emprendedor, organizadas en dúas quendas.

A pesar disto, o número de empregados é unha cifra que aumenta nas épocas de maior traballo, pero será a propia marcha do negocio a que che indique as necesidades de persoal, sobre todo no que respecta a camareiros



Anexo





Factores que inflúen no tamaño de mercado

FACTORES	IMPOR- TANCIA (1,2 ou 3)	FONTES DE INFORMACIÓN	USO
Factores non controlables pola empresa			
ECONÓMICOS			
Nivel de Renda	2	Anuario La Caixa	Tamaño e características da empresa
Taxa de paro	3	IGE	Novos establecementos Prezos e produtos
SOCIOCULTURAIS			
Festas	1	Calendario DOG	Vendas
Hábitos-circuitos	2	Enquisa, observación	Viabilidade da empresa
Demográficos	3	Padrón IGE	Viabilidade futura. Tipo de oferta
Turismo	2	IGE	Tamaño e viabilidade
Emigración xuvenil	3	Padrón IGE	Viabilidade, futuro e organización RRHH
POLITICO LEGAIS			
Lexislación	3	DOG Asociacións etc	Viabilidade
Normas urbanísticas	3	Concello	Ubicación e custos de emprazamento
Comunicacións (estradas)	1	DOG Concellos	Viabilidade e tamaño
COMPETIDORES			
Número de empresas	2	IAE	Tipo de empresa e servizo
Tamaño competidores	1	Registro Xunta	Cota de mercado
Carteira produtos	3	Observación	Definir servizos e produtos
Prezos	3	Observación	Viabilidade e prezos
CLIENTES			
Gasto medio	2	Observación. Encuesta Gasto INE	Prezos, viabilidade
Frecuencia de compra	2	Observación	Viabilidade, organización de RRHH e compras
Factores controlables pola empresa			
Ubicación	2	Datos municipais	Rendibilidade e viabilidade
Tipo de local	3	Observación carencias	Deseño e ambiente
Carteira de produtos	3	Provedores	Captación de clientes e marxes beneficios
Prezo	1	Entrevistas, observación	Viabilidade e captación de clientes
Calidade	3		
Ambiente físico e musical	3	Observación e revistas, internet	Captación de clientes





Autores

Autor da información orixinal: OBZ Management Consulting.

Autores da adaptación:

M^a Josefa Jiménez Sánchez. *Concello de Camariñas. Técnico Local de Emprego.*

Juan José Quintás Blanco. *Concello de Muxía. Técnico Local de Emprego.*

Emilio González Ramos. *Concello de Camariñas. Axente de Desenvolvemento Local.*

A participación dos Técnicos Locais de Emprego (TLEs) neste proxecto forma parte das actuacións previstas no protocolo de colaboración entre o Igape e a Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais de data 12 de setembro de 2003.



