

Restaurantes

*Plan de Desenvolvemento Integral de Ferrol, Eume e Ortegal

25*





RESTAURANTES

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN FERROL, EUME E ORTEGAL



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
1.1. Introducción e forma de uso.	7
2. DESCRIPCIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO	11
3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS	15
4. O CONTEXTO SECTORIAL	19
4.1. Os servizos de restauración	20
5. ANÁLISE DO MERCADO	27
5.1. Referencias estatísticas xenéricas	27
5.1.1. Análise da oferta	28
5.1.2. Análise da demanda	35
5.1.3. Definición dun método de cálculo xenérico do tamaño do mercado	38
5.2. Márketing	40
5.2.1. Produto	40
5.2.2. Prezo	41
5.2.3. Forza de vendas	42
5.2.4. Promoción	42
5.3. Análise económico-financeira	43
5.3.1. Investimentos	43
5.3.2. Gastos	45
5.3.3. Previsión de ingresos	46
5.3.4. Análise da rendibilidade empresarial e estrutura da conta de resultados	47
5.3.5. Financiamento	49
5.4. Recursos humanos	50
5.4.1. Perfil profesional	50
5.4.2. Estrutura organizativa	51
5.4.3. Servizos exteriores	52
5.4.4. Convenios colectivos aplicables	52
6. VARIOS	55
6.1. Normas sectoriais de aplicación	55
6.2. Axudas	56
6.3. Organismos	57
6.3.1. Organismos oficiais	57
6.3.2. Asociacións profesionais	57
6.3.3. Centros de estudo	58
6.5. Páxinas útiles na Internet	60
6.6. Bibliografía	61
6.7. Glosario	62
7. ANEXOS	67
7.1. Anexo de información estatística de interese	67
7.2. Anexo de feiras	71
7.3. Anexo sobre modalidades de contratación	72
7.4. Anexo de formación	73
7.5. Anexo de provedores	75
7.6. Anexo de páxinas web de interese	77
7.7. Reflexións para a realización do estudo de mercado	78
8. NOTA DOS AUTORES	81

1. Introducción





1. INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción e forma de uso

Bic Galicia e a UPD Coordina Local, no marco do **Plan de Desenvolvemento Integral de Ferrol, Eume e Ortegal**, desenvolveu un estudo sobre as oportunidades de negocio neste territorio no que se analizan 21 actividades empresariais.

As comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal suman 20 concellos en total, distribuídos entre Ferrol (Ares, As Somozas, Cedeira, Fene, Ferrol, Mugar dos, Moeche, Narón, Neda, San Sadurniño e Valdoviño), Ortegal (Mañón, Cariño, Cerdido e Ortigueira) e Eume (Cabanas, A Capela, As Pontes de García Rodríguez, Pontedeume e Monfero).

A elección das actividades realizouse en colaboración cos/as axentes de emprego e desenvolvemento local, priorizando aqueles sectores vinculados cos novos viveiros de emprego que non se atopan suficientemente explotados na zona.

Para realizar o estudo, aplicouse o **Sistema de Detección de Oportunidades de Negocio** de Bic Galicia, actualizando e adaptando a información contida neste, ás bisbaras de Ferrol, Eume e Ortegal.

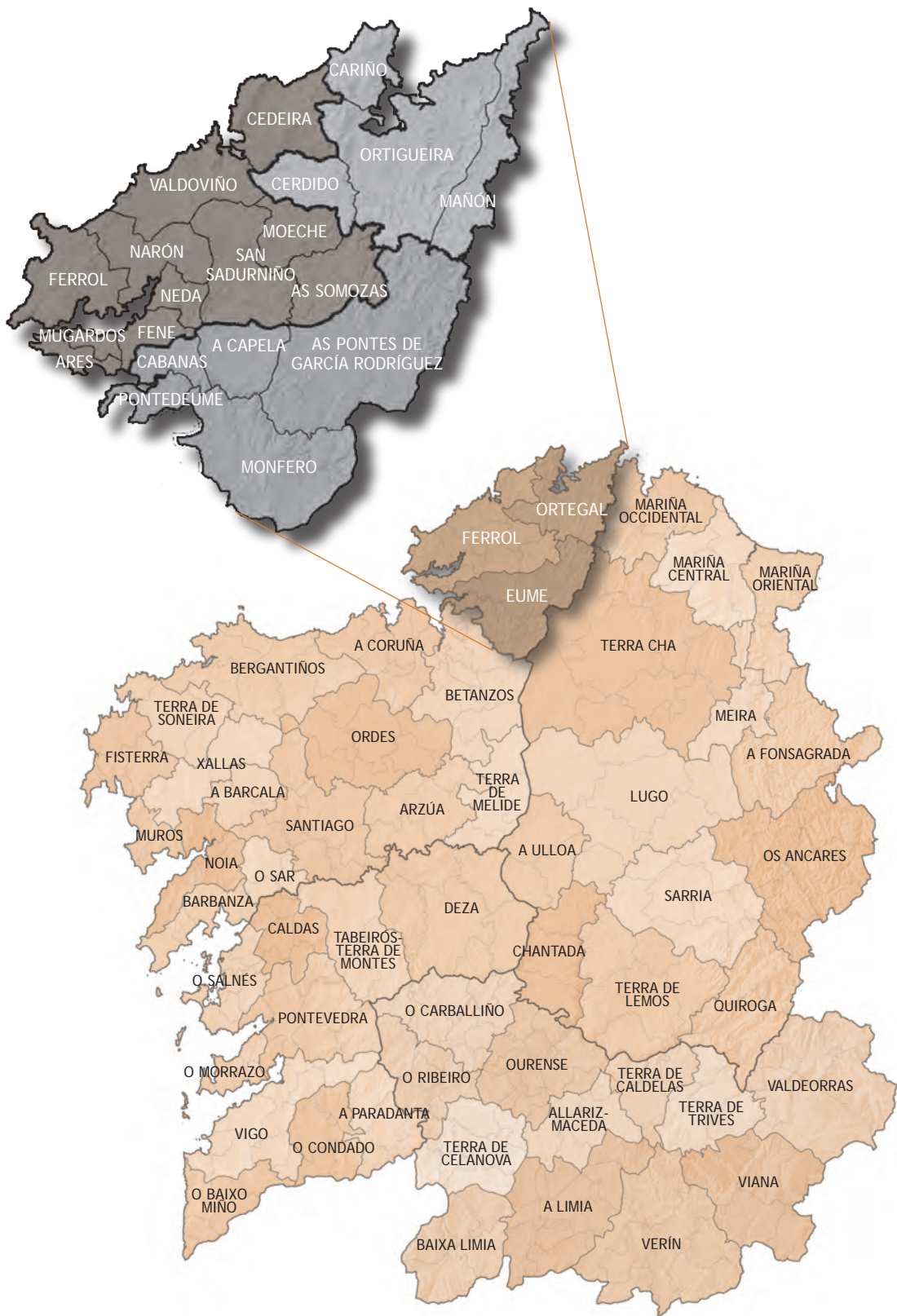
Un dos obxectivos prioritarios deste sistema é facilitar aos técnicos que traballan no apoio á creación e consolidación de empresas, -en distintos organismos e asociacións do territorio-, así como aos propios emprendedores, a metodoloxía necesaria para analizar o potencial dunha idea de negocio e estudar a súa viabilidade.

A selección das 21 oportunidades de negocio non significa, obviamente, que moitas outras das 142 actividades analizadas a través do Sistema de Detección de Oportunidades de Negocio non supoñan unha oportunidade empresarial para as persoas emprendedoras das comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal.

A presente publicación é de ámbito comarcal. Para obter información a nivel galego e estatal sobre a actividade, debe consultarse a guía de referencia autonómica: **Restaurantes** dentro do propio Sistema de Detección de Oportunidades de Negocio. Desta forma rendibilizarase ao máximo o propio sistema, optimizando o seu uso.

A colección completa de Oportunidades de Negocio pode consultarse e descargarse en formato electrónico no portal web: <http://guias.bicgalicia.es>





2. DESCRICIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO





2. DESCRICIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO

Os restaurantes inclúense dentro da actividade da restauración, que son as dedicadas, de forma habitual e profesional, a abastecer en establecementos (fixos ou provisionais) abertos ao público en xeral, comidas e bebidas para ser consumidas no propio local ou noutro lugar.

Os establecementos de restauración clasifícanse nos seguintes grupos e categorías:

- restaurantes
- bares
- cafeterías
- furanchos

Nesta Guía de Actividade ocuparémonos de analizar a oferta de restaurantes, de coñecer as características do seu funcionamento e do tipo de mercado no que desenvolven a súa actividade.

Os restaurantes considéranse establecementos públicos dedicados a servir, mediante prezo, comidas e bebidas para ser consumidas no mesmo local. Clasifícanse en función da calidade dos seus servizos, instalacións, etc. en categorías: luxo, primeira, segunda, terceira e cuarta; os seus distintivos son, respectivamente, cinco, catro, tres, dous e un tenedor colocados verticalmente un á beira do outro. Este distintivo consígnase no exterior do establecemento, na propaganda impresa, nas cartas, nos menús e nas facturas; desta forma, a categoría asignada é sempre visible.



Segundo a Clasificación Nacional de Actividades Económicas do 2009, esta actividade identifícase baixo o epígrafe 5610 e inclúese dentro do epígrafe 55.300 segundo o CNAE-93.

Existe outro sistema de clasificación menos utilizado chamado SIC (Standard Industrial Classification). De acordo con este sistema, a actividade inclúese dentro do sector 58 referente a bares e restaurantes e identifícase co código 58.12.

A continuación identificamos a actividade en ambos os sistemas:

CNAE-93	SIC
55 Hostalería	58 Bares e restaurantes
55.30 Restaurantes	58.12 Restaurantes
55.300 Restaurantes	
CNAE 2009	
5610 Restaurantes e postos de comidas	

A empresa tipo considerada na análise desta actividade está incluída dentro dos restaurantes de entre 40- 50 prazas, por ser os máis apropiados para ser creados por un emprendedor. consideramos esta tipoloxía en base a unha serie de condicións:

- Son os máis representativos na comarca de Ferrol, Eume e Ortegal.
- Non requiren investimentos moi elevados para iniciarse na actividade.
- Xeran un volume de emprego de 1 a dous asalariados por establecemento ademais do propietario, que colabora nas funcións de atención ao cliente (maître), fundamentalmente.

Analizamos as empresas dedicadas á restauración nas comarcas de Ferrolterra, Eume e Ortegal facilitadas polo Servizo de Ordenación do Turismo da Dirección Xeral de Turismo da Consellería de Innovación e Industria e polas distintas Asociacións Empresariais do sector da hostalería. A continuación, ofrecémosche as características básicas do tipo de establecemento hostaleiro máis habituais nas tres comarcas:

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DO RESTAURANTE TIPO	
CNAE 1993	55.30
CNAE 2009	56.10
SIC	58.12
IAE	671 Servizos en restaurantes
Facturación	293.200 €
Condición xurídica	Persoas físicas
Localización	Zonas urbanas
Persoal e estrutura organizativa	Propietario con 1-2 asalariados
Instalacións	Ao redor duns 150 m ² , con 11-14 mesas con 40-50 prazas
Clientes	Varía en función da tempada e tipo de establecemento
Carteira de produtos	Servizo no establecemento, reserva e encargo telefónico.
Ferramentas de promoción	A situación, asociacións/ entidades de promoción e os propios clientes.
Valor do inmovilizado/investimento	113.500 euros
Importe gastos	241.100 €
Resultado bruto	18%



3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS





3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS

- Debido á evolución económica actual, os hábitos da alimentación fora do fogar pasan por reducir o gasto sen cambiar de local, optan por establecementos máis económicos e diminuír a frecuencia de consumo fora do fogar.
- O 50% do gasto en hostalería e restauración realízanos os novos modelos de fogar (unipersonales, parellas sen fillos e parellas cun só fillo), colectivos en fase de crecemento.
- Nas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal hai un considerable número de restaurantes, predominando os dun tenedor, cunha capacidade media de 63 persoas, o que supón ao redor dunhas 15/16 mesas.
- Dentro do sector da hostalería, os restaurantes son os que maior emprego xeran. A maioría dos establecementos posúen de 1 a 2 asalariados. Por comarcas, é a de Ferrol a que maior volume de emprego xera nesta actividade.
- A maioría dos establecementos posúen unha carteira de clientes que presentan máis dun tipo de perfil diferente, dependendo a súa afluencia da época do ano ou do período da semana no que nos atopemos.
- A maioría dos restaurantes ofrecen uns menús baseados na cociña tradicional e na utilización das materias primas da zona, ademais contan con menús especiais de tempada.
- Existe liberdade absoluta á hora de determinar os menús a ofertar ademais dos prezos. Aínda que á hora de confeccionar os menús deberemos de buscar unha diferenciación en produtos, calidade e servizo.
- Os prezos establécense en función dos produtos ofertados, a calidade do servizo e as condicións do establecemento. Adoitan ser bastante homogéneos entre restaurantes con categoría e características similares. A localización do establecemento non adoita ser determinante neste aspecto.
- Con independencia da categoría, deberán garantirse unhas condicións mínimas de equipamento e saneamento definidas na normativa que rexe o funcionamento deste tipo de establecementos.
- Se se opta polo arrendamento do local os investimentos iniciais redúcense e non son demasiado elevadas.
- É obrigatorio que a empresa inscribese no Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas (REAT) do Servizo de Ordenación Turística da Consellería de Innovación e Industria.
- En canto á carteira de produtos e servizos varía en función do tipo de establecemento. Practicamente a totalidade ofrece un servizo de reserva e encargo telefónico. Os servizos a domicilio, pola contra, adoitan ofrecerse por aqueles restaurantes especializados neste tipo de comidas, polas características dos seus clientes.
- O custo en publicidade é bastante reducido, o mellor labor comercial do establecemento atoparala nos propios clientes, o “boca a boca” é extremadamente importante.



4. O CONTEXTO SECTORIAL





4. O CONTEXTO SECTORIAL

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > *OS FACTORES DETERMINANTES DA DEMANDA DOS SERVIZOS DE RESTAURACIÓN.*
- > *OS ESTABLECEMENTOS NOS QUE SE ENCADRAN OS SERVIZOS DE RESTAURACIÓN.*
- > *OS TIPOS DE ESTABLECEMENTO QUE PRESTAN SERVIZOS DE HOSTALERÍA E RESTAURACIÓN EN GALICIA.*
- > *O VOLUME DE EMPRESAS XERADORAS DE EMPREGO NA ACTIVIDADE EN GALICIA.*



A análise do contexto sectorial achega as seguintes conclusións básicas:

- En agosto de 2007, o sector da hostalería xeraba en Galicia un total de 21.795 empresas, das cales 3.697 eran restaurantes e 899 hoteis que correspondían, maioritariamente, a empresas cun ou dous asalariados.
- A evolución das empresas de hostalería foi positiva ata o ano 2002 no que se produce un descenso dun 3,62% con respecto ao ano anterior. Para o ano 2007, a evolución con respecto ao ano anterior sufriu un aumento do 1,06%.
- En maio do 2007 estaban rexistrados no REAT 5.237 restaurantes que ofertaban un total de 331.429 prazas. O tamaño medio destes establecementos é dunhas quince mesas, aproximadamente.
- Xeograficamente, a provincia de Pontevedra é a máis numerosa en canto a establecementos (2.000), pero en número de prazas A Coruña ocupa o primeiro lugar con 128.180, o que representa case o 40% da totalidade de prazas dos restaurantes existentes en Galicia.

4.1. Os servizos de restauración

Que entendemos por servizos de restauración?

Cal é a situación da restauración en Galicia?

Que factores determinaron o aumento na demanda de servizos de restauración?

Cantos restaurantes hai en Galicia? E que características teñen?

O sector da hostalería comprende, entre outras, as actividades relacionadas coa hotelería e a restauración. Esta última é levada a cabo, principalmente, por hoteis, cafés e restaurantes.

Os novos hábitos de vida motivaron un incremento de visitas a este tipo de establecementos e cada día aumenta o número de persoas que ven obrigadas a comer fóra de casa por motivos profesionais.

Ao mesmo tempo, produciuse un cambio na valoración do tempo de lecer: o ritmo de vida que leva durante a semana impulsa, cada vez a máis persoas, a reunirse para comer ou cear fóra os fins de semana.

Tamén hai unha importancia crecente de comedores de empresas, universitarios, colexios, etc. Este tipo de servizos son denominados colectividadeas.

Doutra banda, a restauración é un elemento fundamental para o turismo. O número de restaurantes e cafeterías son indicadores relevantes da capacidade de acollida ás persoas que nos visitan e supón unha considerable e positiva achega ao desenvolvemento, tanto do turismo exterior como do interior. A demanda é crecente a nivel nacional e, en consecuencia, mostra a elevación do nivel de vida dos últimos anos.

En agosto de 2007, o sector da hostalería xeraba en Galicia un total de 21.795 empresas, das cales 3.697 eran restaurantes e 899 hoteis que correspondían, maioritariamente, a empresas cun ou dous asalariados. A evolución das empresas de hostalería foi positiva ata o ano 2002 no que se produce un descenso dun 3,62% con respecto ao ano anterior. Para o ano 2007, a evolución con respecto ao ano anterior sufriu un aumento do 1,06%.

Cadro 1: Evolución das empresas de hostalería, Galicia, 2000-2007* (unidades)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Hostalería	20.929	21.084	20.320	21.184	22.036	21.716	21.566	21.795
Hoteis	855	877	803	846	973	912	895	899
Restaurantes	3.264	3.305	3.247	3.390	3.616	3.586	3.645	3.697
Establecementos de bebidas**	16.251	16.267	15.574	16.212	16.655	16.390	16.161	16.281

Fonte: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística (INE). *Datos de agosto de 2007 ** Cafeterías, pubs e discotecas.



Debemos destacar a forte estacionalidade da actividade tanto a nivel de vendas como de emprego, xa que ambos están intimamente relacionados. Os meses de verán son os que rexistran unha maior afluencia de clientes, o que non é de estrañar debido a que nesta época gózase de vacacións e de máis tempo de descanso e lecer. Esta concentración nas vendas provoca que, para este período, cóntese cun persoal máis numeroso que poida atender o incremento da demanda.

En canto á oferta de restaurantes en Galicia, en maio do 2007 estaban rexistrados no REAT 5.237 restaurantes que ofertaban un total de 331.429 prazas. O tamaño medio destes establecementos é dunhas quince mesas aproximadamente. Se se traballa a pleno rendemento, pódese dar servizo a sesenta persoas en cada quenda de comidas.

Cadro 2: Restaurantes por categoría, número e prazas, Galicia, 2007* (unidades)

Restaurantes	Número	Prazas
5 Tenedores	1	200
4 Tenedores	5	379
3 Tenedores	21	3.543
2 Tenedores	974	95.480
1 Tenedor	4.236	231.827
Total	5.237	331.429

Fonte: Servicio de Ordenación Turística. Consellería de Innovación e Industria. *Datos de mayo de 2007

Como podes ver no cadro, os restaurantes predominantes eran os de un tenedor. Hai rexistrados 4.236 que ofertaban 231.429 prazas, o que representa máis do 81% da oferta hostaleira en Galicia en número de establecementos e máis do 80% en canto ao número de prazas.

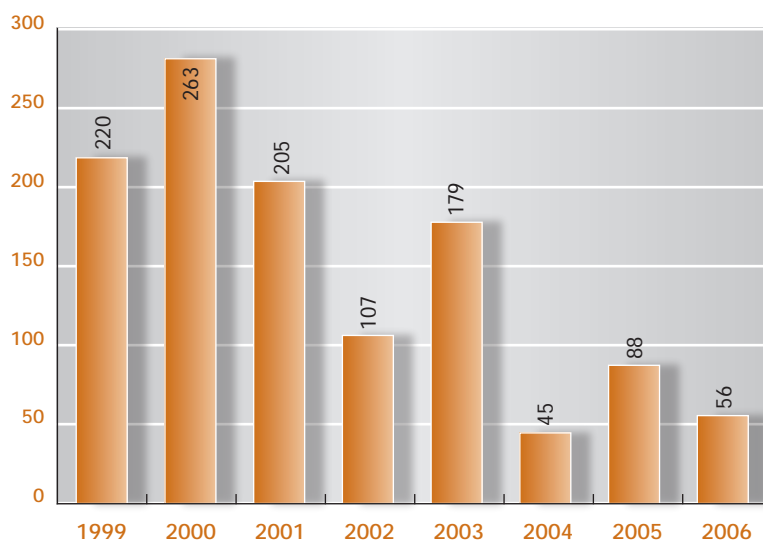
Xeograficamente, a provincia de Pontevedra é a máis numerosa en canto a establecementos (2.000), pero en número de prazas A Coruña ocupa o primeiro lugar con 128.180, o que representa case o 40% da totalidade de prazas dos restaurantes existentes en Galicia.

No apartado 7.1 Anexo de Información Estatística de Interese podes observar a distribución por provincias do número de restaurantes e prazas para Galicia.

Se analizamos a evolución de altas de restaurantes desde 1999 ata o 2000, observamos que se produciu un incremento medio do 19,5%. A partir deste ano produciuse unha diminución progresiva no número de altas, resultando un decrecemento medio ata o 2002 do 34,9%. Con todo, do 2002 ao 2003 a taxa de altas anuais foi crecente (67,29%), taxa que volveu diminuír en 2004 para investirse de novo no 2005 cun crecemento do 95% con respecto ao ano anterior. No 2006 volve descender nun 36%.



Cadro 3: Gráfica da evolución de altas de restaurantes, Galicia, 1999-2006(unidades)



Fuente: Servicio de Ordenación Turística. Consellería de Innovación e Industria

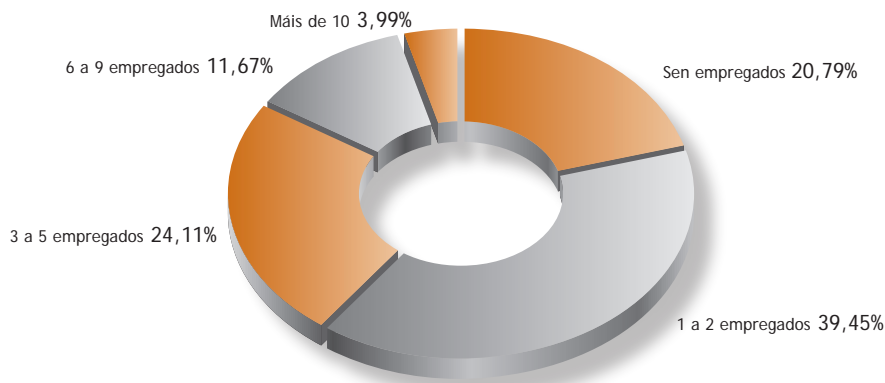
Analizando as altas que se rexistran cada ano vemos que en sete anos, o sector sufriu unha importante caída no número de restaurantes e tamén no número de prazas, que alcanzou un mínimo no ano 2004. Para o ano 2005 apréciase unha clara recuperación, sendo o total de restaurantes contabilizados 7610, os cales ofertan un total de 324.939 prazas, caendo de novo no 2006.

No apartado 7.1 Anexo de Información Estatística de Interese ofrécese o número de prazas ofertadas nos restaurantes galegos desde o ano 1999 ata o 2006. A evolución no número de restaurantes desde 1999 sufriu grandes cambios tanto positivos como negativos, destacando a tendencia decreciente desde o ano 2000. O peor ano nesta evolución rexístrase en 2004, no cal o número de prazas de restaurantes redúcese drasticamente cunha caída do 75%. Para o ano 2005 a tendencia invístese de novo cun crecemento do 135%, aínda que a pesar deste notable crecemento, está lonxe de alcanzar as cifras de anos anteriores, ademais vemos como no 2006 a cifra volve reducirse, con 5.237 prazas.



En canto ao emprego xerado pola actividade de restauración, das 3.697 empresas censadas polo INE en Galicia en agosto de 2007, 1.463 tiñan un ou dous asalariados, o que representa o 42% da oferta. Usamos os datos do INE porque é onde mellor pódese ver a evolución do emprego. A continuación mostrámosche na gráfica a distribución da oferta segundo tramos de ocupación.

Cadro 4: Gráfica da distribución de restaurantes segundo estrato de asalariados, Galicia, 2007* (%)



Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística (INE). *Datos de agosto de 2007

Incluimos agora unha táboa para que vexas a evolución das empresas xeradoras de emprego (propio e por contratación allea).

Cadro 7: Evolución dos restaurantes que xeran emprego, Galicia-España, 2000-2007* (unidades/%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Galicia	3.264	3.305	3.247	3.390	3.616	3.586	3.645	3.697
% Variación	00/01	02/01	02/03	03/04	04/05	04/05	05/06	06/07
	1,26	-1,75	4,4	6,67	0,83	1,64	1,65	1,43

Fonte: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística (INE). *Datos de agosto de 2007

O emprego en Galicia nos últimos anos presenta un crecemento cada vez menor onde, incluso, chega a ser negativo para o penúltimo ano mostrado. No 2000 crece a unha taxa de 1,26%; pero no ano 2001 aínda se aparta máis da evolución de España ao decrecer a unha taxa do 1,75% mentres que no resto de España crece a unha taxa do 1,65%. Xa, no 2002, o crecemento en Galicia é maior que no resto de España. Compensando, en parte, o decrecemento no ano anterior. O mesmo ocorre na evolución o 2004 ao 2005, onde hai un crecemento en Galicia máis elevado que en España. No último ano as empresas a nivel galego creceron un 1,42% e a nivel estatal un 2,23%.

A maior parte do volume de emprego é xerado polos restaurantes rexentados por persoas físicas (en 2005 había en España 28.938); que son seguidos polos establecementos que adoptan como forma xurídica a Sociedade Limitada.

A continuación mostrámosche unha táboa na que podes ver a evolución do emprego en Galicia desde 2000 ata 2007. Presentamos aquí o volume de emprego propio e o das empresas que teñen entre un e dous asalariados:

Cadro 6: Evolución de restaurantes xeradores de emprego, Galicia, 2000-2007* (unidades)

Anos	Sen asalariados	De 1 a 2
2000	815	1.371
2001	774	1.380
2002	711	1.384
2003	770	1.412
2004	769	1.530
2005	764	1.494
2006	782	1.487
2007	771	1.463

Fonte: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística (INE). *Datos de agosto de 2007

No ano 2001 rompe a tendencia de crecemento do emprego propio fronte ás empresas xeradoras dun ou dous ostos de traballo. Esta situación pode deberse a que en parte dos restaurantes que no ano 2000 non contaban con ningún traballador, procederon ao incremento do persoal empregado contratando un ou dous traballadores por conta allea.



Como podes observar na táboa anterior, no 2007, a taxa de crecemento con respecto ao ano anterior é decreciente tanto para os restaurantes sen asalariados como os que teñen dun a dous traballadores, diminuíndo un 1,4% e un 1,61% respectivamente.

No apartado 7.1 Anexo de Información Estatística de Interese recóllese a información estatística sobre emprego na que se basean as conclusións deste epígrafe.



5. ANÁLISE DO MERCADO





5. ANÁLISE DO MERCADO

5.1. Referencias estadísticas xenéricas

A lectura deste capítulo permitirá coñecer:

- > *OS ASPECTOS RELACIONADOS COA OFERTA: SITUACIÓN DA RESTAURACIÓN NA ZONA, EVOLUCIÓN NA CREACIÓN DE EMPRESAS E VOLUME DE EMPREGO QUE XERA.*
- > *OS ASPECTOS RELACIONADOS COA DEMANDA: GASTO MEDIO E HÁBITOS EN RESTAURACIÓN.*
- > *MÉTODO DE CÁLCULO XENÉRICO DO TAMAÑO DE MERCADO DOS RESTAURANTES.*

A lectura deste capítulo permitirache obter as seguintes conclusións básicas:

- Nas comarcas de Ferrolterra, Eume e Ortegal, a evolución na creación de restaurantes oscilou ano tras ano ata a actualidade. Predominan os restaurantes de cuarta categoría.
- En canto ao número de prazas ofertadas, segue a mesma tendencia, de creación de prazas, con todo o número de restaurantes descende.
- A súa situación actual e perspectivas de futuro son consideradas como boas por parte dos propietarios, con todo a tendencia futura é dun crecemento moderado, sendo un factor fundamental a diferenciación na creación de novos establecementos. É necesario mellorar os locais e a cualificación profesional dos novos empresarios.
- En canto á forma xurídica hai unha importante presenza das persoas físicas, xa que máis do 50,79% dos establecementos pertencen a empresarios que elixiron esta opción, seguidos das S.L.
- O gasto medio por persoa en Galicia durante o 2006 en comidas e bebidas fóra do fogar é de 770,24 € anuais.
- Gasto medio fóra do fogar en alimentación é un 38% e os principais consumidores son persoas soas menores de 65 anos, parellas sen fillos e parellas cun fillo. O gasto medio por fogar fóra de casa é de 2.155,18 € anuais.



5.1.1. Análise da oferta

5.1.1.1. Número de empresas e a súa distribución territorial

*Cantos restaurantes hai na zona?
Como están distribuídos?*

A Consellería de Innovación e Industria, a través da Dirección Xeral de Turismo e do Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas (REAT) do Servizo de Ordenación Turística, contabiliza o número de empresas dedicadas á hostalería e o número de prazas ofertadas por cada unha delas. Pola súa banda o Censo de Empresas da Cámara de Comercio, recolle o número de empresas existentes dentro da demarcación cameral en función da actividade a desenvolver.

Con todo, ao poder proporcionarnos o REAT datos que non figuran no censo, como é o caso do número de prazas, utilizaremos este rexistro para a maior parte da análise de mercado que realizaremos a continuación.

No 2007 había nas comarcas de Ferrolterra, Eume e Ortegal un total de 217 restaurantes. En canto á súa capacidade media era de 72 prazas, o que significa unhas 18 mesas por establecemento. Os restaurantes predominantes eran os de cuarta categoría que representan o 70,05% da oferta en restauración das tres comarcas, con 152 establecementos. Ademais non había ningún de 5 tenedores.

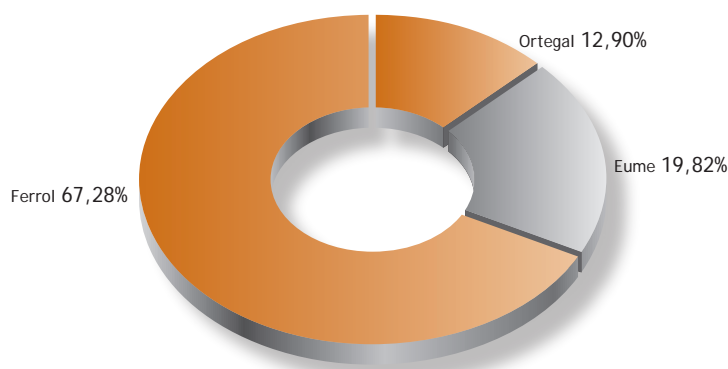
Cadro 7: Restaurantes por categoría, número e prazas, Comarcas de Ferrolterra, Eume e Ortegal, 2007 (unidades)

Restaurantes	Número	Prazas
4 Tenedores	1	24
3 Tenedores	1	100
2 Tenedores	63	5862
1 Tenedor	152	9533
Total	217	15519

Fonte: Servicio de Ordenación Turística. Consellería de Innovación e Industria* Datos REAT de 2007

A continuación representamos cómo se distribúen os restaurantes das tres comarcas e as súas prazas:

Cadro 8: Gráfica da distribución de restaurantes nas tres comarcas, 2007 (unidades)

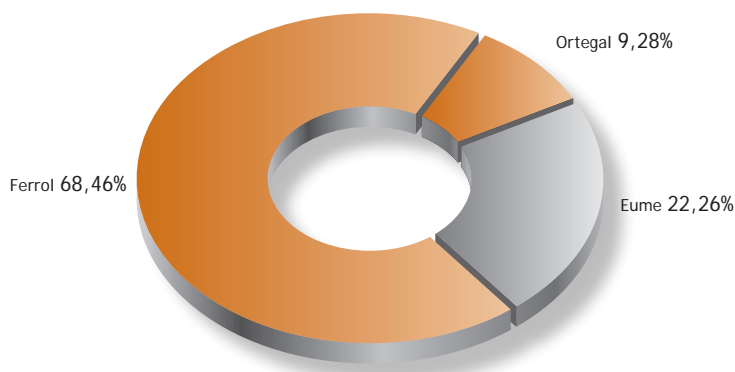


* Datos REAT de 2007

Fonte: Servicio de Ordenación Turística. Consellería de Innovación e Industria



Cuadro 9: Gráfica da distribución das prazas de restaurantes nas tres comarcas, 2007 (unidades)



* Datos REAT de 2007

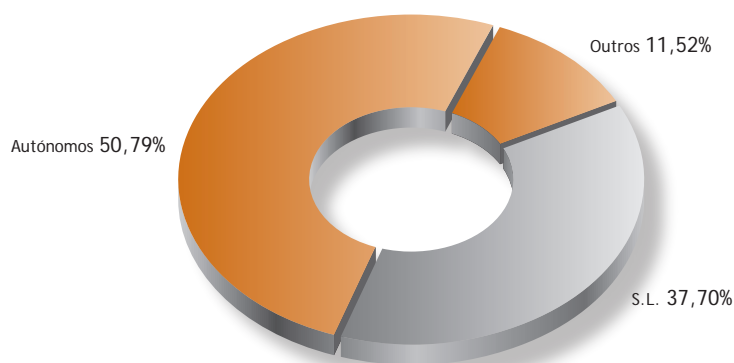
Fuente: Servicio de Ordenación Turística. Consellería de Innovación e Industria

En canto á forma xurídica dos restaurantes, ten importantes repercusións, tanto para a posta en marcha do negocio como para o seu desenvolvemento posterior, debido ás implicacións económicas, fiscais e legais.

Analizando a distribución por forma xurídica no sector da hostalería en Ferrolterra, observamos unha importante presenza da figura da persoa física, xa que máis do 50,79% dos establecementos do sector presentan esta forma. Con todo, aínda que os restaurantes presentan a mesma tendencia que a totalidade do sector, non o fan

dunha forma tan maioritaria, xa que as sociedades limitadas posúen tamén unha presenza importante, tal e como observamos no seguinte gráfico:

Cadro 10: Gráfica da distribución de restaurantes pola súa condición xurídica, Ferrol, Ortegal y Eume, 2007 (unidades)



Fonte: IGE. Datos 2007

Clasificamos como "Outros" a outras formas de asociacionismo non tan comúns dentro da actividade, como comunidades de bens, sociedades civís, sociedades cooperativas, etc.



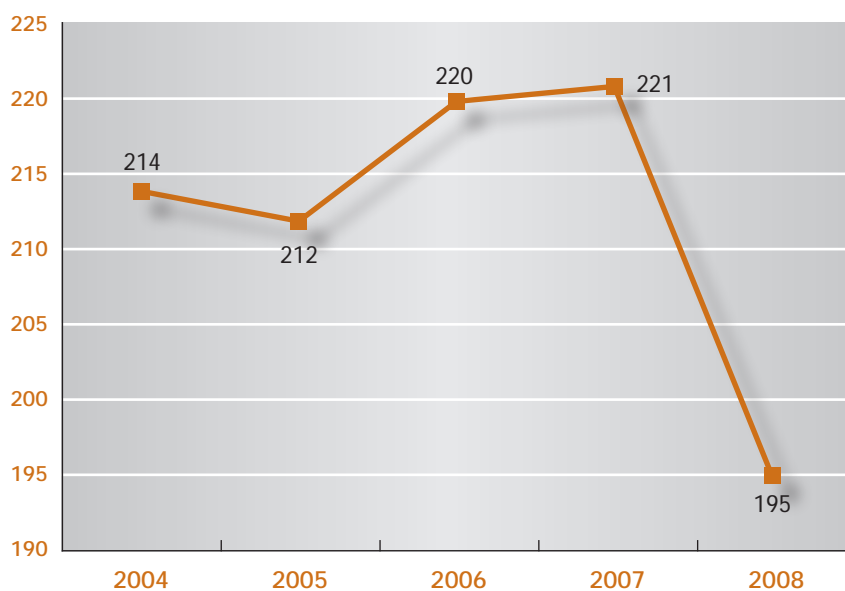
5.1.1.2. Evolución na creación de empresas

Resulta atractivo o mercado da restauración para decidirse a crear novas empresas?

Os datos achegados polo REAT permítenos analizar a evolución da creación de novos restaurantes e o número de prazas ofertadas.

En canto á evolución do número de restaurantes, podemos observar que no período obxecto de análise (2004-2008) o seu número vai oscilando ano tras ano. O maior incremento podémolo observar no ano 2006 cun 3,77% máis de restaurantes respecto ao período anterior. Pola contra, o maior descenso corresponde ao 2008, cun 11% menos respecto ao 2007, seguido polo ano 2005 con respecto ao 2004, que descende un 0,93%. Esta diminución do 2008 provén da bisbarra do Eume, onde desapareceron 33 restaurantes.

Cadro 12: Gráfica da evolución de número de restaurantes, Ferrolterra, Eume e Ortegal, 2004-2008 (unidades)



Datos REAT a Enero de 2009

Fonte: Servicio de Ordenación Turística. Consellería de Innovación e Industria

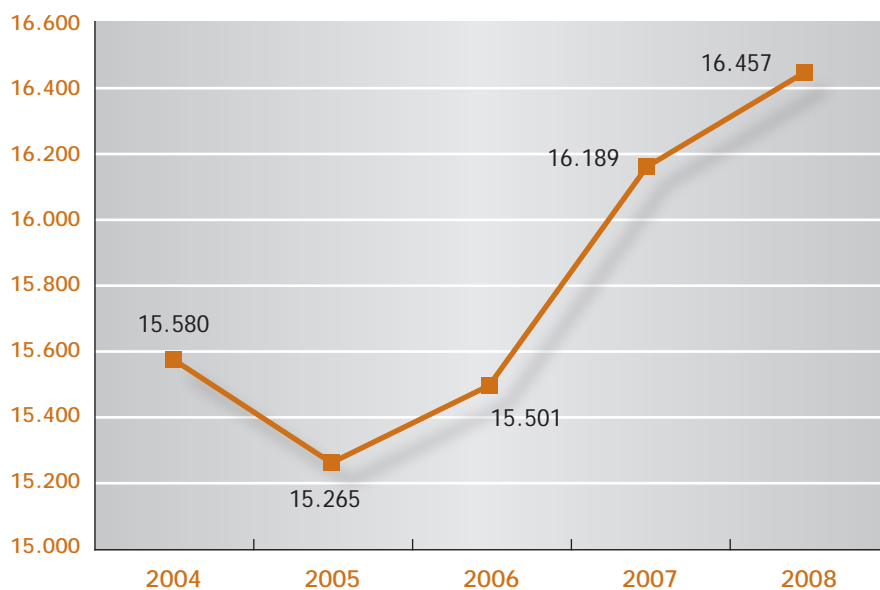


30

No gráfico que vén a continuación ofrécese o número de prazas ofertadas nos restaurantes das tres bisbarras dende o ano 2004 ata o 2008.

Ao igual que sucede na evolución do número de establecementos, o número de prazas oscila ano tras ano, aínda que no último período rompe esta tendencia cun crecemento medio do 2,54%.

Cadro 14: Gráfica da evolución de prazas de restaurantes, Ferrolterra, Eume e Ortegal, 2004-2008 * (unidades)



Datos REAT a Enero de 2009

Fonte: Servicio de Ordenación Turística. Consellería de Innovación e Industria

Foi no ano 2007 no que se produciu un maior incremento con 688 prazas máis que no 2006.

Analizando conxuntamente a evolución do número de altas en restaurantes e o número de novas prazas observamos que, aínda que baixa o número de restaurantes no 2008, aumenta o número de prazas existentes. Isto fainos supoñer que se incrementou a capacidade daqueles que permaneceron na actividade, existindo unha tendencia crecente na creación de prazas de restauración.



31

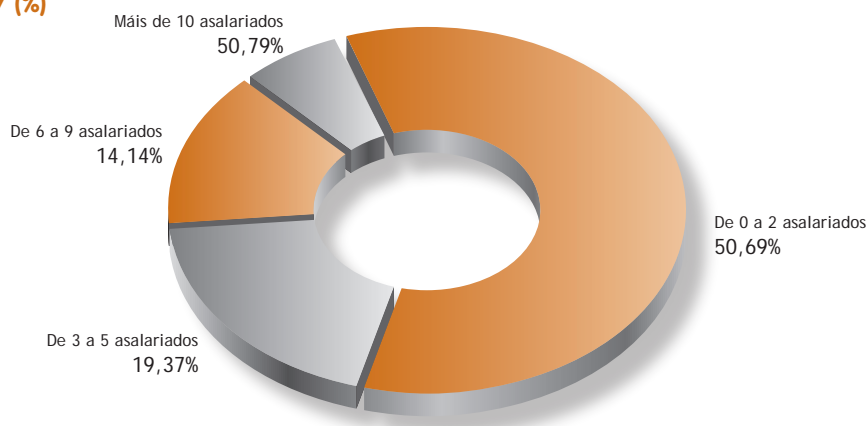
5.1.1.3. Volume de emprego xerado

Cantas persoas empregan os restaurantes?

Existe estacionalidade no emprego?

A análise do nivel de emprego revélanos a importancia do sector hostaleiro na economía, indicándonos ademais o tamaño dos establecementos, xa que soamente na bisbarra de Ferrolterra o número de persoas ocupadas no sector da hostalaría sería unha media de 3.143 persoas no 2007.

Cadro 15: Gráfica da distribución de restaurantes segundo estrato de asalariados, Ferrol, Ortegal e Eume, 2007 (%)



Fonte: IGE (Explotación do directorio de empresas e unidades locais) Setembro de 2008

Segundo o IGE nas bisbarras de Ferrol, Eume e Ortegal, dentro do sector hostaleiro, os restaurantes son os que presentan unha maior porcentaxe de persoal asalariado xa que, por termo medio, contan cun número de traballadores que oscila entre cero e dous persoas. Ademais, se temos en conta que máis do 50,79% dos restaurantes pertencen a empresarios autónomos, un destes traballadores adoita ser o propietario do establecemento polo que estaríamos a falar de 1 a 3 traballadores. É necesario destacar que, en determinadas ocasións, o número de asalariados é máis numeroso para poder atender a flutuacións temporais da demanda, como é o caso de Semana Santa e a tempada de verán, do 15 de xullo ao 18 de Agosto, época na que hai unha maior afluencia de turistas.



32

O emprego, polo tanto, está directamente relacionado coa dimensión da actividade xa que é lóxico que aqueles concellos con maior número de establecementos (restaurantes) xeren un maior volume de emprego nesta actividade, sendo a bisbarra de Ferrol a que un crea un maior número de emprego propio e asalariado neste tipo de establecementos. Do mesmo modo, é de supoñer que a maior parte do volume de emprego é xerada polos restaurantes rexentados por persoas físicas, xa que son os máis numerosos, seguido por número a grande distancia dos establecementos que adoptan como forma xurídica a Sociedade limitada.

5.1.1.4. Aspectos comúns dos establecementos

Que aspectos comúns debo considerar á hora de montar un restaurante?

Os establecementos restaurantes, segundo a normativa que os regula, deberán reunir as seguintes condicións mínimas:

- comedor independente da cociña
- cubertería inoxidable
- vaixela de louza ou vidro irrompible
- cristalería sinxela en bo estado de conservación
- servilleta de tea ou papel
- servizos sanitarios decorosos

- persoal perfectamente aseado
- carta que ofrezca varios pratos

O restaurante debe contar cunhas instalacións acordes á súa categoría. En todos os establecementos, a instalación da maquinaria e útiles relativos a cocinas, refrixeración, calefacción, elevadores e cámaras frigoríficas, calquera que sexa o sistema de funcionamento, deberá reunir as condicións técnicas esixidas polos organismos competentes e instaláranse de modo que se eviten os ruídos e vibracións, conforme aos procedementos técnicos pertinentes, dotándoos da máxima seguridade. Así mesmo, disporán de aparatos protectores contra incendios e instruirán o persoal sobre as medidas a tomar en caso de sinistro.

Con independencia dos elementos de inmovilizado que necesitarás para a posta en marcha do teu establecemento, existen unha serie de factores comúns a todos os establecementos de restauración que variarán cuantitativamente en función da dimensión e categoría que pretendas para o teu establecemento.

A norma esixe o cumprimento dunha serie de criterios no que se refire a almacenamento e conservación de alimentos. Sintetizámolos nos seguintes puntos:

1. Control de temperaturas (sobre todo no proceso de desconxelación)
2. Asegurar a orde e rotación dos produtos
3. Non existencia de contacto de produtos co chan
4. Situación asignada a cada produto
5. Non existencia de elementos de madeira
6. Cámaras limpas de residuos

No tratamento dos desperdicios obsérvase que o cumprimento da norma se realiza ao 60%. O traballo de campo realizado permitiu visualizar os seguintes aspectos negativos:

- a) Cubos destapados
- b) Reciclaxe incompleta
- c) Colectores non identificados
- d) Limpeza e desinfección insuficiente
- e) Cruces con zonas de conservación ou manipulación de alimentos ao efectuar a retirada dos tubos

No referente á carta, os restaurantes clasificados na categorías de tres, dous e un garfo deben ofrecer ao público, polo menos, un menú da casa, no que, baixo un prezo global, estean incluídos o pan, o viño e a sobremesa. Este menú confeccionarano as empresas, libremente, de acordo co mercado de cada día e o tipo de cociña ao que se dediquen. O menú debe responder, no posible, á cociña típica do lugar ou, no seu defecto, ás especialidades rexionais españolas. O cliente que opte por este menú deberá pagalo integramente, aínda cando renunciase a consumir parte deste.

Así mesmo, no artigo 32 do Decreto 108/2006 do Decreto 108/2006 do 15 de xuño, “polo que se establece a ordenación turística dos restaurantes e das cafetarías da Comunidade Autónoma de Galicia” que regula este sector establece que poderán ofrecerlle ao público os menús e os menús



da casa que estimen. A estes menús fixaráselle un prezo global no que estará incluído o pan e a bebida, e no menú da casa o pan, a bebida e a sobremesa. No impreso da carta de pratos e en forma destacada farase constar a existencia e prezo dos menús e menús da casa, nos que a variación de prezo non poderá vir dada exclusivamente polo día da semana que se oferte.

Os restaurantes darán a máxima publicidade aos prezos dos servizos que faciliten. Ademais confeccionarán unha relación de prezos e servizos nas que se consignará claramente e por separado o prezo de cada servizo. A relación de servizos e prezos deberá exhibirse tanto no interior coma no exterior do establecemento, en lugares que permita a súa lectura sen dificultade.

En todo tipo de restaurantes é obrigatoria a expedición de facturas que xustifiquen o pagamento que os clientes efectuen. En todos os establecementos ten que haber un libro ou follas de reclamacións a disposición dos clientes que se axusten ao modelo oficial facilitado polas Delegacións Provinciais de Turismo. A súa existencia deberá anunciarse nun lugar visible e de doada lectura para os clientes.

Hai unha serie de consideracións comúns para todos os restaurantes:

- Os establecementos son públicos e de libre acceso, polo que queda prohibida calquera práctica discriminatoria inxustificada.
- Con independencia da súa categoría, serán inscritos, de oficio, no Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas.
- De acordo coas súas respectivas categorías, coidarán especialmente a calidade e limpeza dos seus servizos, esmerándose sobre todo no que se refire a:
 - Preparación de comidas e bebidas mediante a utilización de alimentos e ingredientes en perfecto estado de conservación
 - Presentación adecuada de cada prato de acordo co rango de cada establecemento
 - Trato amable e cortés atención rápida e eficaz á clientela
 - Limpeza do local, mobiliario e enxoval
 - Perfecto funcionamento e decoro dos servizos sanitarios
 - Correcta presentación do persoal, incluíndo os da cociña

Os trámites burocráticos que deberás cumprir son:

- En Facenda, darte de alta, tanto se o teu establecemento vai ser rexentado por unha persoa física ou xurídica.
- Na Delegación Provincial de Turismo correspondente, cubrir impresos de solicitude de apertura ou cambio de titularidade, segundo o caso.
- Nas Delegacións Territoriais do Ministerio de Traballo deberás cubrir o impreso de apertura normalizado así como a obtención e legalización do Libro de Visitas, do de Matricula e obtención do calendario laboral.
- No concello ao que pertenza a zona na que pretendes abrir o teu local tamén tes que realizar trámites. Entre eles, deberás solicitar unha licenza de obras, unha licenza de solicitude ou ampliación de actividade e, en caso de que sexa necesario, unha solicitude do cambio de nome de licenza.



5.1.1.5. Análise dos provedores

Cales son as características principais dos teus provedores?

Que aspectos debes valorar para elixir un ou outro provedor?

Cales son os prazos de pagamento a provedores no mercado?

Á hora de montar un restaurante terás que traballar con varios tipos de provedores xa que os vas necesitar para as compras, tanto as referidas aos investimentos para a reforma do local (adquisición de maquinaria e mobiliario) como as dos aprovisionamentos necesarios para prestar os servizos que ofrece este tipo de establecemento.

En xeral, os prazos de pagamento a provedores adoitan ser a mes vencido, o que supón que a conta de provedores actúa como unha fonte de financiamento. É recomendable, no posible, ampliar estes prazos para poder dispoñer de maior tesouraría ou, dito doutra forma, de máis diñeiro en caixa ou no banco.

Á hora de empezar nesta actividade pode resultar interesante negociar cun provedor para traballar o seu produto en exclusiva. A través deste acordo ti comprométesche a traballar unicamente con este produto durante un período determinado de tempo e, a cambio, obtés unha contrapartida económica que pode consistir nun adianto do rappel ou rebaixa no prezo do produto. Os principais provedores que ofrecen este tipo de acordos son os de café, cervexa e refrescos. É unha práctica habitual que o provedor de café che instale a máquina e o muíño de café a cambio dun contrato de exclusividade dun número determinado de anos.

No apartado 7.6 Anexo de Provedores proporcionámosche unha serie de referencias que te orientarán na busca de provedores para o teu negocio.



5.1.2. Análise da demanda

5.1.2.1. Gasto medio por habitante

Cal é o gasto medio por habitante dedicado á restauración?

Segue unha tendencia crecente?

Dependendo da especialización e calidade do servizo, os prezos por menú poden oscilar considerablemente, o que influirá no gasto medio do cliente. Deste modo, podes fixar un prezo que eleve a marxe do teu menú unha vez deducidos os gastos de elaboración, pero sen perder de vista á competencia. Non é aconsellable establecer un prezo que se afaste do prezo medio do tipo de restaurante que pretendas crear xa que poderías perder potenciais clientes; a non ser que teñas claro que os teus usuarios valoran tanto os complementos que ofertas que van asumir o sobreprezo. De tódolos xeitos, pensa que a mellor arma, sobre todo ao principio, é unha boa relación calidade-prezo coa que adquirirás fama entre os clientes.

Con independencia da súa categoría, calquera tipo de restaurante, salvo os de luxo, adoitan ter tres perfís de clientes claramente diferenciados:

- **Cientes diarios**, normalmente por motivos laborais acoden a tomar o chamado “MENÚ DO DÍA”. Os prezos oscilan entre os 7€ e os 10 €.
- **Cientes directivos** de empresa, viaxantes, profesionais liberais... etc, que acoden aos Restaurantes para comer á carta. O prezo destes menús adoita ser entre 30-50 € en diante. Estes restaurantes á carta tamén adoitan programar cociña de tempada (cogomelos, Lación con grelos, Lamprea, etc...).
- **Cientes de fin de semana**, adoitan ser familias. Algúns restaurantes aproveitan o domingo para facer o peche semanal, polo que non teñen este tipo de clientes.

Consideramos que, para un restaurante medio que pretende atender un tipo de clientela media, os prezos orientativos poderían ser os expostos anteriormente xa que serán os que utilizemos, no apartado 5.3 Análise Económico-financieiro, para facer unha aproximación ao volume de facturación.

5.1.2.2. Hábitos á hora de saír a comer

Que hábitos teñen os clientes que acoden aos restaurantes?

É moi difícil xeneralizar os hábitos á hora de saír a comer porque varían en función do tipo de cliente ao que te dirixes. Por esta razón debes pensar se os teus clientes teñen un elevado poder adquisitivo ou se son colectivos que reclaman servizos a baixo prezo (estudantes, traballadores dun polígono industrial, etc.) e cál vai ser o lugar no que te sitúes (non é o mesmo situar o teu local nunha zona de viños e tapas que nunha rúa comercial ou nunha zona céntrica da túa cidade).



36

Se o teu establecemento está situado nunha área de oficinas, a causa do seu horario, terás clientes durante a semana. O normal é que este perfil de clientes valore máis a calidade que a cantidade, pois adoitan ser persoas cun nivel adquisitivo medio ou medio-alto. Se ademais é unha zona céntrica, podes abranguer outro tipo de clientes durante as fins de semana. É aconsellable aproveitar ao máximo as posibilidades do negocio e diversificar os servizos.

Podes decidir situar o teu restaurante nun polígono industrial, aínda que deberás ofertar un servizo diferente porque a maior parte dos teus clientes van ser traballadores que acudirán con frecuencia e que demandarán rapidez, cociña tradicional e baixo prezo. Neste caso, o máis frecuente é que peches os sábados pola tarde e os domingos.

A localización dun restaurante especializado non é determinante á hora de decidir a súa apertura xa que os seus clientes son persoas que demandan ese tipo de servizo/ produto ofrecido e non proximidade ou zona céntrica.

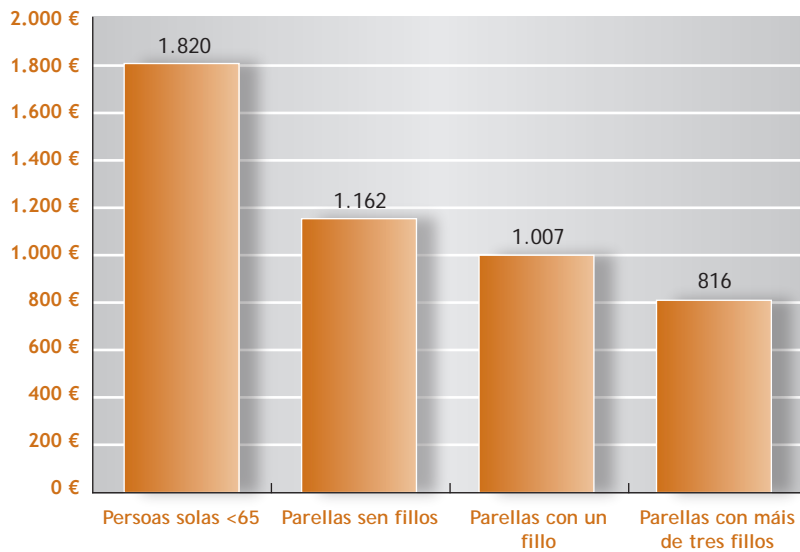
Un estudo realizado no 2008 por PriceWaterhouseCoopers, “Alimentación fuera del hogar: Situación y tendencias” con motivo do VI Congreso HORECA de AECOC, afirma que a nova situación económica está empezando a modificar os hábitos dos españois á hora de comer fóra da casa.

O incremento do prezo do carburante, o custo de financiamento da vivenda e o encarecemento das materias primas reducen a un 9% o gasto en ocio e restauración da renda disponible. O 43,7% dos españois afirma modificar os seus hábitos de consumo extra doméstico como consecuencia do novo ciclo económico.

A poboación empeza a decantarse por adquirir comida preparada ou ben levala para consumila ao aire libre ou nos espazos de traballo, en lugar de comer fóra por motivos laborais. Os hábitos de alimentación extra doméstica pasan por reducir o gasto sen cambiar de local, optar por establecementos máis económicos e diminuír a frecuencia de consumo fóra do fogar.

Por outro lado hai que destacar a transformación social á que estamos a asistir, o 50% do gasto de hostalaría e restauración realízano os novos modelos de fogar (unipersonales, parellas sen fillos e parellas cun só fillo), colectivos en fase de crecemento (supoñen o 55% do total da poboación española).

Cadro 16: Gasto anual per cápita en alimentación fóra do fogar, España, 2007 (€)

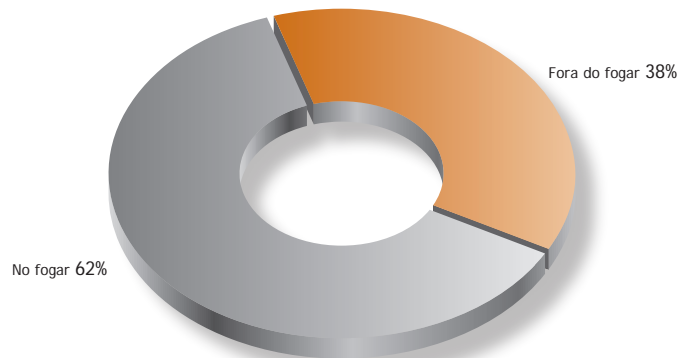


Fonte: INE (Presupostos familiares 2007)

Non hai que esquecer que, en termos xerais, se trata de colectivos con escaseza de tempo e pouco interese pola cociña. Especialmente significativo resulta o feito de que nas persoas menores de 65 anos que viven sós, o consumo fóra do fogar en alimentación e bebidas (49%) é case equivalente ao que realizan nos seus domicilios (51%). Estas cifras sitúanos claramente por enriba da media, que dedica un 38,1% do seu gasto ao consumo extra doméstico e un 61,9% á alimentación no fogar.

A continuación formulámosche esta información de forma gráfica:

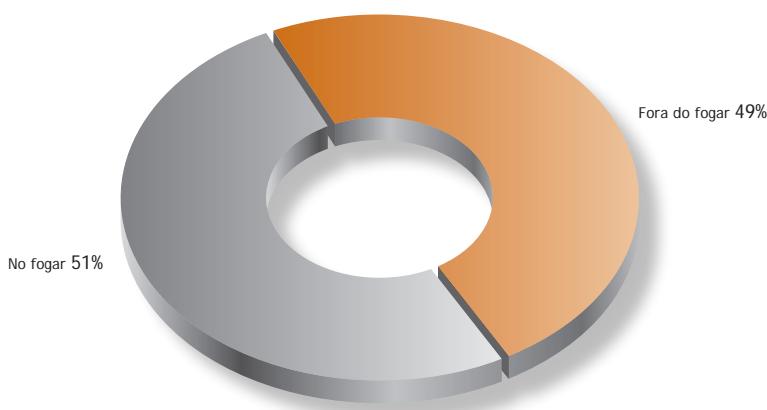
Cadro 17: Media de gasto en alimentación nun fogar, España, 2007 (%)



Fonte: INE (Enquisa de presupostos familiares)



Cadro 18: Media de gasto en alimentación de persoas menores de 65 anos que viven sós, España, 2007 (%)



Fonte: INE (Enquisa de presupostos familiares)

Outra cousa a considerar é a influencia cada vez maior que os nenos exercen sobre as decisións de consumo familiar, nunha sociedade na que os pais pasan cada vez menos tempo cos seus fillos, son moitos os pais que deciden “premiarlos” comprando os produtos que eles desexan ou ben levándoos a comer aos seus restaurantes favoritos. Os nenos inflúen no 60% das compras que se realizan no fogar e deciden case o 30%, especialmente en alimentación e propostas de ocio.

Unha vez citadas as posibles opcións á hora de localizar e enfocar o perfil ao que te vas dirixir, debes ter en conta que unha boa localización é determinante á hora de darte a coñecer, pois abondará o “ boca a boca ” para que o gasto en publicidade sexa mínimo.



5.1.3. Definición dun método de cálculo xenérico do tamaño do mercado

38

5.1.3.1. Método de cálculo do tamaño do mercado dun restaurante

Como calculo o tamaño do mercado?

Xa vimos que o primeiro que debes ter en conta para calcular o tamaño do mercado é o tipo de establecemento que vas abrir e a súa localización, xa que son características que van determinar o grao de desenvolvemento da túa actividade.

Para poder posicionarte no mercado tes que analizar os establecementos que están a funcionar, saber se son similares ao teu e coñecer os hábitos de consumo da zona.

A diferenciación é un factor moi valioso a ter en conta. Podes distinguírte a través da imaxe: coida a decoración do establecemento, o servizo, a forma de servir as mesas, configura a carta de forma orixinal, etc. Isto permitirá que te fagas un oco no mercado mediante a captación lenta de clientes.

Para decidir como diferenciarte, non queda máis remedio que establecer un seguimento dos establecementos que formarán a túa competencia. Necesitas realizar un traballo de campo acudindo aos establecementos da túa especialidade e aos posibles produtos substitutivos existentes nas zonas para:

- Analizar os servizos, prezos, etc., que ofrecen.
- Estudar a súa ocupación en diferentes días e horas da semana.

Unha vez feito este poderás decidir a túa orientación e situación buscando algunha diferenza.

Existe un elevado número de gastos variables non controlables que dependen directamente do número de clientes, polo tanto, á hora de ter en conta os gastos da actividade e calcular o volume de facturación potencial do establecemento, debes recordar que os resultados serán unicamente orientativos.

A capacidade do teu establecemento calcúlase multiplicando o número de mesas pola cantidade de prazas que ten ($10 \times 4 = 40$ prazas). Tamén debes considerar os diferentes índices de rotación que se aplican en función da tempada e o número de clientes óptimos para cada unha delas.

Unha vez analizado o comportamento que ti prevés para o teu establecemento en cada tempada (alta, media e baixa) e comparándoo coa situación idónea en cada momento que figura no apartado 5.3.4 Análise da Rendibilidade Empresarial e Estrutura da Conta de Resultados, poderás observar se o funcionamento é parecido ou non á situación que se considera óptima para cada tempada.



5.2. Márketing

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > CALES SON OS SERVIZOS XERALMENTE OFERTADOS.
- > OS PREZOS MEDIOS OU ORIENTATIVOS NOS ESTABLECEMENTOS.
- > AS CARACTERÍSTICAS DA FORZA DE VENDAS.
- > AS PRINCIPAIS ACCIÓNS PROMOCIONAIS UTILIZADAS POLAS EMPRESAS.

Poderás extraer as seguintes conclusións deste apartado:

- É frecuente que neste tipo de establecementos, ademais da prestación do servizo no propio restaurante, se ofrezan outro tipo de servizos complementarios.
- Existe absoluta liberdade á hora de elaborar os menús e os prezos.
- A mellor publicidade é a realizada polos clientes, polo tanto, debe coidarse especialmente a súa atención.
- As formas de promoción utilizadas varían en función da categoría do restaurante, aínda que deben axustarse ao público obxectivo ao que pretenden dirixirse.



5.2.1. Produto

Que produtos podó ofrecer ao meu cliente?

A relación de produtos que vas ofrecer depende, fundamentalmente, do tipo de restaurante que pretendas montar. En calquera caso, debes elaborar unha carta cos diferentes menús a ofertar.

O normal é que os restaurantes ofrezan uns servizos complementarios que varíen en función da categoría. Xenericamente, todos admiten pagamento con tarxeta, aínda que, en función da categoría e especialidade, poderán ofrecer, entre outros: aparcamento gratuito, servizo a domicilio, reserva telefónica, comida para levar, menús especiais (dietéticos por exemplo), etc.

O menú que elabores estará composto dos distintos pratos que o establecemento ofrece ao cliente. A continuación detallámosche algúns:

- Menú fixo: Configúrase, sobre todo, para grupos previamente contratados ou viaxes organizadas. Xeralmente inclúen dous ou tres pratos, pan, sobremesa, bebida e café.

- Menú gastronómico ou de degustación: Ofrece unha selección -en pequenas porcións- de grande número de especialidades ofrecidas na carta para que o cliente poida degustar diversidade de pratos.
- Menú carta: Elabórase abaratando os custos e posibilitando unha oferta máis variada sen prexudicar a economía duns clientes habituais nun determinado período de tempo.
- Menú da casa: Consta de dous grupos de pratos con varias posibilidades para elixir. Na actualidade, é obrigatorio para todos os restaurantes, independentemente da súa categoría.

A carta ten como obxectivo clasificar os distintos pratos en grupos para que o cliente poida facer unha lectura máis cómoda destes. Ademais, pode converterse nun elemento diferenciador, polo tanto, debes coidar a súa aparencia interior e exterior:

- A portada e contraportada deberán estar de acordo co tipo de establecemento. Ademais, se o teu restaurante ten un logotipo, este deberá colocarse estratexicamente para facilitarlle ao cliente o seu recoñecemento;
- A estrutura interna, o papel e a cor utilizada para a súa confección debe identificarse co tipo de establecemento, a decoración e o estilo do local;
- A textura non debe ser escorregadiza; deben evitarse os materiais pesados e a letra ha de ser clara, lexible e sen tachones nin faltas de ortografía.

En principio, é recomendable establecer unha carta reducida porque: facilita a presentación, a elección ao cliente e a compra de aprovisionamentos ao encargado; ademais, ofrece vantaxes de custos (aforro nos stocks) e mellora da produtividade.

Unha vez realizado isto, poderás diferenciarte do resto de establecementos co produto ofrecido: xornadas gastronómicas, elaboración de menús degustación, exaltación de determinados produtos típicos da zona preparados de formas orixinais, etc.

A calidade do servizo prestado ten que ser coherente co nivel de prezos establecido. Tamén aquí podes buscar a diferenciación por medio dunha decoración orixinal acorde co tipo de restaurante, unha carta atípica, etc. Todo iso permitirache acceder a determinados nichos de mercado, que, posiblemente, non estean o suficientemente atendidos.

Unha forma de diferenciación pode ser a obtención da Q de calidade. Para conseguila é necesario cumprir a normativa esixida polo ICTE (Instituto para a Calidade Turística Española).



5.2.2. Prezo

Que aspectos debo ter en conta para establecer un prezo?

O prezo medio márcalo o mercado ou a túa competencia. Partindo del, tes que decidir se vas estar por enriba ou por debaixo deste; aínda que sabes que non tes que mantelo se ofreces algún tipo de diferenciación. En calquera caso, o prezo debe ser aquel que permita absorber os custos da explotación, obter un beneficio e que sexa razoable para a economía do cliente.

Antes de establecer o prezo do menú, debes calcular canto che custa a súa elaboración; despois poderás establecer unha marxe que che permita cubrir custos e sacar beneficios. Inicialmente deberás agrupar os alimentos pola súa capacidade de aproveitamento (por exemplo, os legumes

teñen unha porcentaxe de aproveitamento do 60%) e, logo, decidir a porcentaxe a utilizar destes á hora da elaboración dos menús. Isto supón unha redución no custo porque, se che sobra este produto, podes incorporalo como parte do menú do día seguinte, o que che permite un aforro.

5.2.3. Forza de vendas

¿Como se realiza a venda do servizo?

Nesta actividade, a calidade do servizo é a principal ferramenta de venda; non só hai que ofrecer calidade e elaboración nos alimentos, senón tamén na prestación do servizo co trato afable ao cliente e a existencia doutros servizos complementarios: pagamento con tarxeta, forma de servir unha mesa, xestión das reservas e calquera outro tipo de atención especializada ao cliente nos termos necesarios segundo a categoría do establecemento.

5.2.4. Promoción

Cales son as ferramentas utilizadas para darlle a coñecer?

Os restaurantes teñen múltiples e variadas formas de darse a coñecer. Xenericamente, a promoción deste tipo de establecementos pódese realizar de forma institucional, por medio da Xunta ou do concello no que estea situado o restaurante, mediante Turgalicia, as oficinas municipais de turismo e as asociacións empresariais, respectivamente.

A Dirección Xeral de Turismo, a través de Turgalicia, fai promoción de a actividade con presentacións da oferta turística na que se contempla un apartado de restauración en distintos puntos xeográficos e a súa presenza en feiras de contido turístico, edicións de material promocional, etc.

A inscrición nos rexistros de Turgalicia se fai unha vez superada a inspección realizada pola Dirección Xeral de Turismo. Para iso, cúmprese un formulario subministrado por Turgalicia coas características do establecemento, servizos ofrecidos, prezos orientativos, etc. Este organismo tamén lle facilita o establecemento, de xeito gratuíto, un fax para comunicación directa.

Por outro lado, existen asociacións de empresarios que fan promoción publicitaria dos seus asociados como a Asociación de Hostalaría de Ferrol e Bisbarra.

As formas para facer promoción de o teu negocio varían en función do tipo de establecemento e do público obxectivo. Basicamente, utilizan como fórmulas publicitarias o rótulo exterior do establecemento, a tarxeta comercial da empresa (ao alcance dos clientes nun lugar visible), o cartel informativo do horario de apertura do establecemento e da categoría, Páxinas Amarelas, Páxinas Galegas, páxinas web e folletos que elaboran as asociacións empresariais, xeralmente de difusión local por medio das oficinas de turismo e as concellarías de turismo.



5.3. Análise económico-financeira

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > *UNHA ESTIMACIÓN DOS INVESTIMENTOS NECESARIOS PARA O INICIO DA ACTIVIDADE.*
- > *AS PARTIDAS DE GASTOS MÁIS IMPORTANTES NO DESENVOLVEMENTO DA TÚA ACTIVIDADE.*
- > *ESTRUTURA DA CONTA DE RESULTADOS.*
- > *AS FONTES DE FINANCIAMENTO MÁIS UTILIZADAS ENTRE OS ESTABLECEMENTOS.*

Este apartado resultaráche especialmente importante para avaliar, de xeito aproximado, o investimento necesario para iniciar a túa actividade xa que del poderás extraer as seguintes conclusións:

- **En principio, necesítanse, como mínimo, uns 110.000 € para iniciar a actividade, aínda que o investimento a realizar varía se se opta pola compra ou polo aluguer do local.**
- **As marxes que se adoitan aplicar na actividade obtéñense multiplicando por catro o custo das compras de materias primas.**
- **As vías de financiamento adoitan ser o autofinanciamento e o financiamento alleo.**



5.3.1. Investimentos

¿Que desembolso teño que facer para iniciar a actividade?

Neste epígrafe recóllense as partidas mínimas necesarias para poderche iniciar na actividade: un local no que se configurará a localización do teu restaurante, mobiliario diverso e maquinaria para poder desempeñar a túa actividade.

Á hora de decidir montar un restaurante, deberás valorar o potencial de éxito do negocio tendo en conta as características do sector da hostalaría e, sobre todo, os investimentos necesarios para financeiro. Unha boa práctica sería realizar un plan de negocio como mínimo a un ano, pois che axudaría a establecer as partidas que necesitas para empezar e alcanzar o punto de equilibrio.

A continuación presentámosche as principais partidas de investimento necesarias para abrir un restaurante:

Cadro 19: Investimentos mínimos necesarios para a posta en marcha dun restaurante (euros)

CONCEPTO	IMPORTE
Acondicionamento do local	45.000
Maquinaria e mobiliario	40.000
Enseres*	15.000
Stock inicial	9.000
Equipo informático	1.500
Gastos de constitución	3.000
Total investimentos	113.500

*Englobamos a ferramenta de cociña necesaria para iniciar a actividade

Fonte: Elaboración propia a través de entrevistas

A normativa que regula a actividade é bastante estrita en canto ás instalacións, sobre todo, na zona na que se van manipular os alimentos. A cociña disporá de cámara frigorífica para peixes e carne por separado, fornos, despensa, almacén, adegas, vertedeiros e batería de boa calidade. Estará asegurada a ventilación da cociña ben de forma directamente ao exterior ben mediante extractores de fumes e baños. Na cociña soamente se poderán utilizar equipos de aceiro inoxidable porque non está permitida, en ningún caso, a utilización de madeira.

O persoal de servizo, ademais de ter á súa disposición aseos independentes dos da clientela, ten que estar debidamente uniformado, de acordo coa capacidade, circunstancias e rango do establecemento. Os servizos sanitarios son independentes para señora e cabaleiro e deben ter auga quente e fría nos lavabos.

No caso de adquirir o local, o pode supoñer moitos miles de euros dependendo da zona e o seu tamaño. Se optamos por alugar, a renda varía segundo a localización e o tamaño do local. Se podemos, é recomendable comprar o local, sempre que a devandita compra non supoña quedar sen tesouraría. Segundo as entrevistas realizadas o local alégase os primeiros anos e cando o negocio está máis ou menos asentado procédese á compra do local.

Outra investimento importante que deberás afrontar será a compra de maquinaria. Necesitarás artigos de tipo industrial como cámaras frigoríficas, cociña, conxelador, forno, aparellos de cociña, cafeteira, caixa rexistradora, etc. É frecuente que os provedores financien parte da maquinaria, ademais dos importantes rappels aplicados por volume de compra.

Existen outros investimentos que tamén deberás considerar: os gastos de constitución, a compra de xénero, etc.; tamén deberás engadirlle á partida do inicial polo menos un 20% para cubrir posibles imprevistos dos gastos mencionados anteriormente.

En canto á amortización do inmovilizado, no noso caso, optamos por amortizar o acondicionamento do local en vinte anos e o resto (maquinaria e mobiliario) amortizámolo en cinco anos.



5.3.2. Gastos

Cales son os gastos anuais medios da actividade?

Esta partida engloba os desembolsos necesarios anuais para levar a cabo a actividade, ata no caso de que non houberse clientela. Aquí inclúense os gastos variables que dependen directamente do volume de facturación e os fixos que son independentes de devandito volume.

Debes ter en conta que, durante un determinado período de tempo, é posible que os ingresos sexan nulos ou escasos e dificilmente compensen os gastos. Mentres non se coñeza a existencia do teu establecemento e non acudan clientes, a ocupación será mínima. É necesario que realices un exercicio de previsión sobre o número de meses que pode producirse a situación exposta e, en consecuencia, contar con fontes de financiamento suficientes para afrontar o desfase económico temporal entre ingresos e gastos.

Nos primeiros meses as perdas son maiores porque a porcentaxe de ocupación do local é inferior ao 50% e o negocio aínda está na fase de despegue. Unha vez que superes o limiar de ocupación do 50% verás como os beneficios van aumentando; excepto os meses de pagas extraordinarias do persoal, que elevan considerablemente a partida de gastos correspondente.

Os gastos variables da actividade son dunha gran importancia debido a que supón, dentro do total de gastos, unha porcentaxe superior, nalgúns casos, ao dos fixos. Adoitan fluctuar moito dun establecemento a outro, porque dependen directamente do volume de clientes do establecemento e non gardan relación nin co tamaño nin coa especialidade e, por isto, non telos en conta, sería un grave erro á hora de considerar os gastos da actividade.

A continuación presentamos unha táboa cos gastos mínimos aproximados (incluíndo fixos e variables) que teñen os restaurantes cun tamaño de 40 prazas:

Cadro 20: Aproximación de gastos dun restaurante de 40 prazas (euros)

Concepto	Importe
Aprovisionamentos	149.100
Soldos + Seguridade Social	50.263
Aluguer local	15.600
Subministracións (auga, combustible, comunicacións e luz)	9.000
Servizos Profesionais independentes	1.380
Seguros	1.100
Gastos Financeiros	3.121
Amortizacións	12.700
Outros*	1.336
Total gastos fixos	243.600

* Ferramentas, cota asociación hostaleiros, cota Sociedade Xeral

Fonte: Elaboración propia a través de entrevistas de Autores de España, etc.



O gasto variable máis importante son os aprovisionamentos e, neste suposto, representan o 50% das vendas, polo tanto, é un gasto que non debes desprezar. Para calcular as provisións necesarias debes determinar o número de mesas do local, as quendas de comida, o número medio de clientes por mesa, se vas ofertar, unicamente, servizo de restaurante ou lle engades o de cafetería, o número de horas que terás aberto o teu negocio, etc. Ademais, debes ter presente que, en hostalería, a subministración diaria de produtos é fundamental, polo que deberás ir vendo o que cada día consécese para repolo. Con todo, sabes que algúns produtos pódense manter en stock por non ser perecedoiros (alimentos enlatados, viños e alcois principalmente). Por iso, se é posible, debes aproveitar boas condicións de compra e almacenalos. A xestión do stock dun restaurante ten a peculiaridade de que moitas das provisións son perecedoiras, polo que haberá que ter moito coidado á hora de calcular as cantidades idóneas. A xestión da compra diaria en canto a calidade e prezo é fundamental á hora da rendibilidade deste negocio.

Outros gastos, como a enerxía e o combustible, de carácter variable en principio, non o son tanto neste tipo de negocio xa que a diferenza de ter poucos clientes a ter o establecemento totalmente ocupado non faría variar demasiado os importes de consumo. Por exemplo, as cámaras, neveiras, conxeladores, enfriadores de bebidas, cafetera e outros, teñen que estar funcionando haxa ou non clientes. O resto das partidas son gastos fixos.

Consideramos 1.300 € mensuais de aluguer do local. Os gastos financeiros están calculados sobre o 50% do investimento xa que o outro 50% é achega propia. Supoñemos que o financiamento alleo procede dun préstamo bancario a un tipo de interese do 5,5%. Na partida de persoal incluímos dous soldos: 1.300 €/mes (12 pagas) para o emprendedor e o cociñeiro e un soldo de 900 €/mes (12 pagas) para o camareiro, máis a seguridade social da empresa.

Polo que se refire ás amortizacións, consideramos 10 anos para as partidas de Acondicionamento do local, Maquinaria e mobiliario, e enseres. Para o resto das partidas consideramos unha amortización de 5 anos.



5.3.3. Previsión de ingresos

Como podo realizar unha previsión de vendas?

Unha vez determinados os gastos, terás que estimar os beneficios que obterás para calcular se o negocio será ou non rendible.

Para poder realizar unha previsión de ingresos tes que determinar, en primeiro lugar, o número medio de clientes por día, a frecuencia coa que se sae a comer ou cear fóra, o grao de fidelidade dos mesmos e o gasto medio por servizo.

Unha vez que cuantifiques os clientes e os seus hábitos, necesitarás determinar a marxe da actividade calculando a diferenza entre o que ingresas por cada menú e o que gastas na elaboración do mesmo. Ademais, se o teu local conta con barra de bar non debes esquecer sumar os ingresos que supón as consumicións dos clientes que toman un aperitivo mentres esperan quenda ou dos que van de viños, a tomar un café, un refresco ou unha copa.

A ocupación representa a porcentaxe de comidas que se serviron respecto da cantidade que podería haberse alcanzado se o restaurante estivese a pleno rendemento. Ao principio é normal que esta taxa non sexa moi elevada, polo menos ata que a publicidade e o “boca a boca” empecen a facer efecto. Doutra banda, debes ter presente que non sempre unha gran ocupación supón obter máis beneficios. Ás veces é preferible que haxa menos clientes para non necesitar contratar a máis persoal.

Para facer unha previsión de ingresos deberás ter en conta que a actividade presenta unha forte discontinuidad en determinadas épocas do ano: meses estivais, Nadal, Semana Santa. Nestas datas pódese rexistrar unha cifra de clientes que duplique o número medio do resto do ano, polo que será necesario incrementar o persoal para poder facer fronte a esa maior demanda

5.3.4. Análise da rendibilidade empresarial e estrutura da conta de resultados

Como determino o beneficio da actividade?

Para analizar a rendibilidade do teu establecemento realizamos un plan financeiro para un restaurante pequeno nun barrio máis ou menos céntrico dunha cidade media.

Unha vez determinados os gastos de funcionamento, imos supor que o teu restaurante ofrece dúas comidas diarias e ten unha capacidade para 40 persoas que se distribúen en 10 mesas de catro cadeiras cada unha. O número medio de clientes por mesa é dúas e a rotación varía en función da tempada analizada. Como sinalamos en epígrafes anteriores, a forte estacionalidade da actividade é un dato a ter en conta. En tempada alta establecemos un índice de rotación do 1,5 que descende a 1 en tempada media e ata 0,5 para a tempada baixa.

A tempada alta está composta por un total de 93 días ao ano repartidos nos meses de xullo, agosto, Nadal e Semana Santa principalmente. consideramos como tempada baixa, segundo os datos obtidos por medio do traballo de campo realizado, 90 días, distribuídos nos meses de novembro, febreiro e maio, polo que o resto do ano, constituirase como tempada media, é dicir, 182 días entre os que se contabilizan os 12 festivos anuais.

$$10 \times 2 = 20 \text{ potenciais} \times 1,5 = 30 \times 2 = 60 \times 20\text{€} = 1.200 \text{ €/ día} \times 93 \text{ días} = 111.600 \text{ €}$$

Se o teu restaurante (10 mesas) ofrece dúas comidas diarias (comida-cea) cun índice de rotación de 1,5; cunha media de 2 persoas/mesa, terás 20 potenciais clientes que, multiplicados polo gasto medio por cliente, obtés un total de 1000 € día. Se esta cantidade multiplícala polos días que compón a tempada alta (93 días) terás unha facturación potencial de 111.600 euros.

$$10 \times 2 = 20 \text{ potenciais} \times 1 = 20 \times 2 = 40 \times 20 \text{ €} = 800 \text{ €/ día} \times 182 \text{ días} = 145.600 \text{ €}$$

Se realizas o mesmo procedemento aplicando os índices de rotación en tempada media (182 días), o teu volume de facturación potencial ascenderá a 145.600 € e, realizando o mesmo cálculo pero aplicando o índice de rotación en tempada baixa (0,5), a facturación potencial a obter será de 36.000 €.

$$10 \times 2 = 20 \text{ potenciais} \times 0,5 = 10 \times 2 = 20 \times 20\text{€} = 400 \text{ €/ día} \times 90 \text{ días} = 36.000 \text{ €}$$

$$\text{Facturación anual prevista: } 111.600 + 145.600 + 36.000 = 293.200 \text{ €}$$



Imos ver a distancia ao punto de equilibrio cos datos que obtivemos da previsión de vendas e gastos.

Vendas: 293.200 €

Gastos variables *: 146.600 €

* Adquirimos a postura conservadora considerando un 50% sobre a porcentaxe das vendas; a experiencia indica un custo de materiais menor.

Gastos fixos: 94.500 €

Imos calcular a cantidade de menús que teríamos que vender para cubrir os gastos, é dicir o punto morto:

$$Q=(CF+CV)/P=(94.500+146.600)/20=12.055 \text{ menús ano.}$$

É dicir tería que vender unha media de 33 menús ao día para cubrir gastos, considerando 365 días de traballo.

Baseándonos no exemplo anterior, mostrámosche agora a conta de resultados para un establecemento restaurante das características analizadas anteriormente:

Cadro 21: Estrutura da conta de resultados (euros)

INGRESOS	293.200
Vendas (Facturación potencial)	293.200
GASTOS	241.100
Aprovisionamentos	146.600
Soldos + Seguridade Social	50.263
Aluguer do local	15.600
Subministracións(auga, combustible, comunicacións e luz)	9.000
Servizos profesionais independentes	1.380
Seguros	1.100
Gastos financeiros	3.121
Amortizacións	12.700
Outros	1.336
RESULTADO BRUTO DA EXPLOTACIÓN	52.100
% sobre as vendas	18%

Fonte: Elaboración propia a través de entrevistas



5.3.5. Financiamento

Que alternativas teño para obter o diñeiro que necesito?

Este tipo de establecementos finánciase principalmente do seguinte xeito:

- Autofinanciamento;
- Subvención oficial;
- Financiamento alleo;
- Provedores.

Xeralmente, a estrutura financeira ápoíase, principalmente, en achegas dos emprendedores. En caso de non ser suficientes recórrase a fondos alleos. Convén que te informes sobre a posibilidade de obter algunha subvención destinada a amortizar parte do empréstito. No balance, os fondos propios representan en torno ao 50% do activo total, mentres que o financiamento, tanto a longo como a curto prazo, adoita ser o 50% restante ao 5,5% de interese durante sete anos.

É imposible determinar a porcentaxe de financiamento por parte dos provedores, xa que esta varía segundo as necesidades dos mesmo (se queren facer promoción de un produto, se lles queren dar saída a un stock de produción, etc.) do volume de compra que lles fagas, das túas habilidades comerciais, etc.

Por último, debes recordar que as subvencións non se perciben no momento da solicitude, senón que o normal é que se demoren no tempo. Por iso, debes prever ese desfase temporal entre o pagamento dos investimentos e o cobramento da subvención, xa que é probable que teñas que facer fronte a intereses derivados dun posible crédito bancario.



5.4. Recursos humanos

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > *O PERFIL PROFESIONAL REQUIRIDO PARA O DESENVOLVEMENTO DA ACTIVIDADE.*
- > *A ESTRUCTURA ORGANIZATIVA E OS SERVIZOS EXTERIORES MÁIS HABITUAIS.*
- > *O CONVENIO COLECTIVO APLICABLE Á ACTIVIDADE E QUE CONSTITÚE A NORMA BASE PARA A REGULACIÓN DA RELACIÓN EMPRESA-TRABALLADOR/A (SALARIO, XORNADA, VACACIÓNS, ETC.).*

As principais conclusións que poderás obter coa lectura deste punto resúmense a continuación:

- A contratación de persoal cualificado é apenas apreciable e adoita darse na figura do cociñeiro porque, aínda que existe formación profesional específica, nos establecementos tradicionais o emprego é familiar.
- Nos establecementos con maior concepción de empresa, ademais da figura dun profesional que xestiona a dirección, adoitan existir varios profesionais en comedor e cociña, aínda que hai serias dificultades para a súa contratación porque a demanda é maior que a oferta existente no mercado.
- Os establecementos pequenos son atendidos case en exclusividade polo seu propietario que, nos momentos de maior traballo, é axudado, ocasionalmente, por algún familiar na cociña.
- As asesorías levan as principais tarefas cedidas ao exterior: as áreas contable, fiscal e laboral.



5.4.1. Perfil profesional

¿Que calidades debe ter a persoa responsable da actividade?

Nos establecementos máis tradicionais a cociña está en mans de mulleres cun marcado perfil autodidacta que trasladan ao negocio as receitas familiares. En contraposición, nos establecementos de maior rango, a cociña está rexentada, principalmente, por homes formados en hostalaría. Nestas categorías, debido á marxe que permite a actividade, o nivel de formación adoita ser o axeitado ao posto desempeñado: técnicos medios e superiores en cociña e en servizos de restaurante e bar, encadrados nos Ciclos Formativos de Grao Medio ou Superior. No apartado 7.4 Anexo de Formación atoparás información máis detallada sobre os cursos e centros nos que se imparten.

O perfil profesional do restaurante considerado no apartado 5.3 Análise Económico-financeiro está composto por:

- un xerente, labor desempeñado normalmente polo propietario;
- unha persoa na cociña;
- un camareiro que atende o comedor axudado, en ocasións, polo propio emprendedor.

Este persoal pode aumentar (en función da categoría e do número de prazas do establecemento) por medio do contrato eventual, para servizos diversos (reunións ou celebración) e en épocas do ano no que se incrementan notablemente as vendas (verán, Semana Santa, Nadal).

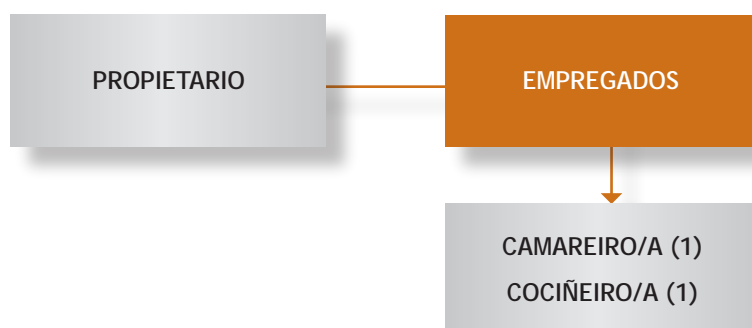
O persoal que traballa neste tipo de establecemento debe estar en posesión do Carné de Manipulador de Alimentos, por ser esta unha actividade que require a utilización de alimentos.

5.4.2. Estrutura organizativa

Como debe estar organizada a empresa?

Cal é o perfil profesional dos teus empregados?

A estrutura simple dun establecemento de restauración similar ao establecido como tipo nesta Guía (40- 50 prazas) é a seguinte:



Tratándose dun establecemento de maiores dimensións e/ou con servizos especiais (celebración de banquetes diversos: vodas, reunións, comuñóns, etc.), as necesidades de persoal ampliáanse. En tal caso, poderíamos falar dun equipo formado por:

Xerente (1)	Dirección, aprovisionamentos e recepción de clientes. Colabora na atención e servizo dos clientes.
Cociñeiro (1)	Elaboración da comida e xefe de cociña.
Axudante de cociña (1)	Colabora na elaboración dos menús.
Camareiros (2)	Comedor e bar
Maître (1)	Función que adoita desempeñar o propietario, sobre todo ao inicio da actividade.
Sumiller (1)	Persoa que se encarga do servizo dos licores, habitual en restaurantes de categorías elevadas.

A estacionalidade é un factor importante. Nas épocas de maior demanda incrementase o volume de contratos temporais e a tempo parcial.

Non obstante, nos resultados da enquisa realizada non se detecta un incremento notable do na tipoloxía máis común deste tipo de establecemento (Cuarta categoría); o normal é que o incremento na demanda se intente satisfacer co persoal estable e, só no último caso, se procede á contratación temporal de persoal. En calquera caso, se recomenda contratar persoal cualificado, sobre todo nesas datas de maior demanda.

5.4.3. Servizos exteriores



Que funcións se delegan a empresas externas?

Entre os restaurantes é habitual que certas funcións administrativas sexan subcontratadas, sobre todo naqueles que se constitúen como sociedade.

Se o establecemento está dado de alta como autónomo, en función da forma de tributación, contará ou non con servizos externos de asesoría. Estes servizos exteriores adoitan consistir en asesoramento en materia laboral, contable e fiscal que é levado a cabo por asesorías especializadas.

5.4.4. Convenios colectivos aplicables

Existe algún convenio colectivo específico que regule a actividade en materia laboral?

En materia laboral, existe un convenio colectivo de hostalaría, que ten por ámbito territorial a provincia de A Coruña.

- Convenio Colectivo de Hostalaría, publicado no Boletín Oficial da provincia do 29/09/2007 (BOP nº 226), e que ten vixencia ata o 31 de decembro de 2010. Hai ademais publicada unha revisión salarial (BOP 15/03/2008) e unha corrección de erros (BOP 06/05/2008).

Por outra banda, existen diversos convenios de empresa. É dicir, específicos para cada un dos restaurantes.

6. VARIOS





6. VARIOS

6.1. Normas sectoriais de aplicación

A regulación deste tipo de establecementos é competencia exclusiva do Servizo de Ordenación Turística, pertencente á Dirección Xeral de Turismo de la Consellería de Innovación e Industria, que aplica e vixía o cumprimento da normativa autonómica Lei 14/2008, do 3 de decembro de turismo de Galicia (DOG 19/12/2008).

Mentres non se desenvolva regulamentariamente esta lei, seralles de aplicación ás empresas a normativa anteriormente vixente, é dicir, o Decreto 108/2006, do 15 de xuño, polo que se establece a ordenación turística dos restaurantes e das cafeterías da Comunidade Autónoma”, e o Decreto 8/2007, do 10 de xaneiro de corrección de erros, polo que se modifica o decreto anterior.

Esta actividade require moito papeleo debido a que a autorización de apertura dun restaurante exige diversos trámites legais que se xestionan nos organismos correspondentes.

Estes establecementos deben cumprir toda unha serie de normas en materia de hixiene e seguridade. Así mesmo, están suxeitos ás normas que, sobre seguridade de locais públicos, teñen os diferentes concellos. Esta normativa está incluída no Regulamento de Actividades Molestas, Insalubres, Nocivas e Perigosas, segundo consta no Decreto 2414/1961, do 30 de novembro sobre Actividades Molestas, Insalubres, Nocivas e Perigosas.

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) é unha entidade de certificación de sistemas de calidade especialmente creada para empresas turísticas españolas. As súas funcións básicas resúmense na creación dunhas Normas de Calidade Turística, unha certificación conforme o establecemento cumpre un sistema de calidade e as súas correspondentes normas.

Os sistemas de calidade desenvolvidos polo ICTE responden a unha metodoloxía común (aínda que adaptada a cada un dos subsectores ou produtos) e están orientados á mellora da calidade competitiva, podendo exhibirse o Símbolo de Calidade do ICTE (Q) cando se cumpran os seus requisitos. Os seus métodos son adaptables á política de calidade de cada establecemento e compatibles coa norma ISO 9000.

No referente á avaliación do local, requírese que o dono faga unha análise do seu negocio, aínda que é aconsellable realizar unha auditoria externa que asegure o cumprimento das normas esixidas polo Plan. Os establecementos acollidos a este sistema contan coa posibilidade de recibir asistencia técnica completa ou parcial en función das súas necesidades.

Podes obter máis información sobre a calidade turística, normativa, etc. consultando a páxina web www.ictes.es, do ICTE.



6.2. Axudas

Existen varias posibilidades de obter axudas para a posta en marcha do teu establecemento. As axudas de tipo xenérico poden ser consultadas na Guía de Recursos que pertence a esta mesma colección e que está dispoñible en formato electrónico (<http://guias.bicgalicia.es>).

Con relación aos restaurantes, nomeámosche a continuación as específicas publicadas o ano 2007, para que poidas consultalas:

- Orde do 2 de marzo de 2007 por a que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrencia competitiva, de subvencións para a mellora de establecementos de cafetarías, cafés, bares e restaurantes e se procede á súa convocatoria para o ano 2007 (DOG Nº 51 DO 13/03/2007)
- Orde do 24 de xullo de 2007 (DOG Nº 150 de 03/08/2007), Modificación da anterior orde
- Resolución do 26 de novembro de 2008, da Secretaria de Estado de Turismo, polo que se publica o acordo do Consello de Ministros do 21 de novembro de 2008, polo que se establece a normativa reguladora de préstamos previstos no Plan de Renovación de Instalacións Turísticas (Plan Renove turismo)(<http://www.ico.es/web/contenidos/6/0/1779/index.html>)

Especificamente para a zona de Ferrol, Eume e Ortegal existen axudas, tanto do IGAPE coma do Ministerio de Industria, Turismo e Comercio:

- IGAPE: Apoio financeiro aos establecementos turísticos, hostalaría e comercio minorista nas bisbarras de Ferrol, Eume e Ortegal (DOG 05/10/2007, DOG 26/12/2007 e DOG 26/06/2008) (<http://app.igape.es/.axudas/>)
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: axudas dirixidas a corrixir desequilibrios ligados á actividade industrial que especificamente se dan nas bisbarras de Ferrol, Eume e Ortegal. (BOE 03/11/2008) (<http://www.mityc.es/ReindusFerrol/>).



6.4. Organismos

6.4.1. Organismos oficiais

TURGALICIA

Dirección Xeral de Turismo
Estrada Santiago-Noia, km 3 (A Barcia)
15896 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 25 00
Fax: 981 54 26 59
E-mail: cir.turgalicia@xunta.es

DIRECCIÓN XERAL DE TURISMO

Praza de Mazarelos, 15
15703 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 63 77
Fax: 981 54 63 58

SUBDIRECCIÓN XERAL DE ORDENACIÓN DO TURISMO

Tel.: 981 54 63 53
Fax: 981 54 63 56

SERVIZO DE INSPECCIÓN DO TURISMO

Tel.: 981 54 63 80
Fax: 981 54 63 81

SERVIZO DE ORDENACIÓN DO TURISMO

Tel.: 981 54 63 65
Fax: 981 54 63 71

SERVIZO PROVINCIAL DE TURISMO DA CORUÑA

Praza Luís Seoane, s/n
15008 A Coruña
Tel.: 981 18 46 74
Fax: 981 18 46 78

INSTITUTO PARA LA CALIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA

Raimundo Fernández Villaverde, 57
28003 Madrid
Tel.: 91 533 10 00
Fax: 91 597 09 45
E-mail: info@icte.es

6.4.2. Asociacións profesionais

Existen diversas asociacións e federacións hoteleiras por toda a xeografía española, de ámbito local, comarcal, rexional, etc. A continuación detallamos as máis significativas para a actividade de hostalaría:

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (FEHR)

Camino de las Huertas, 18 - 1ª planta
28233 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 91 352 91 56
Fax: 91 352 90 26



CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTALARÍA DE GALICIA

Rúa de República Arxentina, 38
15706 Santiago de Compostela (A Coruña)
Tif.: 981584844

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTALARÍA DA CORUÑA

Novoa Santos 6-8, 1º
15006 A Coruña
Tel.: 981 29 54 00

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTALARÍA DE FERROL E BISBARRA

Rúa Real, 73-75
15315 Ferrol
Tif.: 981 35 08 92
Fax: 981 36 92 23

6.4.3. Centros de estudo

A continuación citamos algúns dos existentes:

CENTRO SUPERIOR DE HOSTALARÍA DE GALICIA

Estrada Santiago-Noia, km 1. A Barcia
15896 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 25 19
Fax: 981 54 25 90
E-mail: cshg@xunta.es

CICLOS FORMATIVOS DE GRAO MEDIO E SUPERIOR

Impartidos nos centros de Formación Profesional dentro da rama de hostalaría e turismo:

IES Fraga do Eume (Pontedeume), ofrece ciclos formativos de: servizos de restaurante e bar, restauración, así como de cociña e gastronomía.

IES Sofía Casanova (Ferrol), ofrece o ciclo formativo de axencias de viaxes.

IES Rosalía de Castro (Santiago), ofrece ciclos formativos de: axencias de viaxes, información e comercialización turísticas e animación turística.

CIFP Compostela (Santiago), ofrece ciclos formativos de: servizo de restaurante e bar, aloxamento, restauración, cociña e gastronomía.

ESCOLA DE HOSTALARÍA SAN JAVIER

Maxistrado Manuel Artime, 10
15004 A Coruña
Tel.: 981 25 88 89
Fax: 981 16 03 29

CENTRO DE ESTUDIOS HOSTELEROS

Félix Acevedo, 5
15008 A Coruña
Tel.: 981 17 32 56
Fax: 981 17 09 03



FUNDACIÓN BELARMINO FERNÁNDEZ

Pazo de Ribas, 66. Sober
27466 Lugo
Tel.: 982 46 04 69

CENTRO DE FORMACIÓN DE HOSTALARÍA

Marcelo Macías, 132 baixo
32002 Ourense
Tel.: 988 24 06 89

ESCOLA DE HOSTALARÍA DE VIGO HARINA BLANCA

Estrada Vella de Madrid, 74. Vigo
36214 Pontevedra
Tel.: 986 26 48 22

Ademais, impártese certificado de profesionalidade para as seguintes categorías:

- Camareiro de restaurante-bar. RD 302/1996, do 23 de febreiro. BOE 03-04-1996 (corrección de erros BOE 02-08-1996).
- Cocíneiro RD 301/1996, do 23 de febreiro. BOE 19-04-1996 (corrección de erros BOE 02-08-1996).



6.5. Páxinas útiles na Internet

No apartado 7.7 Anexo de Páxinas Web de Interés relacionamos aquelas páxinas web que consideramos vinculadas de forma directa ou indirecta coa túa futura actividade.



6.6. Bibliografía

- Encuesta de presupuestos familiares (INE) www.ine.es.
- Directorio Central de Empresas (INE) www.ine.es.
- Memoria de Actividade Turgalicia 2005, 2006,2007, Dirección Xeral de Turismo.
- Estadísticas poblacionales, Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Estadísticas poboacionais. Instituto Galego de Estatística (IGE) www.ige.xunta.es.
- Base de datos de Convenios Colectivos, http://cgri.xunta.es/g_necol.asp
- "Alimentación fuera del hogar:situación y tendencias "Setembro de 2008, realizado por PricewaterhouseCoopers (PwC)



6.6. Glosario

Ameazas: Forzas do contorno que impiden a implantación dunha estratexia, reducen a súa efectividade, incrementan os riscos desta ou os recursos necesarios, ou reducen a rendibilidade ou os ingresos esperados.

Amortización: Tratamento contable que recolle a perda de valor dos activos fixos, é dicir, de bens da empresa tales como vehículos, maquinaria, mobiliario, etc.

Barreiras á entrada: Mecanismos que dificultan ou evitan por completo a entrada de nova competencia no mercado.

Barreiras á saída: Factores de tipo económico, estratéxico ou emocional que fan que unha empresa siga competindo nun negocio, aínda cando os seus resultados sexan insatisfactorios ou mesmo negativos.

Beneficio sobre investimento: Porcentaxe que resulta de dividir o beneficio entre o importe que representan os investimentos necesarios para o arranque.

Beneficio sobre vendas: Porcentaxe que resulta de dividir o beneficio entre os ingresos obtidos polas vendas.

Capacidade de aproveitamento: Porcentaxe utilizable sobre o peso total dun determinado produto. Por exemplo: se nunha pescada de tres quilogramos de peso, a súa porcentaxe de aproveitamento é a 60%, realmente utilizables son un quilo oitocentos gramos.

Condición xurídica: Estrutura legal que pode adoptar unha empresa.

Contexto sectorial ou sector industrial: Conxunto de empresas que comparten unha mesma tecnoloxía.

Forza de vendas: Conxunto de persoas que se ocupan de todas as tarefas relacionadas directamente coa venda dos produtos fabricados ou distribuídos pola empresa.

IAE (imposto de actividades económicas): Tributo que grava o exercicio das actividades empresariais, profesionais ou artísticas, exérganse ou non en local determinado. É obrigatorio para toda sociedade, empresario/a ou profesional e fórmulase separadamente por cada actividade. O prazo é de dez días hábiles antes do inicio da actividade e a validez é dun ano natural. Renóvase automaticamente.

Índice de rotación: Número de veces que persoas distintas ocupan unha mesa por quenda de comida/ cea.

Marxe bruta: Diferenza entre os ingresos por vendas e os custos directos necesarios para a súa obtención.

Marxe comercial: Diferenza entre o prezo de venda e o prezo de custo do produto. Adóitase expresar en termos de porcentaxe respecto do prezo de venda.

Mercado: Conxunto de consumidores/as capaces de comprar o produto ou o servizo que se vai ofrecer a través da nova empresa.



Oportunidades: Todo aquilo que poida supor unha vantaxe competitiva para a empresa ou represente unha posibilidade para mellorar a cifra de negocios ou a rendibilidade.

Período medio de cobramento (Período de cobramento a clientes): Número de días que transcorren dende que se vende unha mercadoría ata que se cobra ou dende que temos algún tipo de debedores e nos pagan. Calcúlase dividindo o saldo medio de debedores entre as vendas e multiplicando o resultado por 365 días.

Período medio de pagamento (Período de pagamento a provedores): Tempo que pasa dende a compra dunha mercadoría ata que se cobra ou dende que temos algún tipo de acredores a curto prazo e os pagamos. Calcúlase dividindo o saldo medio de acredores a curto prazo entre as compras e multiplicando o resultado por 365 días.

Plan de empresa: Documento no que se analiza o contido do proxecto empresarial e no que se describen todos os elementos da empresa.

Produtos substitutivos: Produtos que satisfán as mesmas necesidades.

Público obxectivo: Segmento ou segmentos de mercado aos que a empresa dirixe a súa oferta comercial.

Puntos débiles: Capacidades, recursos, posicións alcanzadas, etc., que constitúen vantaxes competitivas que poden servir para explotar oportunidades ou superar ameazas.

Puntos fortes: Aspectos que limitan ou reducen a capacidade de desenvolvemento da estratexia e constitúen unha ameaza para a organización.

Punto morto (punto de equilibrio): Nivel de ingresos no que se igualan os ingresos aos gastos da empresa, polo que o nivel de beneficio é cero. A súa fórmula de cálculo é a seguinte:

$$\text{Punto morto} = \text{Custos fixos} / 1 - (\text{Custos variables} / \text{vendas})$$

Rappel: Bonificación obtida dos provedores ao alcanzar un determinado volume de compras.

Recursos alleos: Conxunto de todas as partidas de pasivo (obrigas que ten a empresa) que non pertence aos fondos propios da empresa. Son partidas, polo tanto, reintegrables.

Segmentos do mercado: Divisións dun mercado segundo características comúns.

Sociedade limitada: Tipo de sociedade que se caracteriza pola responsabilidade limitada dos socios. Esta responsabilidade vén dada en función da súa achega ao capital da sociedade.

Sumiller: Nos grandes hoteis e restaurantes denomínase deste modo á persoa encargada do servizo dos licores.

Tributos: Impostos de carácter fixo.

Vantaxe competitiva: Característica dun produto ou marca que outorga certa superioridade sobre os seus competidores inmediatos.

Viabilidade económica: Calidade dun proxecto do que obtemos un excedente (beneficio) suficiente que permite facer fronte ao custo da súa débeda, á remuneración dos seus accionistas e ao financiamento dunha parte do seu crecemento, unha vez que alcanza a súa capacidade de produción plena e despois de deducir todo os seus custos.



7. ANEXOS





7. ANEXOS

7.1. Anexo de información estadística de interese

0400 Contexto Sectorial

Cadro 0400.1: Distribución de restaurantes por provincias, Galicia, 2007 * (unidades)

Restaurantes	Número	Prazas
A Coruña	1.875	129.153
Lugo	822	50.262
Ourense	464	41.978
Pontevedra	2.076	110.036
Galicia	5.237	331.429

Fonte: Servizo de Ordenación Turística. Consellería de Innovación e Industria

A continuación, mostramos un cadro que clasifica os restaurantes existentes en cada provincia segundo: número, prazas e categoría:

Cadro 0400.2: Número de restaurantes e prazas por provincias, Galicia, 2007 * (unidades)

Restaurantes	Número	Prazas
A Coruña		
5 tenedores	1	200
4 tenedores	5	379
3 tenedores	10	2.072
2 tenedores	428	42.090
1 tenedor	1.431	84.412
Total	1.875	129.153
Lugo		
5 tenedores	0	0
4 tenedores	0	0
3 tenedores	4	318
2 tenedores	162	13.287
1 tenedor	656	36.657
Total	822	50.262



Restaurantes	Número	Prazas
Ourense		
5 tenedores	0	0
4 tenedores	0	0
3 tenedores	4	990
2 tenedores	89	14.749
1 tenedor	371	26.236
Total	464	41.978
Pontevedra		
5 tenedores	0	0
4 tenedores	0	0
3 tenedores	3	163
2 tenedores	295	25.354
1 tenedor	1.778	84.519
Total	2.076	110.036

Fonte: Servizo de Ordenación Turística. Consellería de Innovación e Industria. *Datos de maio de 2007

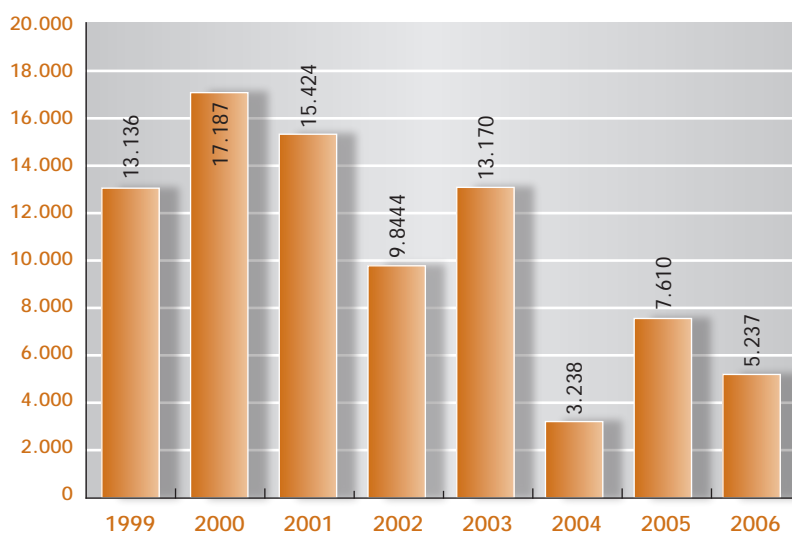
Como podes apreciar, as provincias con maior número de establecementos son Pontevedra e A Coruña, seguidas, a distancia, de Lugo e Ourense.

Se analizamos os establecementos por categorías, veremos que os de cuarta (un garfo) son os máis numerosos; os seguintes son os de terceira. Apenas existe representación dos restaurantes de categorías superiores. Isto débese, principalmente, a que as esixencias sanitarias e o pagamento dos canons son moi elevados. Tan só a provincia de A Coruña conta cun restaurante de luxo (cinco garfos), e dentro dela, só a cidade de A Coruña ten restaurantes de primeira categoría (catro garfos).



68

Cadro 0400.3: Gráfica da evolución de prazas de restaurantes, Galicia, 1998-2006 (unidades)



Fonte: Servizo de Ordenación Turística. Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo

0511 Análises da oferta

No seguinte cadro podes observar que as bisbarras de Ferrolterra e Eume son as que rexistran un maior número de establecementos dedicados á restauración; ofertan, en conxunto, o 90,72% do total de prazas da zona.

05111 Número de empresas e a súa distribución territorial

A continuación, mostramos un cadro que clasifica os restaurantes existentes en cada bisbarra segundo: número, prazas e categoría.

Cadro 05111.1: Número de restaurantes e prazas por bisbarras, Ferrolterra, Eume e Ortegal, 2007 (unidades)

Restaurantes	Número	Prazas
Ferrolterra		
4 tenedores	1	24
3 tenedores	1	100
2 tenedores	41	3464
1 tenedor	103	7037
Total	146	10625
Eume		
2 tenedores	14	1170
1 tenedor	29	1684
Total	43	3454
Ortegal		
2 tenedores	8	628
1 tenedor	20	812
Total	28	1440

Datos REAT a2007

Fonte: Servizo de Ordenación Turística. Consellería de Innovación e Industria



0531 Investimentos

A continuación, incorporamos un cuadro que enumera os principais compoñentes do equipamento mínimo da cociña nun restaurante.

Cadro 0531.1: Equipamento mínimo necesario na cociña

Elementos
Cámara
Conxelador
Cociña industrial + Campá
Forno industrial
Frixideira
Prancha- Grella
Lavalouza
Báscula
Máquina de Xeo
Batedor a temperatura
Máquina de valeiro

Fonte: Elaboración propia a través de entrevistas

Ademais deste equipamento, os restaurantes contan con:

- Caixa rexistradora ordenador
- Arrefriadores de bebidas, que nalgúns casos, son cedidos polas casas comerciais;
- Cafeteira



7.2. Anexo de feiras

Aquí detallámosche unha relación dos eventos máis significativos a nivel nacional e internacional relacionados coa hostalaría. As datas varían duns anos a outros e ata algunha exposición pode non celebrarse no ano.

LOCALIDADE	NOME	EVENTO
Madrid	FITUR	EVENTO
Barcelona	SITC	Feira Internacional de Turismo
Tenerife	EXPOHOSTEL	Salón do Turismo en Cataluña
Valladolid	INTUR	Equipamento e Servizos para a Hostalaría
Cotogrande (Vigo)	SHA	Feira Internacional do Turismo de Interior
Madrid	HOREQ	Salón da Hostalaría do Atlántico
Elx (Alacant)	Meditur Hostelería	Semana da Hostalaría e o Equipamento
Silleda (Pontevedra)	Salimat	Salón de Hostalaría, Equipamento e Subministracións para Restauración. Ambito nacional, outubro (anual)
Barcelona	HOSTELCO	Salón de Alimentación do Atlántico. Ámbito internacional 04/10-08/10 (anual)
Sevilla	Feria de la Tapa	Salón Internacional do Equipamento para a Restauración, Hostalaría e Colectividades
Elx (Alacant)	Firalacant	Feira da Restauración Tradicional. Ámbito rexional 16/11-19/11 (anual)
Porto (Portugal)	EXPOTURIS	Feira Alacantina de Bens de Consumo. Ámbito rexional, decembro (anual)
París (Francia)	Loisirexpo	Feira do Turismo e do Ocio
Bilbao	Eurohostelería	Salón Profesional do Turismo e do Divertimento de Grupo



7.3. Anexo sobre modalidades de contratación

Na Guía de recursos, dispoñible en formato electrónico (<http://guias.bicgalicia.es>), podes consultar os tipos de contrato máis habituais. Tamén podes consultar a páxina web do INEM (www.inem.es), onde atoparás un índice que recolle os distintos contratos e a través do que podes acceder a cada modelo de contrato, coñecer o seu contido, descargar o impreso correspondente en formato pdf e cubri-lo.



7.4. Anexo de formación

A continuación incorporamos unha relación de distintos organismos que se dedican á formación en materia de hostalaría.

Plan FIP

Os cursos que ofrece a Consellería de Traballo, citamos algúns dos cursos que se imparten na actualidade, todos eles con contidos teóricos e prácticos:

CÓDIGO	NOME CURSO
HOTR20	Cociñeiro
HOTR40	Camareiro de restaurante-bar
HOTR50	Xefe de sala

A programación de cursos para o ano 2008 é a seguinte:

CÓDIGO	A Coruña	Fene
THRS 20	1	1
THRS 40	3	1
THRS 50	1	--

Existe un buscador de cursos do Plan FIP, onde poderás atopar os cursos existentes en cada momento, relacionados co sector da hostalaría:

http://traballo.xunta.es/contenidos/gl/menu_transversal/formacion_cualificaciones/sec_formacion_fip/buscador_cursos_fip



Fundación Tripartita para a Formación no Emprego

A Fundación Tripartita para a Formación no Emprego (www.fundaciontripartita.org) é un dos órganos que compoñen a estrutura organizativa e de participación institucional do subsistema de formación profesional para o emprego. Ten carácter tripartito e o seu padroado está constituído pola Administración pública e polas organizacións empresariais e sindicais máis representativas.

As súas responsabilidades desenvólvense no marco do Real decreto 395/2007, do 23 de marzo, que regula o subsistema de formación profesional para o emprego. En resumo son:

- Asistir tecnicamente o Servizo Público de Emprego Estatal e colaborar con el.
- Contribuír ao impulso e difusión da formación profesional para o emprego entre empresas e traballadores.
- Prestar apoio técnico ás administracións públicas e ás organizacións empresariais e sindicais presentes nos órganos de participación do sistema.

Os recursos que financian o subsistema de formación profesional para o emprego proceden da recadación da cota de formación profesional que realiza a Seguridade Social, das axudas do Fondo Social Europeo e das achegas específicas establecidas no orzamento do Servizo Público de Emprego Estatal.

O Fondo Social Europeo participa no cofinanciamento das iniciativas de formación mediante o Programa Operativo Plurirrexional Adaptabilidade e Emprego de acordo coas actuacións previstas neste, destinadas ao fomento do espírito empresarial e mellora da adaptabilidade do cadro de persoal, empresas e empresarios ou empresarias, no período de programación 2007-2013.

A continuación presentamos a relación dos organismos que xestionan o programa en Galicia e nos que podes obter información sobre distintos cursos relacionados coa túa actividade:

1. FOREM (Fundación Formación e Emprego)

Tel.: 981 555 052

Páxina web: www.forem.es

Este é o centro de formación de sindicato Comisións Obreiras. No número de teléfono poderás conseguir a información necesaria sobre os cursos que imparten actualmente.

2. FORGA (Fundación para a Orientación Profesional, Emprego e Formación en Galicia)

Tel.: 902 102 181 (central de chamadas)

Páxina web: www.forga.es

Este é o centro de formación do sindicato CIG. A información necesaria sobre os cursos que organiza pódela conseguir no número de teléfono que che facilitamos.

3. IFES (Instituto de Formación e Estudos Sociais)

Tel.: 981 569 200

Páxina web: www.ifes.es

O centro de formación de UXT denomínase IFES. Mediante unha consulta telefónica podes informarte dos cursos que imparte este sindicato a nivel de Galicia no teu ámbito de actividade.

4. CEG (Confederación de Empresarios de Galicia)

Tel.: 981 555 888

Páxina web: www.ceg.es

Dispón dun Centro de Orientación, Formación e Emprego (COFE), que ofrece un amplo abano de cursos especializados nas áreas de formación continua, ocupacional e de autoemprego.



7.5. Anexo de provedores

Nesta actividade existen dous tipos de provedores/as: maquinaria e subministracións. A continuación, proporcionámosche unha serie de referencias a título orientativo que identificamos nas entrevistas e nas fontes secundarias consultadas que poden ser un punto de partida na procura de provedores/as para o teu negocio.

1. Comprobamos que en directorios comerciais tales como QDQ e Páxinas Amarillas, tanto en soporte electrónico como en papel, podes atopar provedores situados na túa zona:
 - **Páxinas Amarillas:** Os provedores de equipamento atopan baixo os epígrafes Hostelería e Frío Industrial e os de alimentación no de Mercados de Alimentación e no de Alimentación. Ademais podes acceder ao formato electrónico na páxina web www.paginas-amarillas.es, coa vantaxe de seleccionar calquera provincia ou localidade.
 - **QDQ:** Nos epígrafes Maquinaria, Alimentación e hotelería Mercados de alimentación e Produtos alimenticios (distribución) podes atopar provedores de maquinaria e aprovisionamentos. Tamén podes consultar a versión electrónica: www.qdq.com.
 - **Europages:** É un directorio comercial de negocios no que podes atopar empresas de provedores de todas as actividades de case todos os países. A versión de electrónica é www.europages.com.
 - **Outros:** Páxinas Galegas, etc.
2. Publicacións especializadas:
 - www.e-restauracion.com: Nesta revista podes atopar anuncios de provedores/as relacionados co sector da alimentación.
 - www.ojd.es: Portal de control da difusión das publicacións no que podes atopar revistas especializadas en case todos os sectores.
3. Asociacións: Nelas pódeste informar sobre provedores para o teu negocio. A páxina web do ICEX (www.icex.es) conta cunha base de datos de asociacións existentes en España clasificadas por sectores (Asoc).

Constatamos que nas seguintes asociacións facilitan enderezos de provedores:

- **Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines:**
Rambla Catalunya 81, 5º
08008 Barcelona
Tel.: 93 487 32 90
Fax: 93 487 07 70
Páxina web: www.felac.com
- **Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB)**
Diego de León, 44
28006 Madrid
Tel.: 91 411 72 11
Fax: 91 411 73 44
Páxina web: www.fiab.es



4. Portais:

- www.busco.com: No punto Comercio, Alimentación atoparás empresas dedicadas á distribución de produtos consumibles para hostalaría.
- www.comerciogalicia.com: Portal da Federación Galega de Comercio onde no punto Empresas podes atopar unha relación de provedores/as de alimentación, accesorios de hostalaría.
- guia.frutas-hortalizas.com: Portal de provedores/as destes produtos.
- www.hostelco.com: Salón internacional para o equipamento para restauración e hotelaría. No punto Expositores podes atopar unha ampla listaxe de entidades proveedoras.
- www.kompass.com: Portal que contén información empresarial de todo o mundo. Nesta páxina podes atopar unha base de datos sobre empresas de todos os sectores e de case todos os países.

5. Bases de datos: existen varias bases de datos de empresas clasificadas por sectores, como son as da Cámara de Comercio, Ardán (do Consorcio da Zona Franca de Vigo) e outras bases de datos privados.



7.6. Anexo de páxinas web de interese

TEMÁTICAS

Turgalicia: www.turgalicia.es

Asociación provincial de Empresarios de Hostalaría de A Coruña:

www.asociacionhosteleria.es/es/portada/portada.asp

Asociación de Hostaleiros de Santiago: www.santiagohosteleria.com

Fira Barcelona (Salón Internacional de Hostalaría): www.hostelco.com

INSTITUCIÓN PÚBLICAS

Instituto Galego de Promoción Económica: www.igape.es

Xunta de Galicia: www.xunta.es

Consellería de Traballo e Benestar: <http://traballoebenestar.xunta.es/>

INSTITUTOS

Instituto Galego de Estatística: www.ige.xunta.es

Instituto de Estudios Turísticos: www.iet.tourpain.es

Instituto Nacional de Estatística: www.ine.es

Instituto de la Calidad Turística Española: www.icte.es

CENTROS OFICIAIS

Centro Superior de Hostalaría de Galicia: www.cshg.xunta.es



7.7. Reflexións para facer o estudo de mercado

A continuación, incluímos unha serie de puntos que creemos deben ser considerados na análise do mercado porque poden condicionar a estratexia comercial a desenvolver:

Tendo en conta as características do teu produto e o público ao que te pensaches dirixir:

- ¿Existen moitos restaurantes na túa localidade?, están especializados?, hai moitos restaurantes con características similares ao teu? (Empeza por facer reconto no teu barrio, logo nos máis próximos e así ata contabilizar os existentes na túa cidade). (Ver apartado 4 Contexto sectorial, apartado 5.1.1.1 Número de empresas e a súa distribución territorial e apartado 5.1.1.2 Evolución na creación de empresas).
- Analizaches a posibilidade de crear un restaurante innovador?, ¿existe algún nicho de mercado? (Exemplo: Restaurantes de comida tailandesa).
- Existe algunha característica ou características que che permitan definir un cliente tipo? (Exemplo: Estudantes).
- Coñeces o número de persoas que utilizan os servizos de restaurante na túa zona?, sabes o gasto medio por cidadán destinado a restaurantes na túa zona? (Tes que analizar o que gastan os clientes que acoden a restaurantes similares ao teu. Outra posibilidade é ver o que gastas ti cando utilizas este tipo de establecemento).
- Sabes cales son os aspectos que os clientes valoran á hora de elixir un establecemento?, cales son as súas preferencias culinarias?, por que cres que van acudir ao teu establecemento?, como pensas diferenciarte dos demais?, que servizos complementarios vas ofrecer? Tamén podes facer un seguimento dos produtos máis demandados neste tipo de establecementos. (apartados 5.2.1 Produto e 5.2.2 Prezo).
- Como te vas especializar?, cantos menús vas a ofertar?, realizarás menús degustación?, e menús de tempada? (apartado 5.2.2 Produto)
- É unha zona doadamente accesible co coche?, é unha zona de movemento de xente?, está moi apartada do centro urbano? (apartado 5.2.3 Forza de vendas e 5.2.4 Promoción)
- Pensaches como vas dar a coñecer o teu negocio? (apartado 5.2.4 Promoción)
- Cumpres os requisitos asociados a calidade, prezo, etc. dos clientes?, ¿localizaches os teus posibles clientes?, que tipo de persoa demanda os produtos que vas ofrecer?, que necesidades ten?, cales son as razóns polas que elixe a túa empresa fronte a outras alternativas?, vaste dirixir a particulares ou tamén a empresas? (Ver apartado 5.1.2 Análise da demanda e apartado 5.2.1 Produto).
- Sabes o prezo deste tipo de produtos?, determinaches os criterios a partir dos que vas fixar os prezos/elaborar os presupostos?, vas utilizar o prezo como unha variable de diferenciación? (Ver apartado 5.2.2 Prezo).
- Como vas ascender e dar a coñecer a túa imaxe?, valoraches canto che vai custar en tempo e diñeiro?, cales cres que serán as ferramentas de promoción máis efectivas? (Ver apartado 5.2.4 Promoción).



- Contas con persoas que teñen o perfil necesario para poñer en marcha as túas ideas comerciais? (Podes consultar as demandas de emprego nas oficinas locais do INEM). (apartado 5.4.1 Perfil profesional).
- Analizaches como vas financiar os investimentos necesarios para comezar na actividade? (Ver apartado 5.3.5 Financiamento).
- Coñeces as características de funcionamento dun local?, calculaches o tempo que transcorrerá entre a apertura do teu negocio e o seu funcionamento normal?, pensaches como facer fronte, mentres tanto, aos gastos fixos que vas ter? (Ver apartado 5.3 Análise económico-financeiro).



8. NOTA DOS AUTORES

As referencias nominais subministradas nesta guía, tales como centros de estudo, asociacións, institucións, feiras, páxinas web, etc., que o/a lector/a pode atopar ao longo da lectura deste documento non pretenden ser unha enumeración exhaustiva, senón unha mostra orientativa das entidades detectadas durante a elaboración deste estudo. É posible que existan outras referencias, similares ás citadas, que non foron incluídas por non constituíren tales relacións o obxectivo principal desta guía.

Todos os datos relacionados con estatísticas, lexislación, cursos, axudas e calquera outra información susceptible de ser actualizada foron obtidos durante a realización da guía.

Santiago de Compostela, xaneiro de 2009



