

Entre telones

La pandemia fue un momento oscuro para la industria gastronómica. Estrictas medidas sanitarias, alza en los costos y una notable disminución en la demanda, provocaron que muchos restaurantes debieran cerrar o hacer fuertes ajustes. Según cifras de la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento, en ese período 188 negocios de comida solicitaron la quiebra.

En medio de ese escenario, un grupo de empresarios vio una oportunidad de negocio. Arrendar un local en Nueva Costanera e iniciar un bar con concepto de barrio. La idea nació en una conversación en un evento social, el productor de eventos Carlos Guiloff estaba sin actividades por las restricciones sanitarias, y quería probar otros mercados, abrir un bar. En la conversación estaban Cristóbal Sumar, dueño de la franquicia de Johnny Rockets en Chile, y Álvaro Fosk, que fue socio del Danés y Jardín Mallinckrodt. Les pareció una idea atractiva y comenzaron a trabajar en ella al día siguiente. De esa conversación a la fecha, han invertido cerca de \$1.000 millones, ya cuentan con tres locales y armaron un grupo gastronómico bajo la marca Arca, el mismo nombre de su primer bar.

“Se desocuparon locaciones muy atractivas en la pandemia, fue una buena época para negociar”, recuerda Fosk. A pasos del centro comercial Casacostanera, Arca Bar abrió el 24 de mayo de 2021. “Los costos en comida subieron muchísimo. En Johnny Rockets se nos fueron de 35% a un 45% diez puntos que pueden ser de utilidad completa. La diferencia en Arca, es que iniciamos con esos costos, entonces no nos vimos afectados”, explica Cristóbal Sumar.

En lo gastronómico ofrecen prepara-

Ubicaciones estratégicas, alianzas y precios amigables: la ruta tras la expansión del grupo gastronómico Arca



HECTOR FLORES

Socios de Grupo Arca, Cristóbal Sumar y Álvaro Fosk.

ciones coreanas, mexicanas y vietnamitas, y en la barra, una amplia variedad de tragos y coctelería de autor. Tres veces al año modifican la carta. De este modo, han podido captar a una amplia variedad de clientes. “No nos hemos visto afectados por la crisis gastronómica. Todos los años vamos creciendo con respecto al anterior. Somos los más baratos del barrio y estamos ubicados en una de las calles gastronómicas más caras de Chile”, cuenta Sumar.

Sus aperturas —dicen— son en ubicaciones estratégicas, que prefieren ir creando diferentes marcas antes que armar una cadena de un solo servicio. No abren locales con menos de 150 sillas y tienen una *playlist* creada por ellos para cada uno. Adicionalmente, firmaron un

contrato con Johnny Rockets para externalizar tareas administrativas y, a través de un *fee* mensual, el personal de la franquicia se encarga de realizar labores de *back office*. Así es como aparece el cuarto socio del grupo, Karl Winter, gerente general de Johnny Rockets.

Alianza con CCU y la “permisología”

Tras su consolidación en el sector, uno de sus proveedores, CCU, puso atención en el grupo gastronómico y decidió abrir con ellos el primer bar de cerveza Royal Guard en Chile. “Tenemos una participación, invertimos y operamos como franquiciados. Nosotros les diseñamos el concepto”, explica Fosk sobre

el bar que abrieron en Barrio Italia.

Los socios del grupo Arca cuentan que enfrentaron dificultades con los permisos para operar en la noche en la comuna de Providencia. Abrieron el bar Royal el 5 de diciembre de 2023, sin embargo la patente nocturna la obtuvieron recién en septiembre de 2024. Mientras tanto, solo podían operar de manera diurna, y el 60% de sus ventas se concentran en la noche. “Con la patente diurna nos iba bien para vender solo de día, pero para un bar de ese tamaño y los costos asociados, perdíamos plata todos los meses”, recuerda Sumar.

Con la patente de alcoholos nocturna comenzaron a ver números azules, aunque primero debieron saldar las pérdidas de meses anteriores. “Nunca nos había pasado algo así, en ninguna apertura de local se habían demorado tanto en la patente. Fue una decisión super arbitraria, todos ya teníamos historial en el rubro”, reclama Sumar.

Pese a todo, desde CCU se han mostrado satisfecho y esperan seguir abriendo locales juntos, en Santiago y regiones.

En el intertanto, el grupo abrió su tercer local en octubre de 2024: Savia Bar, en Alonso de Córdoba, de inspiración asiática. “La recepción ha sido tan buena, que la gente entiende que es otra jugada del grupo Arca”, cuenta Fosk.

Entre los 3 locales, hoy emplean a más de 150 personas en tres turnos de trabajo y en 2024 tuvieron un crecimiento de 5% con respecto al año anterior, con in-

gresos netos de \$500 millones por mes. Eso les ha permitido ir haciendo todas las inversiones con el flujo de sus propios restaurantes.

¿Por qué operar como grupo gastronómico?

Parte de la estrategia de Arca para ir expandiéndose en una industria que ha pasado momentos de crisis, ha sido trabajar como grupo. La personalización de sus locales de acuerdo al barrio y la capacidad de adaptarse a las necesidades de los clientes son algunas de sus claves y es parte de las ventajas de operar como grupo más que como una gran cadena. “Aunque nos dicen que nos iría bien con un bar Arca en otras ubicaciones, preferimos hacer una marca nueva desde cero, del mismo grupo y diseñada para el barrio al que entramos”, dice Fosk.

“Al tener un grupo, operas con economías de escala. Tienes un mismo contador para dos restaurantes, una misma persona para marketing, así vas ahorrando un poco”, agrega Cristóbal Sumar.

Por el momento no planean nuevas aperturas, la próxima sería en torno al 2027, están siempre en busca de ideas y cosas nuevas. “Hemos hecho *match* con otros grupos gastronómicos, como los grupos Larruma (España) y Sin Mente (Medellín), que tienen conceptos increíbles y tratamos de traerlos acá”, dice Fosk.