

FOODSERVICECONSULTING.COM.PE / PREGUNTAS Y RESPUESTAS DEL FUTURO DEL SECTOR RESTAURANTERO PERUANO EN ENTORNO COVID19 AÑOS 2020-2021

Carlos Koehne/Andrés García.

www.foodserviceconsulting.com.pe

JUNIO 2020.

Preguntas:

- 1) El sector de restaurantes y en general la Gastronomía ha sido uno de los más afectados por el covid-19. ¿Cuál es la perspectiva de recuperación de este sector?, ¿Qué puede hacer el gobierno a través del programa Reactiva?
- 2) Un conjunto de restaurantes y cafeterías que atienden a los segmentos de ingresos altos se han reconvertido a tiendas de venta de comestibles...¿cuáles son las limitaciones de esta reconversión?
- 3) ¿Qué ocurrirá con los restaurantes y fast food que operan como franquicias?, ¿Qué ocurrirá con las franquicias gastronómicas locales?
- 4) Se presenta una oportunidad para fusiones y/o absorciones de empresas.. ¿Cómo avizora ese panorama.
- 5) ¿Qué ocurrirá con la invasión gastronómica peruana a muchos países de la región?. ¿Es el fin del modelo de Gastronomía que conocemos?

Desarrollo:

- 1) El sector de restaurantes y en general la Gastronomía ha sido uno de los más afectados por el covid-19. ¿Cuál es la perspectiva de recuperación de este sector?, ¿Qué puede hacer el gobierno a través del programa Reactiva?

El sector gastronómico restaurantero ha sido duramente golpeado por el cierre desde el 16 de marzo por la cuarentena de salud para evitar el efecto contagio entre personas y el distanciamiento social por el COVID 19. Esto implicó en tener cerrado con Ventas nulas por un espacio de tiempo entre ocho a diez semanas, lo que ha generado severas pérdidas económicas a nivel de estado de resultados de la empresa en vista que ha tenido que seguir devengando cargas de personal, servicios prestados por terceros como alquileres de locales de tiendas y otros costos del período que se han seguido acumulando en el total de gastos operativos sin generar ningún ingreso de ventas en ese lapso de tiempo. Recientemente los restaurantes con protocolos estrictos de bioseguridad alimentaria de limpieza y protección contra el COVID 19 para no contagiar a los Clientes han empezado hacer delivery de ventas y venta take out para llevar los pedidos desde la misma tienda por los clientes.

Respecto al programa Reactiva Perú, son préstamos que se repago en el mediano plazo y están siendo un alivio transitorio de al menos un mes de capital de trabajo de entrada de dinero líquido de deuda financiera para cubrir obligaciones de pago atrasadas urgentes como son remuneraciones del personal operativo de tiendas y administrativos y compra de insumos y materias primas para la elaboración de sus productos de ventas. El programa Reactiva también podría ser un arma de doble filo, pues en el momento podrá ser una pequeña ayuda para los formales, pero no cubre las deudas totales de las empresas, estos préstamos por más bajos intereses que cobren, los montos de deuda al Estado tendrán que pagarse y se sumarán al cúmulo de deudas en que han incurrido las empresas operadoras de restaurantes durante este periodo de inactividad, habrá muchas empresas que no podrán honrar sus deudas y tendrán que liquidarse por insolvencia en los próximos 18 meses.

Por otro lado Los restaurantes de autor, restaurantes que en algunos casos el 70% de su público era turismo gastronómico, serán los últimos en recuperarse. El público nacional, que tiene la capacidad adquisitiva para concurrir a estos restaurantes, restringirá su consumo por que las empresas han restringido el uso de tarjetas de crédito corporativas y los gastos de representación por austeridad adicional a la pérdida de empleo de las personas o reducciones fuertes en sus niveles remunerativos. También habrá público que privilegiará su salud antes de exponerse a un contagio en un lugar público o pidiendo por delivery. No hay una suficiente oferta de valor para pagar los precios de productos de restaurantes gastronómicos de alto nivel, hay que tomar en cuenta además que casi el 50% de sus utilidades era producto de la venta de bebidas alcohólicas, las cuales no son interesantes para el cliente de delivery hoy en día. Sobre los "huariques", normalmente muchos de ellos locales informales de baja calidad algunos y otros con excelente sazón y comida, su sobrevivencia dependerá del bajo costo de sus menús y que las autoridades municipales les permitan trabajar ya que pueden ser un potencial vehículo de transmisión del coronavirus sino cumplen de forma estricta los nuevos protocolos sanitarios para enfrentar al COVID 19.

2) Un conjunto de restaurantes y cafeterías que atienden a los segmentos de ingresos altos se han reconvertido a tiendas de venta de comestibles...¿cuáles son las limitaciones de esta reconversión?.

El ejemplo es la cadena de Pastelería San Antonio, se están convirtiendo en pequeños minimarkets o tiendas de conveniencia, en lo particular no creemos que eso sea muy rentable y que genere el tráfico necesario que justifique esa venta de productos. Por el contrario creemos que deberían vender sus mismos productos clásicos y estrellas que los han distinguido como una de las mejores pastelerías y cafeterías de Lima, en porciones individuales al alcance del costo del bolsillo de las personas en este momento duro de recesión y parálisis económico del país. Los restaurantes casuales (casual-dinning tipo Chillis), con la fuerte reducción del nivel socioeconómico de clase media debido a esta pandemia de salud y la sobre oferta de locales, varias cadenas en esta categoría, no tendrán la cantidad de público que requerirán para solventar sus gastos, alquileres altísimos, mucho personal y una oferta muy parecida en sus diferentes

especialidades de la categoría, habría a la larga en los próximos meses una guerra de precios a la que pocos sobrevivirán. No vemos futuro a este tipo de reconversión, van a un mercado muy reducido por selección de productos y puntos de precio. Al momento que bajen las restricciones de circulación quedarán descolocados (posición offside) por falta de experiencia, alta competencia y especialistas en ese segmento como las tiendas de conveniencia tipo Tambo, Oxxo, Listo entre otras incluso cadenas de autoservicio tipo Wong, Tottus etc. Al querer regresar a sus orígenes corren el peligro de haber perdido la imagen de marca y confundido a sus clientes habituales.

3) ¿Qué ocurrirá con los restaurantes y fast food que operan como franquicias?, ¿Qué ocurrirá con las franquicias gastronómicas locales?.

Dichos conceptos de restaurantes también están siendo golpeados por la crisis del COVID 19 y paralización de la economía tan igual como los que no son de formato de franquicia. Los franquiciados exigirán reducciones de los fees mensuales sobre regalías de venta que pagan al franquiciante o dueño de la marca y sistema de know how de restaurantes, lo mismo pasará con las franquicias locales. Incluso se pedirá moratoria de pagos no reembolsable por los meses de cierre y probablemente por varios meses más de este año hasta que los niveles de venta de los restaurantes franquiciados vayan recuperando el terreno perdido. Los restaurantes familiares, dentro de esta categoría de franquicia se podrán considerar sobre todo a las pollerías a la brasa, son los que podrán salir a flote más rápido, depende mucho de las restricciones de aforo (que puede estar entre 30% a 50% del aforo total y que el Estado deberá definir próximos meses) y medidas de bioseguridad y horarios nocturnos que imponga también el Gobierno. Se apoyarán en el delivery. La competencia de precios tanto en salón como en delivery será feroz y los restaurantes más pequeños correrán el riesgo de desaparecer y quebrar. En conclusión las empresas que manejan franquicias internacionales tendrán que renegociar nuevos royalties, anular convenios de aperturas anuales de nuevos locales, enfocarse en compras locales y tropicalizar su oferta, además de conseguir el permiso de cerrar locales que estén dando pérdidas tanto en Lima como en provincias. Inclusive los franquiciados podrían conseguir apoyo financiero del franquiciador, así como aplicar experiencias que han dado resultados en otras realidades. Las franquicias nacionales tendrán serios problemas por los altos costos que les significa operar, ya antes de esta coyuntura muchos franquiciados tenían problemas económicos y se quejaban del poco o nulo soporte que les ofrecía el franquiciador. Se podría esperar varios cierres de este tipo de locales franquiciados nacionales.

4) Se presenta una oportunidad para fusiones y/o absorciones de empresas..
¿Cómo avizora ese panorama.

Por supuesto que sí...la normalidad quizá tarde en volver en dos o tres años (año 2023) pero debería volver en buena parte...por ello habrá oportunidades interesantes de comprar marcas de restaurantes valiosas y cadenas de restaurantes que están escasas de capital propio y con niveles de endeudamiento relativamente altos...es momento en lo que queda del año hacer shopping de compras de empresas restauranteras...y los inversionistas interesados podrían ser fondos de inversión internacionales que ya operan en el Perú en otros sectores económicos como Carlyle Group entre otros fondos locales como el de Fortaleza de MacroConsult que ya está en el rubro gastronómico.

Con respecto a los fast foods, todas sus baterías estarán apuntando al precio, lo cual golpeará fuertemente sus márgenes, depende su éxito de varios factores, productos asequibles, negociación de reducción fuerte de alquileres en Malls y tiendas free standing o inline, normalización del tráfico en los centros comerciales con el aforo reducido al 50%, economías a escala, no fallas en el servicio de delivery y en salón, en el producto y un cuidado exquisito con la seguridad en los alimentos y la limpieza de sus locales, los ojos del público y las municipalidades estarán pendientes de esta industria restaurantera para que en caso de faltas graves sacar tarjeta roja. Sobrevivirán los que tengan mejores prácticas en la industria de food&restaurants, además de espaldas financieras. Habrán muchos jugadores medianos y pequeños que no sobrevivirán y naufragaran en esta época de COVID 19.

Ya se está presentando ofertas de venta de marcas, pequeñas cadenas y traspasos de locales de comida. La apuesta si se invierte en estos locales es a mediano o largo plazo, pues la mayoría tiene alquileres impagables los cuales habría que negociar y hacer una reingeniería total del negocio para adaptarla a los nuevos tiempos. Los grandes jugadores tipo NGR, Delosi y Civitano no estarían interesados en absorber nuevas marcas, pues en esta realidad están abocados en poner a flote sus marcas de sus cadenas restauranteras.

5) ¿Qué ocurrirá con la invasión gastronómica peruana a muchos países de la región?. ¿Es el fin del modelo de Gastronomía que conocemos?

Este desembarco gastronómico local en el extranjero ya se ha visto frenado bruscamente, se va a parar este año y el año 2021...los empresarios gastronómicos estarán en una posición de "wait and see" incluso para sus planes de crecimiento local que tenían antes de la aparición de la pandemia mundial y que al Perú lo está afectando fuertemente. No va a ser el fin del modelo gastronómico peruano pero si ha frenado su crecimiento vigoroso de los últimos 20 años. Se requerirá mucha inventiva y creatividad de los Chefs y de las nuevas formas de llegar a los clientes gastronómicos y restauranteros.

Los locales que ofertan gastronomía peruana en el extranjero, se dividen en dos vertientes. La primera, las franquicias van a tener muchísimos problemas pues ninguna empresa peruana tiene un staff profesional de soporte que pueda guiar a sus franquiciados en esta dura realidad, normalmente los chefs o dueños de las franquicias son los que supervisan a sus franquicias y ellos estarán más preocupados en salvar sus operaciones en el Perú, que son las que les dan los ingresos más importantes, que preocuparse por dos o tres locales en el extranjero pues no tienen el expertise ni las espaldas financieras para apoyar a sus asociados. Se les presenta un panorama complicado. La segunda, chefs o emprendedores que manejan locales de comida peruana en el extranjero, son los que tienen las mejores posibilidades de salir adelante, pues conocen su negocio desde la raíz y además tienen el conocimiento y la experiencia para hacer los cambios que se necesiten para adecuarse a los nuevos tiempos de la nueva normalidad en contexto de COVID 19.

www.foodserviceconsulting.com.pe