



En 2020, el foco cambió y muchas *boutiques* de ropa cerraron:

LOS GRUPOS TRAS EL REARME DEL NUEVO EJE GASTRONÓMICO Nueva Costanera-Alonso de Córdoba

Los hermanos Raide, los grupos Civitano, Mil Sabores, Los Lirios, suma y sigue. Un solo restaurante ya no es negocio y mutaron a verdaderos *holdings* gastronómicos que han reactivado la zona. De cinco restaurantes hacia arriba, con ventas por US\$ 5 millones al año, se considera un actor relevante, subrayan en el rubro. • **MARÍA JOSÉ TAPIA**

“E n la pandemia, nos tocó sobrevivir”, señala el empresario Max Raide. En 2020, todos los restaurantes y tiendas debieron cerrar. Entonces, el eje Alonso de Córdoba se caracterizaba por sus *boutiques*, tiendas de decoración y cafés, más que por la alta gastronomía. Sin embargo, el cierre y la quiebra de prácticamente toda la calle cambió esa dinámica. La disponibilidad de locales aumentó 200% en un año.

“Para no quedar en la mitad de un desierto, tuvimos que empezar a tomar posiciones, que eran las que estaban al lado”, revela Raide, que en ese minuto tenía solo los restaurantes Jardín Secreto y Europeo. “Y generamos un bloque”, explica. Comenzaron a tomar forma grupos gastronómicos; tener solo un restaurante dejó de ser negocio. Había que crear economías de escala. Y si bien hoy en el eje de Nueva Costanera y Alonso de Córdoba siguen abundando locales en solitario, una buena parte está en manos de empresarios que operan en red y han rearmado el sector.

Raide junto a sus hermanos abarcan hoy prácticamente dos cuadras con su “Barrio Patagónico”. Desde calle Francisco de Aguirre con la heladería Powa, Casa las Cujas, el Jardín Secreto, Ostería Maiori (que trasladarán a la playa) y la cafetería KM0, además de TeatroC, *discoteque* en el centro comercial Lo Castillo, que también forma parte del grupo.

Solo en Nueva Costanera, el empresario Andrés Belfús, del grupo Mil Sabores, tiene los restaurantes La Mar, Panchita y Osaka. Además operan La Sanguchera del Barrio, Barra Chalcaca, Alisco, El Japonés, Milá, Mamma Mia, El Bodegón, Take a wok, Dulce Luna, entre otras marcas.

También están los Murúa Daza, liderados por Ignacio Murúa, con el Mestizo. Y —fuera de esa zona— el Vendetta, Revólver, Bellavista Donuts, La Patrona. José Luis Ansoleaga es dueño de las sucursales de los argentinos Piegari en Nueva Costanera y La Cabrera Al Paso en Alonso de Córdoba. Además de La Cabrera y La Panera Rosa en Isidora Goyenechea. Francisco Vannucci que opera los italianos Brunapoli y Buriana. El grupo Civitano está con Santa Brasa y Pescados Capitales, y tiene también La Nacional y Juicy Lucy.

Otro de los grandes del lugar es Antonio

¿Un futuro de concentración?

Actualmente existe un centenar de restaurantes en la zona. Entre los empresarios concuerdan en que la oferta no es tan abundante para ese nivel de demanda. Para José Luis Ansoleaga hoy son los bancos los que sustentan esa oferta. Sus tarjetas permiten descuentos de más de un 40% algunos días, rebaja que es compartida, mitad a mitad, entre la institución financiera y el restaurante. “Eso ha apalancado mucho este exceso de oferta, pero es pan para hoy y hambre para mañana, porque al final muchos restaurantes se llenan de promociones con tarjetas, y finalmente su venta no es real, porque es un público que no es fiel, va porque hay un descuento”. “Cuando en algún minuto los bancos empiecen a restringir eso, esos restaurantes van a sufrir”.

Hoy, el Grupo Cordillera de Raide, Belfús y Murúa se junta todos los meses y tienen un chat donde hablan prácticamente a diario, definen proyectos, cómo se pueden ayudar, y no descartan iniciativas en conjunto a partir del próximo año, tanto en Santiago como en las playas. “Cordillera se estableció como una estructura que está arriba de las tres sociedades familiares”, destaca Raide.

Recientemente se ampliaron algunas cuadras. Sumaron a Rodolfo Guzmán del Boragó en Escribá de Balaguer, y a Benjamin Nast con Demencia en Avenida Vitacura, dos chef consagrados.

“Hoy somos el grupo gastronómico más grande de Chile en términos de posicionamiento”, subraya el empresario.

Blaise, con el Carmine, Cosenza y Millefleur en Nueva Costanera, y Carlos Dumay con el Tanaka y el Bar Alonso.

“Antes, se podían juntar un par de amigos que tenían algo de ahorro y poner un restaurante. Ahora, se ha tendido a la concentración, hay que manejar los restaurantes de forma profesional, como una empresa, si no es muy difícil que el negocio sea exitoso”, resume Ansoleaga.

“De lo malo de la pandemia, algunos hemos logrado armarlos y consolidar barrios, pero ha sido a pulso”, agrega Raide.

Cordillera, detrás de la transformación

Ignacio Murúa y Raide se conocían por un amigo en común. Tomaron contacto con Belfús y armaron el grupo Cordillera. “Cuando estábamos cerrados empezamos a llamarnos para el tema de las aperturas. Hicimos un plan para gestionar las aperturas de manera paralela a los gremios”, cuenta Raide. “Y de ahí se consolidó este grupo que después se transformó en algo más, donde creamos una estructura”, agrega.

Un testigo de la transformación de las calles, asegura que el eje parte en Nueva Costanera y Alonso de Córdoba, pero termina en Vitacura. “Desde ahí no hay un relato, son locales de todo tipo, abren y cierran”, subraya un conocido empresario del sector. Otro agrega: “La primera parte del (parque) Bicentenario ahora se está arreglando, pero han cerrado todos. Cerró el Córdova, cerró el Jerónimo, prácticamente todos los que están ahí, a excepción del Carnal”.

Hoy, tener economías de escala es clave. Los contactados precisan que tener un solo restaurante es muy difícil de mantener.

Un ejecutivo gastronómico lo resume así: “Muchos han llegado de otras comunas, pensando que acá instalas un restaurante y va a volar. Y a los seis meses te das cuenta

que no, porque tienes mucha oferta, o sea, para que te vaya bien tienes que tener una muy buena propuesta y que la gente se sienta atraída”. “Se encuentran con \$300 millones de pérdidas y bajan la cortina”.

Las estadísticas apuntan a tener un público cautivo que vaya dos o tres veces a la semana para que funcione.

El margen de utilidad de los negocios ha bajado en más de la mitad desde la pandemia, por el alza de los costos, sobre todo de los productos importados. Si en promedio, el margen en 2018 llegaba a ser de un 20%, hoy bordea entre el 5% y el 8%. Y con arriendos que en el sector no bajan de 350 UF.

La concentración deriva de esos datos. Hoy, los actores relevantes —coinciden en el entorno gastronómico— son aquellos que tienen de cinco restaurantes hacia arriba. “Tienes que facturar sobre US\$ 5 millones al año para tener un peso importante que te permita hacer economías de escala. De ahí para abajo es mucho más complejo”, resumen.

Para el producto que demanda este público exigente, se necesitan buenos proveedores y buena capacidad de pago. “Muchos proveedores pequeños cobran casi al contado y grandes empresas, como Andina, CCU, etc., son pocas las que nos dan crédito a 30 días. A casi todos los tienen al contado porque no les han pagado”, dice un empresario del rubro.

Ansoleaga agrega las leyes laborales. “Se han ido endureciendo, los costos asociados al personal han aumentado desde la pandemia en adelante, por la escasez y normativas como el sueldo mínimo o menos horas”, dice.

Las economías de escala han redundado en estructuras de empresa: un gerente general, un gerente de recursos humanos, uno de operaciones. “Un *back office* ya estructurado y después solo tienes que agregarle más restaurantes para que la economía de escala empiece a funcionar”. Suman mayor poder de negociación en las compras por operar más volumen, lo que permite reducir costos en alimentos y bebidas.

Y el modelo, además, ha cambiado. Antes las personas gastaban en salir a comprar y a comer. Hoy, han optado por un almuerzo más económico. Y el dinero lo destinan a la noche. “Cambiamos el modelo, lo que están replicando varios. De lunes a jueves cerramos el almuerzo y abrimos a las seis”, cuenta Raide. Revela que en Europa está pasando algo similar: “Están generando un modelo más de tarde. Las botellas de vino, los platos caros y las cuentan largas son en la noche”.

Es que el barrio, dicen contactados, también ha cambiado su sello. Se ha ido nutriendo de bares como Bar Alonso, Otaki, Siete Negronis, Galpón Alonso... y el mismo Jardín Secreto.

José Luis Ansoleaga lidera el *holding* Los Lirios. Fue quien reabrió y se hizo cargo del Piegari. Antes estaba en el hotel Noi, administrado por el mismo hotel, y cerró. Ansoleaga lo captó y trasladó a Nueva Costanera, al lado de La Mar. Su portafolio lo completan La Cabrera y La Panera Rosa. Hace un año llevó La Cabrera a Madrid. “Llegó al punto de equilibrio, pero tiene mucho potencial, considerando que la competencia es bien brutal, mayor que acá en Chile”.

Y da un dato: En Tripadvisor aparecen 3.500 restaurantes en Santiago. En Madrid, más de 11.000.

En Chile, no ha evaluado nunca cerrar el almuerzo como sí lo han hecho los restaurantes de Raide. Estar abierto todos los días es parte de su sello. Además, que son calles con distinta vocación. Ansoleaga asegura que el Piegari en Nueva Costanera es más de destino, mientras que Alonso de Córdoba es de paso. “No tengo un *walking* que es la persona que va caminando porque está paseando. Alonso de Córdoba tiene más de las dos cosas”, subraya. Y es ahí donde prevé poner sus fichas: tiene proyectos para abrir uno o dos restaurantes el año que viene. Será, eso sí, con marcas propias, podrá ser de pescados y mariscos, entendiendo que ya opera de carnes, pastas y helados.