vinetur

Linkers revela por qué el 60% de los restaurantes no supera el primer año y las claves para evitarlo

El 60% de los restaurantes españoles cierra antes de cumplir un año. No es mala suerte. Son los mismos errores, en el mismo orden, una y otra vez. Todos evitables.

jueves 21 de mayo de 2026

ESCRITO POR RITA



Cada año abren en España más de 15.000 nuevos establecimientos de restauración. La mayoría lo hace con ilusión, con ahorro acumulado y con un local alquilado a precio de mercado. Y la mayoría cierra. No por mala cocina. No por mala ubicación. Por decisiones estructurales que se tomaron mal —o no se tomaron— antes de abrir la puerta al primer cliente.Entender por qué fracasan los restaurantes es el primer paso para no ser parte de esa estadística, y Linkers, Consultora de Hostelería, arroja algunas claves.

Los errores que se repiten siempre

El cierre de un negocio hostelero raramente es una sorpresa. Los motivos se concentran, de forma casi sistemática, en un número reducido de causas que se repiten con una regularidad llamativa:

1. Concepto sin mercado. Construir el proyecto alrededor de una pasión sin validar si hay demanda real para ella en la zona elegida ni si el ticket medio necesario para ser rentable es asumible por el cliente potencial.

2. Inversión subestimada. El presupuesto inicial nunca incluye imprevistos ni el fondo de maniobra para los primeros meses sin ingresos estables. Cuando la caja se agota, el restaurante todavía no ha encontrado su velocidad de crucero.

3. Carta mal estructurada. Precios fijados por intuición, demasiados platos, ingredientes poco rentables. Una carta mal diseñada puede hundir un local lleno de clientes.

4. Personal no homogeneo. Sin control de turnos, ratios de productividad ni gestión de horas, el coste de personal supera fácilmente el 45% de la facturación y destruye el margen operativo.

"El emprendedor gastronómico no fracasa por falta de pasión ni por mala cocina. Fracasa porque nadie le enseñó a cómo gestionar un negocio de hostelería antes de abrir", sostiene David Basilio, Director de Operaciones de Linkers.

A estos errores estructurales se suma el contexto de 2026: la inflación acumulada ha elevado el coste de las materias primas entre un 30 y un 50% respecto a niveles prepandémicos, la escasez de personal cualificado es un problema estructural sin solución a corto plazo, y el consumidor está más informado y más sensible al precio que nunca. Abrir un restaurante hoy sin haber recalibrado el modelo sobre estos parámetros es calcular sobre premisas que ya no son válidas.

El error cronológico más común: buscar local antes de tiempo

La mayoría de los emprendedores empieza su proyecto buscando un local. Es un error de secuencia que compromete todo lo que viene después. El local es la consecuencia de una serie de decisiones previas, no el punto de partida.

Antes de visitar un solo espacio, cualquier proyecto serio debería haber respondido preguntas fundamentales con datos reales: ¿qué ticket medio necesito para cubrir costes? ¿Existe esa demanda en la zona que considero? ¿Cuánto capital tengo y cuánto tiempo aguanta si los primeros meses van mal? ¿Mi concepto es coherente con el poder adquisitivo de esa zona?

El alquiler, además, es el coste fijo más peligroso de un restaurante porque no fluctúa con las ventas. La regla orientativa del sector establece que no debería superar el 8-10% de la facturación proyectada. Si para llegar a ese porcentaje se necesita una facturación que el mercado no puede absorber, el local es demasiado caro, independientemente de lo atractivo que parezca.

"Vemos proyectos que llegan a nosotros con el local ya firmado y la obra empezada. En ese momento podemos ayudarles a minimizar el daño, pero ya han tomado la decisión más cara sin la información necesaria para tomarla bien", afirma Marianela Olivares, Directora General de Linkers.

El proceso que debería seguir cualquier apertura

Abrir un restaurante con garantías no es cuestión de talento ni de suerte. Es cuestión de orden. Cada decisión tomada en el momento equivocado, sin la información adecuada, consume recursos que van a hacer falta después. El proceso tiene una secuencia lógica que, cuando se respeta, cambia radicalmente las probabilidades de éxito:

Fase 1. Diagnóstico y viabilidad. análisis de mercado, perfil de cliente objetivo y modelo financiero preliminar. El objetivo es determinar si el proyecto tiene sentido antes de invertir un euro.

Fase 2. Diseño del concepto. propuesta de valor diferencial, posicionamiento, diseño de la experiencia completa —cocina, sala, ambiente, comunicación—. Un concepto que pueda explicarse en dos frases y sea coherente en todos sus elementos.

Fase 3. Ingeniería financiera y operativa. plan de negocio real, escandallo de carta, estructura de personal y protocolos operativos. Al final de esta fase, el emprendedor sabe exactamente cuánto tiene que vender, a qué precio y con qué costes para que el negocio sea rentable.

Fase 4. Búsqueda del local con criterios objetivos. con el concepto y el modelo financiero definidos, la búsqueda tiene criterios claros: se sabe qué superficie necesita el negocio, en qué zonas tiene sentido buscar y cuál es la renta máxima que puede asumir el proyecto.

Fase 5. Apertura y primeros 90 días. selección y formación del equipo, rodaje interno antes de abrir al público, ajuste de tiempos de cocina y control de indicadores desde el primer servicio. Los primeros tres meses determinan la reputación inicial del negocio y revelan los desajustes entre lo planificado y lo que funciona realmente.

Para David Basilio, "un restaurante no se abre, se construye. Y construir bien requiere método, no solo entusiasmo. La diferencia entre los que duran y los que cierran no está en el talento: está en si alguien se sentó a hacer los deberes antes de abrir."

Lo que distingue a los restaurantes que duran

Los restaurantes que se convierten en referencias en su zona no son los que tienen mejor chef ni los mejor ubicados. Son los que miden, los que corrigen rápido y los que mantienen la coherencia de su propuesta en el tiempo.

Un negocio que no conoce su ticket medio real, su coste de materia prima como porcentaje de ventas o su punto de equilibrio no puede mejorar, porque no tiene referencia contra qué comparar. La buena noticia es que todos estos elementos son aprendibles y estructurables. No requieren una inversión millonaria. Requieren método y la disciplina de no saltarse los pasos incómodos.

Según Marianela Olivares, "el sector hostelero tiene una tasa de fracaso altísima, pero también tiene una característica poco mencionada: los negocios que hacen bien los fundamentos tienen una resiliencia extraordinaria. Hemos visto restaurantes sobrevivir crisis brutales simplemente porque tenían la estructura correcta."

La hostelería independiente tiene además una ventaja enorme frente a las grandes cadenas: puede ser auténtica, cercana y adaptarse rápido. Pero necesita la misma solidez estructural que cualquier otro negocio. Esa combinación —identidad propia y gestión rigurosa— es la que produce los restaurantes que llenan de martes a domingo y que siguen ahí diez años después.

Más información: www.linkers.es