

Ventas de restaurantes caerían hasta 40% en verano

Las protestas originadas en las diversas regiones del país vienen afectando el turismo local y externo y, por ende, la comercialización de los restaurantes, advierten diferentes gremios de este sector. Al respecto, el titular del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Luis Fernando Helguero, informó que ya se han registrado del 50% al 60% de cancelaciones de reservas turísticas que estaban programadas para el primer semestre del año.

En esa línea, la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines (AHORA) estima que en la campaña de verano (enero-marzo) de este año con respecto a la del mismo período del 2021, las ventas del sector restaurantes disminuirían hasta en 40%.

“El sector esperaba un crecimiento para esta temporada. Sin embargo, dadas las actuales circunstancias que vive el país, hay mucha incertidumbre y preocupación”, señala la presidenta del referido gremio, Blanca Chávez.

Ello, señala, es preocupante, teniendo en cuenta que para los restaurantes en general, la **campaña de verano**, representa alrededor del 35% de su comercialización anual.

“Es una temporada sumamente importante donde la gente aprovecha el buen clima para salir, sobre todo es muy relevante para las cebicherías y para los restaurantes de comida peruana”, añade.

Con la proyección de AHORA sobre la disminución en ventas para el sector restaurantes en el primer trimestre del año, coincide el representante de la Unión de Gremios, y Asociaciones de Restaurantes, José Luis Silva Martinot.

“Estábamos muy esperanzados en que las cosas irían mejor con la entrada del nuevo gobierno, pero, lamentablemente, hay un grupo de peruanos que vienen generando miedo con sus acciones. Y la coyuntura actual de turbulencia que vive el país, genera que la población, esté en sus casas, y no quieran salir”, indica.

Agrega que es terrible el daño que se hace al **turismo** y, por ende, a los restaurantes. “Y no es que mañana dejen de bloquear y tirar piedras y todo se solucione; nuestra imagen a nivel internacional es pésima y recuperarla es difícil”, agrega.

Cebicherías

En esa línea, la Asociación de Restaurantes Marinos y Afines del Perú (ARMAP), señala que por los conflictos sociales ya las cebicherías del país vieron disminuida sus ventas en 20% en diciembre del 2022 (frente al mismo período del 2021), y este mes la referida comercialización sigue cayendo a ese ritmo.

“Hay que tener en cuenta que de todos los viajeros que llegan al país, alrededor del 10% viene a ser turismo gastronómico, y

ahora la llegada de ellos está siendo muy afectada ya que hay cancelaciones ante el clima de inseguridad que se vive”, asevera el presidente de ARMAP, Javier Vargas.

Por ello, consideran que al cierre del primer trimestre del año las ventas de las cebicherías caerán, en el mejor de los casos, en un dígito.

“Estamos pasando momentos difíciles. El panorama se nota incierto porque hasta ahora no hay solución. Y hay especulación de precios con ciertos alimentos que han subido como el caso de las cebollas que vienen del sur del país y los ajíes del centro”, refiere.

Esta situación, advierte, es preocupante para las cebicherías del país, teniendo en cuenta que los tres primeros meses del año pesan alrededor del 40% de la venta anual para estos negocios.

“Todo esto está generando que cierren más cebicherías. En algunos casos están resistiendo. Los negocios de restaurantes marinos esperan mucho el verano, ya que en esta temporada pueden recuperar sus ventas y enfrentar el invierno, que es bajo en comercialización”, añade.

Conflictos

Para el presidente del Sector Gastronomía de la Cámara de

Comercio de Lima (CCL), Adolfo Perret, si las autoridades logran controlar los conflictos sociales y toman las medidas pertinentes, el sector de restaurantes podría llegar a registrar en la campaña de verano de este año versus la del 2021, ventas similares o mayores hasta en un 15%.

“En la medida que las autoridades mejoren la situación actual, esto revertirá en que la población tenga la tranquilidad en salir a consumir”, señala, tras agregar que las cosas podrían mejorar el próximo mes de febrero; y, si bien marzo, no es un mes alto en consumo, por el inicio de las clases escolares, esto es compensado por el regreso de los veraneantes que retornan a Lima, después de estar en la playa.

Agrega que también favorece el consumo en los restaurantes, el clima, que este año será más caluroso que en el 2021, debido a que terminó la influencia de La Niña Costera.

Ticket de compra

Con respecto al comportamiento del actual ticket de consumo en los restaurantes del país, Adolfo Perret, refiere que ha disminuido respecto al cierre del 2022, en un 10%.

“Antes la gente pedía un plato de entrada y de fondo, ahora solo piden uno, o uno más, pero para compartir. Lo que se debería al impacto económico en el bolsillo de los peruanos, así como a los incrementos de precios en sus cartas que se han visto obligados a hacer los restaurantes ante el alza de costos de los insumos”, menciona.

Facturación prepandemia

¿Volverán este año los restaurantes a registrar su facturación prepandemia? Para AHORA, los restaurantes no lograrán alcanzar su facturación prepandemia (2019), aunque para este año esa era la proyección inicial estimada.

Adolfo Perret, coincide con AHORA en que el sector no logrará mover en ventas lo registrado 2019, y estima que los restaurantes podrían llegar este año a facturar alrededor del 70% de lo que movieron en prepandemia, y por ende un monto similar a lo que se movió en el 2022.

Para José Luis Silva Martinot, será complicado llegar a facturar a nivel prepandemia, y esto dependerá de lo que suceda en el contexto social.

Estrategias

Ante esta coyuntura, ¿cuáles son las estrategias que vienen desarrollando los restaurantes? **El sector de restaurantes de la CCL, señala que, con el fin de incentivar una mayor comercialización, en el caso de los restaurantes marinos, se viene impulsando el consumo de pescado de noche.**

“Atender de noche ayudaría a la reducción de costos de alquiler y personal, al generarse mayores ingresos. Además, es una buena propuesta, teniendo en cuenta que no solo ayudaría a mejorar el consumo de pescado, sino también el de otros

alimentos, generándole mayor ganancia al agricultor”, resalta Adolfo Perret.

Pero, además, recomendó que este tipo de restaurantes deben buscar ofrecer una carta más variada, que logre atraer a más clientes locales, y turistas del extranjero.

Por su parte Blanca Chávez, refiere, que los restaurantes vienen lanzando promociones y combos. Sin embargo, advierte que se necesita el apoyo del Gobierno en diferentes temas para evitar que se sigan cerrando más restaurantes.

Pedido a las autoridades

En el actual contexto, ¿qué pueden hacer las autoridades para impulsar las ventas del sector restaurantes? Para Adolfo Perret, además de solucionar los conflictos sociales, tomando acciones correctivas, el Ejecutivo y Promperú deben trabajar en promover a nivel mundial, posicionando que el país está cambiando y es seguro, con el fin de incentivar el turismo. Agrega que se debe trabajar en solucionar la compra de fertilizantes, ya que este tema afecta la siembra y la productividad por hectárea, y por ende la cadena productiva.

Para Blanca Chávez, ayudaría al sector restaurantes que las autoridades garanticen la seguridad de los turistas nacionales e internacionales en aeropuertos, terminales terrestres y carreteras.

“Se debe enviar un mensaje contundente de seguridad a los

países que han sugerido a sus connacionales que no visiten el Perú”, indica.

Asimismo, se debe incentivar el turismo interno para movilizar la economía en todas las regiones. “Y en el corto plazo, se debe reforzar puntos de atención en migraciones (Tacna, Tumbes, y Aeropuerto Internacional Jorge Chávez) dotándolos de recursos humanos, materiales y tecnológicos”, añade.

Para José Luis Silva Martinot es vital que el Gobierno haga cumplir las leyes y el respeto a la autoridad. Por su parte, Javier Vargas indica que es necesaria la realización de una mesa de trabajo gastronómica que vincule al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), y a la Sociedad Civil, con el fin de desarrollar un plan de reactivación de la gastronomía del país.

“Pese a que hace cuatro meses el sector restaurantes logró la reducción del IGV, esto no es suficiente porque, si la convulsión social continúa, seguirán cerrando más negocios gastronómicos. Lo que más nos une como país es la gastronomía, lo que debería verse como una oportunidad”, destaca.