

Culinary Action Sevilla, 6 casos emprendedores y los consejos de 3 expertos

Basque Culinary Center ha celebrado el 18 de mayo de 2015 en Escuela Gambrinus-Heineken un taller en Sevilla dedicado a analizar 6 casos de éxito de cocineros y hosteleros emprendedores en Andalucía: Dani García (Dani García Restaurante), Paco Morales (Noor), José Carlos García (José Carlos García), Diego Gallegos (Sollo), Curro Noriega y Mario Ríos (Besana Tapas) y Laura López y José Fuentes (Trasteo). El programa se completa con tres talleres temáticos con dinámica de grupos, conducidos por expertos en emprendizaje y gestión hostelera, sobre consejos legales para emprender, gestión económica, marketing y redes sociales en hostelería.

CONCLUSIONES CULINARY ACTION SEVILLA: 10 IDEAS PARA EMPRENDER

1. Los **negocios de gastronomía** tienen tantos parámetros diferentes e incontrolables que no existe una receta mágica para su éxito.
2. La **gastronomía** es una profesión, un negocio o un sector en el que el **factor humano** es muy determinante.
3. En cualquier ámbito personal, hay que tener fe en lo que uno hace. Cuando se fracasa, hay que levantarse y mirar hacia adelante; reflexionar las razones y aplicar las enseñanzas. Siempre **hay que soñar, caerse y levantarse**.
4. Para montar un negocio, hay que **preguntar y asesorarse**. La duda no ofende; preguntar es la postura que hay que adoptar para emprender en gastronomía.
5. El **cocinero de alta cocina** es una **nueva especie**, una nueva profesión, para la que tener éxito profesional no quiere decir tener éxito empresarial.
6. **La idea de que la alta cocina no es rentable es falsa**, es un mito alimentado entre todos los agentes del sector, en el que parece que hemos querido hacer no rentable la alta gastronomía.
7. A la hora de **crear una sociedad** para montar un negocio de hostelería, si se quiere tener una vida longeva de la inversión, es conveniente firmar un **acuerdo de socios**, que deja claras las funciones de cada socio y sus derechos y obligaciones.
8. El target, el **público**, el cliente, es la mayor **fuentes de inspiración de un negocio**, también en hostelería.
9. Hay que tomar las **decisiones con sosiego**, pero eso no debe implicar falta de riesgo. Si un emprendedor no asume **riesgos**, al final, no avanza. En todo caso, de quien más depende el emprendedor es de sí mismo.
10. Todo el mundo tiene las **mismas oportunidades**. Claro que hay suerte, pero hay que estar preparado para atraparla.

LOS MENSAJES DE CULINARY ACTION SEVILLA

PRESENTACIÓN

Jesús Barrio

Director de la Escuela Gambrinus-Heineken

“Culinary Action enlaza la gastronomía con la gestión, la viabilidad del negocio y el emprendimiento”.

José Luis Galiana

Director de Comunicación del Basque Culinary Center

* “Culinary Action tiene que ver con **emprendizaje**, espíritus emprendedores y futuro”.

* “El objetivo de esta iniciativa es mirar al mundo de la gastronomía y la alimentación con una **mirada de gestión y futuro**”.

CHEFS-PONENTES y EXPERTOS

DANI GARCÍA

*Posicionado como uno de los cocineros clave de la cocina andaluza de vanguardia, ha desarrollado su carrera profesional entre Ronda (en Tragabuches) y Marbella, donde hace poco más de un año se mudó al **Hotel Puente Romano** para abrir **Dani García Restaurante**. Este espacio gastronómico, con dos estrellas Michelin, funciona como su sede central, mientras Bibo materializa un bistró bajo una oferta ‘casual’. Además, tiene un negocio propio de catering y eventos.*

* “Hubo un momento en el que en el mundo de la alta cocina empieza a aparecer gente que ofrece dinero y proyectos. Un grupo grande viene a ofrecerme abrir un bar de tapas en Málaga, **Lamoraga**; luego, viene otro grupo y quiere hacerlo en Puerto Banús y muchos en el mundo. Me doy cuenta de que no me gusta la idea porque se hacen aperturas sin sentido y vendo la marca. **Empiezo a aprender cómo no se deben hacer las cosas**. Es la peor época de mi vida. Al mismo tiempo, **Sol Meliá** decide que no quiere seguir con Calima [su espacio gastronómico ubicado en el Hotel Meliá Don Pepe, donde García pasó de ser asesor a inquilino], justo al darme la segunda estrella, y me alquila el espacio. Decido acatar la decisión con unas condiciones leoninas. El restaurante es rentable los meses en los que está abierto, pero no en los que cierra. Luego, nos piden el doble de lo que ya pagaba para un sitio que se abría seis meses al año”.

* “Decido moverme al **Hotel Puente Romano** [en abril de 2014] y **me cambia la vida**. Puente Romano te da mucho valor añadido y, por lo tanto, el alquiler se minimiza en una séptima parte y la clientela que antes conseguía en dos meses me llega en un día. Se consigue hacer un restaurante muy rentable”.

* En febrero de 2014, cerró (por decisión de sus socios en EEUU) el restaurante de García en NYC. “A todo el mundo le encanta criticar el fracaso ajeno, pero el único que ha intentado hacer un restaurante en **Nueva York** soy yo”.

* “**El cocinero de alta cocina es una nueva especie, una nueva profesión, en la que el hecho de tener éxito profesional no quiere decir que vaya a tener éxito empresarial**. Primero, hemos sido soñadores, lo único que nos importaba era cocinar, hacer cosas diferentes y cambiar el mundo. Eso a nosotros **nos ha costado dinero**. Es lo más admirable de este tipo de profesión. Al final, te tienes que **ir moviendo hasta buscar tu sitio**, pero para llegar a esto, he tenido que hacer mil cosas para esto. He conseguido hacer rentable la alta cocina que parece que era un mito, cuando la única diferencia es la inversión. Ahora necesito una hora y media al día para hacer rentable el restaurante; antes, un mes”.

* **“Lo de que la alta cocina no es rentable es mentira, es que nosotros hemos querido hacerla no rentable.** Este año, alcanzaremos entre 4,5 y 5 millones de euros de **facturación** este año [sumando sus negocios en Dani García Restaurante y BiBo]; en Calima, como mucho, alcanzábamos 1,5 millones en 6 meses y los otros 6 meses perdíamos dinero. Hoy hacemos las cosas de otra manera; tenemos la información de lo que nos ha pasado en 15 años; eso nos da otros números”. El cocinero utiliza un app para saber desde su móvil los gastos e ingresos derivados de cada mesa de sus restaurantes.

* “A la hora de hacer rentable un concepto, hay mil millones de **circunstancias**. Yo hago lo mismo que hace tres años y gano mucha más ‘pasta’. Con el mismo esfuerzo y trabajo, antes perdía dinero y ahora no. Estamos a 800 metros de donde estábamos antes, pero facturamos 3 o 4 veces más que antes. Eso retrata bien la alta cocina”.

* “Siempre hay una parte de azar o suerte, pero hay que minimizarla. Decía Bill Gates que si conoces el **plan de negocio** al cien por cien es que ya es tarde para ese negocio y no sé quién decía que **el exceso de reflexión te lleva a la parálisis**”.

* “Ahora, soy super feliz. He pasado por todo. **Hay que soñar, caerse y levantarse.** Son los dos mejores años de mi vida. En cualquier ámbito personal, tienes que **tener fe en lo que haces**. Cuando se fracasa en cualquier situación, hay que levantarse y mirar hacia delante; reflexionar el porqué y guardarlo con llave; eso es experiencia y debe guardarse dentro de uno para la próxima vez”.

* “Los **negocios de hostelería** son super peligrosos; ganas tanto como pierdes. Al final, un negocio de restauración son un montón de **circunstancias**”.

* Sobre el **diseño de una hamburguesa para McDonald’s**: “Ha implicado 2 millones de euros de inversión en marketing. ¿Qué cocinero tiene esa capacidad para invertir en marketing? En marzo y abril, estamos facturando los números de julio del año pasado. Algo tiene que ver. La gente ve tu cara todos los días en la calle durante mes y medio o dos meses. **Soy cocinero y ser cocinero es todo.** Si me dedicara solo a la alta cocina, me aburriría, mi profesión es hacer feliz a la gente y vender felicidad, sea con alta cocina, una hamburguesa o unos boquerones”.

PACO MORALES

*Formado en Guggenheim Bilbao, Mugaritz y elBulli y tras pasar por Madrid y Bocairant (donde Paco Morales Restaurante obtuvo una estrella Michelin), Paco Morales se encuentra inmerso en la actualidad en un proyecto cien por cien personal, que arrancará en unos meses en Córdoba, su localidad natal. **Noor** sumará restaurante gastronómico y espacio creativo, con un eje estratégico: su especialización en la cocina andalusí.*

* “Hace 18 años, mis padres abieron en Córdoba un negocio de comida preparada, **El Asador de Nati**. Cuando decidí irme al País Vasco, tuve una pelea con mi padre, que no me entendía. En un negocio familiar, hay una jerarquía establecida; puedes tener tu sitio, pero es complicado”.

* “Cada uno debe **encontrar su camino**. No hay varitas mágicas, es imposible. Mucha gente quiere ayudarte, pero, al final, eres tú contigo mismo, rodeado de familia y amigos”.

* **“En casa me han enseñado el valor del esfuerzo, que es algo que parece que no se valora.** Los concursos televisivos de cocina son positivos porque acercan la cocina a la sociedad, pero también fomenta algo mediático muy potente. A veces, estamos en una situación de caos brutal en el que cada uno debe hacer su trabajo y, a la vez, atender a redes sociales, propuestas y medios de comunicación. Es un vaivén brutal”.

* “Cuando me creo con 26 años que soy el rey del mambo, dejo Mugaritz, me voy a **Senzone** (en el Hotel Hospes Madrid) y me meto en un agujero de avispas. Fueron dos de los años más duros de mi vida personal y profesional y en los que más aprendí”.

* “En **Bocairant** [donde el chef obtuvo una estrella Michelin], el Hotel Ferrero decidió duplicar o triplicar el alquiler. Esto no te lo enseñan en ningún sitio. Después de haber hecho, dentro de

una modestia, una inversión de 40.000 euros en vajilla, muebles y uniformes, me tengo que ir de allí”.

* “Cuando se cierra la puerta en Bocairent, se abre el **consulting**, primero, en Menorca, en el Hotel Torralbenc, con una cocina de proximidad; y después, en Madrid, en Al Trapo. En los consulting, nos involucramos mucho, no dejamos nada al azar, y, a distancia, más todavía”.

* **“Si no asumes riesgos, al final no avanzas: puede haber propuestas, personas o vivencias, pero al final cada**

* “Me gusta hablar de la etapa de Madrid como **fracaso** por no entender cómo funcionaba el mundo y en Bocairent como fracaso empresarial”.

* “Al cerrar Bocairent, no se acaba el mundo. Por primera vez, veinte años después, **decido donde quiero vivir**. Decido volver a casa a **Córdoba**. Gracias al ‘know how’ y al conocimiento de los años anteriores, empezaré a crear nuestra historia. Para rizar el rizo, mientras nos desfogamos en Al Trapo y Bocairent, **nos reinventamos con Noor, en Córdoba**. Veo la ciudad, el territorio y la comunidad como si fuera un desconocido. Así miraré los productos y la tierra desde fuera. Haremos una cocina honesta que tenga claros los matices de la región, con la idea recuperar los casi siete siglos de ocupación musulmana”. La **fecha de apertura prevista para Noor** será el **otoño de 2015**.

* “Al final hay que hacer cosas diferentes y muy personales, que pueden ser una churrería o Noor. Cada uno debe **encontrar su camino**. La sociedad en la que estamos aúpa más a la gente de éxito y castiga a la que fracasa

* “Noor va a ser sostenible, lo vamos a intentar, es un proyecto complejo”.

* “Al final, **el cocinero de alta cocina es cocinero-empresario**. Todo ha cambiado. O tenemos una capacidad camaleónica para estar abierto a lo que pasa fuera o para reinventarte, con un saber hacer, que es muy de artesano”.

* “Si no eres feliz con lo que haces, estás muerto en lo personal y en lo profesional. **Nadie te puede quitar las ganas de hacer algo**. A todo el mundo le pone el tiempo en su sitio”.

JOSÉ CARLOS GARCÍA

Forma parte de una familia de hosteleros; fue con sus padres con quienes dio, de hecho, sus primeros pasos como cocinero. Tras una etapa de formación en escuelas y espacios gastronómicos, José Carlos García abrió su propio proyecto empresarial en Málaga, con el restaurante que lleva su nombre donde cuenta con una estrella Michelin.

* **“Mi padre** montó una **churrería** con el dinero que le tocó en una quiniela. Con el tiempo, se convirtió en un restaurante de alta cocina con mantel de plástico. Al final, se convirtió en un restaurante de alta cocina. Mi padre tiene 80 años, sigue siendo un tío ambicioso y cada día viene a mi restaurante a decirme que sigo haciéndolo mal”.

* “Ahora, **tengo el restaurante que he soñado durante toda mi vida en Muelle 1**, con un socio que se llama La Caixa. Me siento muy orgulloso porque hemos conseguido hacerlo sin salpicar el patrimonio de mis padres. **Me he metido en un proyecto de dos millones de euros en un negocio en el que mis padres no están. No soy nadie para poner en riesgo el trabajo de años de mi padre en su negocio familiar**. Casi todo se puede conseguir trabajando, siendo constante e insistiendo”.

* “En 2008, empecé a trabajar en un proyecto imposible. Si daba el salto de mi vida, era para hacerlo mejor que ahora. Fue el **paso de Café de París a José Carlos García Restaurante**”.

* “Yo tenía un sueldo y una hipoteca gigante. Conseguimos la **financiación** para el restaurante. Como aval había **una estrella Michelin en Café de París** y años de trayectoria. Dijimos la verdad: éste no es el mejor negocio del mundo, la rentabilidad no es muy alta. Nos concedieron este préstamo carísimo”.

* **“Abrimos** el 28 de noviembre de 2011; tres o cuatro días antes de abrir nuestro ilusionante proyecto, **Michelin** nos quita la estrella en Café de París por mudanza. Durante un año, no

existimos; estamos desaparecidos del mapa. Cuando no contábamos con ella, en noviembre de 2012, nos dieron la estrella justo al año de abrir. Cambió todo. Estar en Michelin es importante para nuestro negocio, ganas **credibilidad**".

* "Son negocios que no son **rentables** de forma rápida. Hicimos la cocina perfecta, un Fórmula 1, con una inversión de 400.000 euros. El primero fue un año fatal de pérdidas. Hemos enseñado al banco las cuentas y hemos conseguido **refinanciar** la operación".

* "Nos dimos cuenta de que **este tipo de restaurante de alta cocina no eran rentable**. Por eso, decidimos dividir el restaurante en dos mundos: el **gastronómico** y el **informal**. Es un restaurante de mil metros de mil metros, en el que el gastronómico sólo tiene 4 mesas y 16 comensales; la otra parte informal permite que sea rentable. Además, a través del gastronómico, estamos convenciendo continuamente a 12 clientes de que pueden hacer allí un **evento corporativo**, para el que se cierra el restaurante entero el tiempo que haga falta, incluso durante un mes. Apostamos por un formato de negocio porque existe un nicho de mercado que va buscando volumen".

FERNANDO HUIDOBRO

Abogado y asesor especializado en Derecho Societario, experto en asesoría en el sector gastronómico. Iberia Abogados. / Dinámica de grupo: Pistas legales para emprender

* "La **alta gastronomía** es un **sector que ha cambiado a una velocidad descomunal**. Los negocios de gastronomía tienen tantos **parámetros diferentes e incontrolables** que no existe una receta mágica para ellos".

* "**Es una profesión, un negocio o un sector en el que el factor humano es terriblemente determinante**".

* "No es malo **asesorarse**. El sector ha tenido muchísimo miedo del asesoramiento de terceros. La duda no ofende; es la postura que hay que adoptar para emprender en gastronomía".

* "Hay **dos posturas**; una es **cocinar** y otra es **ser empresario**; son dos cosas muy diferentes. El cocinero es empresario a su pesar".

* "**Emprender** es muy bonito y que un cocinero consiga hacerse dueño de su destino es complicado; para eso, hace falta tener mucha madera".

* "Para ser **empresario gastronómico**, hace falta tener la parte de enamoramiento de este negocio".

* "Tener una app en su móvil como Dani García para saber exactamente lo que pasa en cada negocio, eso sí es **ser empresario**".

* "A veces, unos amigos o aficionados a la gastronomía se juntan **como socios en una sociedad**; pero, al final, quien se lo sigue currando pasados los años es el **cocinero**, que es quien realmente conoce el negocio".

* "**Tener socios** puede ser una fuente indudable de conflictos; es cuando el sueño de montar una sociedad en común se resquebraja".

* "Si hacéis una sociedad con un inversor, no os contentéis con una escritura o unos estatutos. Si queréis una vida longeva de vuestra inversión, firmad un **acuerdo de socios**, en el que queden claras las funciones de cada uno, sus derechos y obligaciones; es mucho más importante que unos estatutos".

* "Hay que hacer **planes de negocio**. Lo importante en el plan de negocio es la parte 'oscura', saber exactamente cuánto te vas a gastar mensualmente; no sólo saber los ingresos".

* "Quien crea que puede montar un negocio hace 50 años y ya no tiene que **cambiarlo** se equivoca".

* Un cocinero o un empresario de hostelería debe **ordenar su patrimonio** por pequeño que sea; hay que evitar 'poner los huevos en la misma cesta'".

* "Cuando ves que **un negocio no va bien**, tienes que tomar a decisión de cerrar, aunque sea muy duro".

DAVID SERRANO

Experto en marketing. MKG20 / Dinámica de grupo: Marketing en hostelería

- * “Si no te gusta donde estamos por hacer las cosas de una forma, habrá que cambiar la forma de hacer las cosas”.
- * “En hostelería, en los últimos años, surgen **nuevas fórmulas** y se reinventan las ya conocidas”.
- * “Estamos obcecados en una **cultura del esfuerzo**, pero nos van a premiar por una **cultura del resultado**”.
- * “El **marketing** no crea necesidades, pero las despierta”.
- * “Hay una crisis de **observación e iniciativa**”.
- * “**No hay que olvidar que el target, el público, es nuestra mayor fuente de inspiración**”.
- * “Tener sosiego a la hora de tomar decisiones, pero no por ello falta de **riesgo**”.
- * “Se puede montar un negocio sin contar con los **bancos**”.
- * “**Cuando empiezas desde menos 10, eres indestructible**, no porque hayas tocado fondo, sino porque vienes del fondo y nadas en el mundo del **emprendimiento real**”.
- * “Hay que entender el **tipo de cliente** que tenemos y el momento de relación con él. Los **nuevos canales y redes sociales** nos permiten ser más visibles y accesibles”.
- * “Los cocineros sois **productores de experiencias** que provocan sensaciones”.
- * “Hay una **burbuja hostelera**; es el sector que menos ha acusado la crisis, pero los números están ahí. Se han abierto restaurantes rápido y se cierran. Hay mucho humo”.

XABIER DE LA MAZA

Emprendedor en La Salsera, The Loaf, The Glutton Club y Pantori / Dinámica de grupo: Marca y redes sociales en hostelería

- * “Para que tu marca tenga valor, hay que **definir una propuesta de valor**, un algo, que es lo que quieres transmitir”.
- * “Es clave **entender la comunidad** a la que te diriges a través de tu negocio”.
- * “La **marca** no es el logotipo. Dice Jeff Bezos, de Amazon, que tu marca es lo que dicen de ti cuando no estás presente. Por eso, es imperiosa la necesidad de definir tu argumento de negocio”.
- * “Sólo hay una primera vez para causar una primera buena impresión”.
- * “Cada interacción con el usuario es una **experiencia de marca**”.
- * “El **sector de la gastronomía** es un puntal para crear contenidos, pero también para identificar tendencias”.
- * “Sed generosos y participad con vuestros negocios en **proyectos** que pueden tener importancia; ese contenido lo podéis utilizar en redes sociales”.
- * “Lo mejor es llevar las **redes sociales** personalmente”.

DIEGO GALLEGOS

*Nacido en Sao Paulo y con familia española y peruana, lleva años viviendo en España, a donde viajó para terminar la carrera de Derecho, aunque, finalmente, optó por estudiar cocina. Conocido como el ‘Chef del Caviar’, Diego Gallegos ha optado por la ‘superespecialización’ en torno al esturión, conocido en el Siglo de Oro como ‘sollo’, palabra que da nombre a su restaurante. Apuesta así por una cocina fluvial en torno a este pez prehistórico y sus huevas (el caviar), criado en piscifactorías ecológicas como Río Frío en Granada. El pasado marzo, Sollo se mudó desde su ubicación en Benalmádena a un nuevo emplazamiento en **Reserva del Higuero**, en Fuengirola (Málaga).*

- * “Empecé a trabajar fregando platos en un chiringuito y luego hice de todo en diferentes tipos de locales, desde un asador de pollos a un hamburguesería. Cuando acabé de estudiar en **La Cónsula**, junté 12.000 euros que había ganado en premios y me lo gasté en viajar y aprender.

Me fui a **Brasil y Perú**, pero se me acabó el dinero y tenía que regresar. Volví y empecé a trabajar en un negocio de un tío de mi mujer en un pueblo de 800 habitantes en Granada”.

* “En Granada, cuando vi el **esturión**, me acordé de los pescados grandes de Brasil, del amazonas, con los que había trabajado cuando estuve en D.O.M. de **Alex Atala**. Me gustó. Empecé a dar el rolló y acabé trabajando en el departamento de I+D de **Caviar Riofrio**. Me sirve como banco de pruebas con el esturión”.

* “Mientras, trabajaba como jefe de cocina en un grupo de Málaga con cuatro restaurantes. No me gustaba. Decidí montar mi negocio con un crédito ICO de 18.000 euros y 3.000 euros ahorrados. Mi mujer era administrativa y había trabajado como camarera, así que alquilamos local en **Benalmádena**. En noviembre de 2013, abrimos. **Teníamos que abrir sin miedo**. El primer día vinieron todos los conocidos, luego empezó a estar mal la cosa”.

* “Me fui especializando en el esturión. Hice **menú sólo de esturión**, como mezcla de la matanza típica andaluza aplicada al esturión. Si ya venía poca gente, con un menú con esturión quizás iba a venir menos”.

* Su aparición en medios de comunicación “fue **llenando las mesas** y surgió la oportunidad de **Reserva del Higuero**n. Me dijeron que les presentara una propuesta y escribí mi carta a los Reyes Magos; cuando aceptaron, no podía creérmelo. **Ahí está la prueba de que todo el mundo tiene las mismas oportunidades. Nada más hay que trabajar y jugar las cartas. Claro que hay suerte, pero tienes q estar preparado para cogerla**”.

* “Firmé el contrato con **Reserva del Higuero**n; a la semana, me dieron el premio Cocinero Revelación en Madrid Fusión. El 22 marzo, cerré Sollo en Benalmádena; **el 23 marzo, abrimos en Reserva del Higuero**n. Llenamos todos los días desde que abrimos”.

* “Yo soy cocinero y me dedico a cocinar. Eso de ser **empresario** me ocupo sobre la marcha”.

* “He transformado en taller de investigación el antiguo restaurante de Benalmádena, que era mi casa de origen”.

* “Ahora, ofrezco el menú de primavera-verano y ya tengo hecho el de otoño-invierno; estoy preparando en el de primavera del próximo año. La gente va con una **expectativa** a Sollo. Para no tener el problema de defraudarla, tienes que **trabajar con mucha antelación**”.

* “Me apunto a un bombardeo. **No puedes estar esperando a que toquen a tu puerta**; tienes que moverte tú”.

* En Culinary Action Sevilla, presentó el **documental**, producido por Food & Groves, sobre su cocina, basada en “una conciencia social de respeto a la sostenibilidad, y con el eje “Somos lo que comemos y valoramos lo que comemos”. **“Hay que demostrar que gastronomía y sostenibilidad no están reñidos”**.

CURRO NORIEGA Y MARÍO RÍOS

Con su socio Mario Ríos, Curro Noriega abrió Besana Tapas en 2010, en el barrio de la judería de Utrera (Sevilla). Este proyecto materializa un formato de bar de tapas, bajo una cocina andaluza actualizada y una filosofía de taberna. En el verano de 2014, estos ‘gastroempresarios’ abrieron su segundo local: La Fábrica, local situado en Sevilla.

* “Cuando abrimos **Besana**, éramos los raros y los caros de Utrera. Los dos primeros años, no vimos un duro. El único secreto de Besana es que **trabajamos ‘como burros’**. Nos gusta la frase de un hombre de Utrera, que dice: **“A ti no te falta dinero, a ti te sobra un mandao”**.

* “Somos un **bar de tapas**, no somos un restaurante. Hay gente que viene con las expectativas cambiadas”.

* “No ha sido un camino de rosas, como le ocurre a todo el que ponga en marcha una empresa”.

* “Somos profesores y Besana nació con ‘echar la tarde’ en algo y, además, surgió como una **necesidad de hacer algo**. No sabíamos lo que nos esperaba. De 8 a 15.00 trabajamos dando clase en escuelas y de 15.00 a 2 de la mañana en Besana. Es decir, estamos desaprovechados de 2 a 7 de la mañana. **Este tipo de negocios son muy personales. El cliente espera una**

marca. Si no estamos nosotros, parece que no está bueno. Como la gente quería vernos, empezamos a abrir sólo por las noches”.

* “Cuando abrimos el negocio, nos dimos cuenta de que se hace todo menos cocinar. Te das cuenta de que tienes que **echar más horas** en todo lo que no te gusta”.

* “Al principio, montamos un **equipo** al que intentamos cuidar como pensábamos que nos gustaría que nos trataran a nosotros. Fue un desastre. Echamos a todos y nos quedamos nosotros dos: **nadie como el amo mira por el negocio.** Nadie como nosotros le hemos dado la vuelta al producto para sacarle el máximo provecho y rentabilidad”.

* “En el balance, tratamos de **equilibrar** la parte romántica y la bohemia de la cocina. Intentar esa ecuación casi perfecta, dando cuatro vueltas al producto para sacarle la máxima expresión”.

* “En Besana **sólo hay tapas**, ni ración, ni media ración. Se basan en el **máximo aprovechamiento del producto.** Cuestan 2,90 a 3,90 euros; con eso, ganas dinero, pero no puedes hacerte rico”.

* “**Nuestra gran lucha es conceptualizar una tapa**, en cuanto a un **gramaje**, que entendemos en torno a 60 y 70 gramos; como una filosofía de vida o una **manera de vivir** (en España y, en concreto, en Andalucía la forma de comportarse delante de un plato es muy social) y en la que **sobra el protocolo.** Nosotros añadimos buscar **producto** de nuestro entorno más cercano. **Hemos cambiado la mentalidad de la tapa**, sobre todo, en cuanto a la **forma de producción.** Está todo organizado para producir el martes para toda la semana, bajo un sistema formulado. Tratamos de minimizar la mano del cocinero a un día por semana”.

* “Lo mejor que hacemos nosotros es darle a la cabeza. Le damos la vuelta a todo”.

* “Ahora, hemos abierto un **nuevo negocio en Sevilla.** Es preferible pasarlo mal con faena que pasarlo mal sin faena. Nos sentimos muy orgullosos de tener lo que tenemos”.

LAURA LÓPEZ Y JOSÉ FUENTES

Su primer proyecto como socios fue Albedrío, que funcionó durante cuatro años hasta el otoño de 2012, en Zahara de los Atunes. En esta localidad gaditana, estos emprendedores, con experiencia previa en varios restaurantes, arrancaron unos meses después Trasteo, que insiste en la línea marcada en el local anterior: una cocina andaluza fusionada con notas exóticas.

* “Laura entró la **cocina** como algo muy vocacional y yo [José] por casualidad. Prácticas en Balzac En ningún caso nos movía el **dinero**, nunca hemos trabajado por dinero. No nos movemos por el dinero. Lo vemos como un **indicio de si se están haciendo bien o mal las cosas**”.

* “No sirve de nada haber cocinado antes, hasta que no tienes un **negocio propio** y te das cuenta de lo que significa. Un **negocio de hostelería** es muy difícil de **sacar adelante**, debido a un montón de factores”.

* “Quien no **fracasa** no aprende y, por tanto, no avanza”.

* “Después de ocho años trabajando juntos los dos y un tercer socio, nos hablaron de un local en **Zahara**. En apenas 45 días, habíamos abierto el local como **Albedrío**. No hicimos un estudio de mercado”.

* “Después de 4 años, nos dimos cuenta de que necesitábamos un negocio más grande en el que rotasen las mesas, una cocina mas grande y mesas altas. Abrimos **Trasteo**, donde caben 80 personas sentadas y poder doblar las mesas 3 o 4 veces. La facturación se triplicó”.

* “En **Albedrío**, nos tachaban de caros. La carta en Trasteo, con ración, media y tapa, genera la percepción de que es más barato”.

* “**El mejor estudio de mercado es la experiencia**”.

* “No hay que tener **miedo a cerrar un negocio** por mucho que hayas invertido ilusión, dinero y esfuerzo”.

* “En **Albedrio**, teníamos 24 y 26 años, no teníamos miedo al mercado; pusimos cada uno de los tres socios entre 45.000 y 60.000 euros. En **Trasteo**, Laura y yo pusimos 60.000 euros cada uno”.

* “En **octubre o noviembre, abrimos un nuevo restaurante en Madrid**, con un tercer socio. Cada uno invertiremos entre 150.000 y 160.000 euros”.

* “No hay que tener miedo, pero hay que tener las espaldas cubiertas”.

* “Pensamos que si las **sinergias** son positivas, puede estar bien tener **socio**, pero nunca socio solo capitalista, debe ser un socio capitalista pero también trabajador

* “En **Madrid**, vamos a **planificar mucho más**. Tendrá una zona más informal en el piso de abajo y una más formal en el de arriba, además de una terraza con cócteles. Será una carta corta de 18 a 20 platos. Será una carta nueva, pero, en parte, tendrá el mismo concepto que Trasteo, aunque tenemos claro que **los clientes marcan el negocio**. Aunque seas fiel a tus principios, debes adaptarlos al cliente. Será un espacio hecho por cocineros para disfrutar de la gente”.