vinetur

Linkers alerta de que el 60% de los restaurantes cierra antes del año

La consultora señala errores de concepto, inversión y gestión como causas principales

jueves 21 de mayo de 2026



Abrir un restaurante independiente sigue siendo una de las decisiones más arriesgadas dentro de la hostelería española. Linkers, consultora de hostelería, sostiene que el 60% de los restaurantes españoles cierra antes de cumplir un año y atribuye esa tasa de

fracaso a errores que se repiten en la fase previa a la apertura y en los primeros meses de actividad.

La compañía apunta que cada año abren en España más de 15.000 nuevos establecimientos de restauración. Muchos arrancan con ilusión, con ahorro acumulado y con un local alquilado a precio de mercado. Sin embargo, una parte importante termina cerrando no por una mala cocina ni por una mala ubicación, sino por decisiones estructurales tomadas mal, o directamente no tomadas, antes de recibir al primer cliente.

Linkers sostiene que entender por qué fracasan los restaurantes es el primer paso para no entrar en esa estadística. La consultora resume los fallos más habituales en cuatro bloques. El primero es un concepto sin mercado, cuando el proyecto se construye alrededor de una pasión sin comprobar si existe demanda real en la zona elegida ni si el ticket medio necesario para ser rentable resulta asumible para el cliente potencial.

El segundo error es la inversión subestimada. Según la nota difundida por la empresa, el presupuesto inicial no suele incluir imprevistos ni fondo de maniobra para los primeros meses sin ingresos estables. Cuando la caja se agota, el restaurante todavía no ha encontrado su ritmo de funcionamiento.

El tercer problema es una carta mal estructurada. La consultora habla de precios fijados por intuición, exceso de platos e ingredientes poco rentables. Una carta mal diseñada puede hundir un local lleno de clientes, advierte Linkers.

El cuarto bloque es el personal no homogéneo. Sin control de turnos, ratios de productividad ni gestión de horas, el coste laboral puede superar fácilmente el 45% de la facturación y dañar el margen operativo.

David Basilio, director de Operaciones de Linkers, afirma que el emprendedor gastronómico no fracasa por falta de pasión ni por mala cocina, sino porque nadie le enseñó a gestionar un negocio de hostelería antes de abrir. La consultora añade que a estos errores se suma el escenario de 2026: la inflación acumulada ha elevado el coste de las materias primas entre un 30% y un 50% respecto a niveles prepandémicos, la falta de personal cualificado sigue siendo un problema estructural sin solución a corto

plazo y el consumidor está más informado y es más sensible al precio que nunca.

La empresa considera que abrir un restaurante sin haber recalibrado el modelo sobre esos parámetros equivale a calcular sobre premisas que ya no sirven. En su análisis, el error cronológico más común es buscar local antes de tiempo. La mayoría de los emprendedores empieza por ahí, pero Linkers lo ve como un fallo de secuencia que condiciona todo lo demás.

Para la consultora, el local no debe ser el punto de partida, sino la consecuencia de decisiones previas. Antes de visitar un espacio, cualquier proyecto serio debería haber respondido con datos reales a preguntas como qué ticket medio necesita para cubrir costes, si existe demanda suficiente en la zona, cuánto capital tiene disponible y cuánto tiempo puede aguantar si los primeros meses van mal, o si el concepto encaja con el poder adquisitivo del área elegida.

El alquiler aparece como el coste fijo más delicado de un restaurante, porque no cambia con las ventas. La regla orientativa del sector que cita Linkers establece que no debería superar el 8-10% de la facturación proyectada. Si para llegar a ese nivel hace falta una facturación que el mercado no puede absorber, el local resulta demasiado caro, aunque parezca atractivo.

Marianela Olivares, directora general de Linkers, señala que la empresa recibe proyectos con el local ya firmado y la obra empezada. En esos casos, explica, todavía se puede ayudar a minimizar el daño, pero la decisión más cara ya se ha tomado sin la información necesaria para hacerlo bien.

La consultora defiende que abrir un restaurante con garantías no depende de la suerte ni del talento, sino del orden en el proceso. Cada decisión tomada en el momento equivocado consume recursos que después hacen falta. Por eso propone una secuencia lógica para cualquier apertura.

La primera fase es el diagnóstico y la viabilidad, con análisis de mercado, perfil del cliente objetivo y modelo financiero preliminar. El objetivo es saber si el proyecto tiene sentido antes de invertir un euro. La segunda es el diseño del concepto, con una propuesta de valor diferencial, posicionamiento y diseño de la experiencia completa,

desde la cocina y la sala hasta el ambiente y la comunicación. Linkers defiende que el concepto debe poder explicarse en dos frases y ser coherente en todos sus elementos.

La tercera fase es la ingeniería financiera y operativa, con plan de negocio real, escandallo de carta, estructura de personal y protocolos operativos. Al terminar esta etapa, el emprendedor debe saber cuánto tiene que vender, a qué precio y con qué costes para que el negocio sea rentable.

La cuarta fase es la búsqueda del local con criterios objetivos. Con el concepto y el modelo financiero definidos, la búsqueda ya tiene parámetros claros: superficie necesaria, zonas con sentido para el proyecto y renta máxima asumible. La quinta es la apertura y los primeros 90 días, con 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. Linkers subraya que los tres primeros meses determinan la reputación inicial del negocio y muestran los desajustes entre lo planificado y lo que funciona de verdad.

Basilio insiste en que un restaurante no se abre, se construye, y que hacerlo bien exige método, no solo entusiasmo. La diferencia entre los negocios que duran y los que cierran, añade, no está en el talento, sino en si alguien se sentó a hacer los deberes antes de abrir.

La consultora sostiene que los restaurantes que se convierten en referencia en su zona no son necesariamente los que tienen mejor chef ni los mejor ubicados. Son los que miden, corrigen rápido y 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 una referencia para comparar.

Linkers añade que estos elementos se pueden aprender y estructurar. No requieren una inversión millonaria, sino método y disciplina para no saltarse los pasos incómodos. Olivares afirma que el sector hostelero tiene una tasa de fracaso muy alta, pero también una característica poco mencionada: los negocios que hacen bien los fundamentos tienen una resiliencia extraordinaria. La consultora dice haber visto restaurantes sobrevivir a crisis muy duras simplemente porque contaban con la

estructura correcta.

La hostelería independiente, concluye la empresa, tiene una ventaja frente a las grandes cadenas: puede ser auténtica, cercana y adaptarse rápido. Pero necesita la misma solidez estructural que cualquier otro negocio. Esa combinación de identidad propia y gestión rigurosa es, según Linkers, la que permite llenar de martes a domingo y seguir abierto diez años después.