

Las empresas de catering



Mario Salazar
Director General
Escuela del Conocimiento Compartido (ECC)



“Dado que los precios de las acciones de catering no se han recuperado con el resto del mercado de valores, los inversores están preocupados por lo que sucederá después. Todo esto como consecuencia de la nueva realidad...”

En el último número de The Economist se publicó un informe sobre las empresas de catering más importantes del mundo y el impacto que ha tenido en ellas la pandemia. Estas compañías preparan diversos tipos de comida para, por ejemplo, alumnos de colegios y universidades —entre otros centros de estudios—, para trabajadores de empresas, para cárceles y pacientes de hospitales públicos o privados, etc. Las empresas prestadoras de este tipo de servicios, al igual que los restaurantes, se han visto muy afectadas.

Las cuatro firmas más importantes del mundo en este rubro son: Compass Group en Gran Bretaña, Aramark y Sodexo en los Estados Unidos y Elior en Francia; estas empresas juntas sirven hasta 14 millones de comidas al año, y su crecimiento era estable hasta antes de la pandemia. Compass, la más grande de las cuatro, debido a la coyuntura, ha tenido que poner de licencia alrededor de 600,000 de sus empleados.

Dado que los precios de las acciones de catering no se han recuperado con el resto del mercado de valores, los inversores están preocupados por lo que sucederá después. Todo esto como consecuencia de la “nueva realidad” en la que las fábricas, a causa del distanciamiento social, no trabajan al 100%. Tengamos en cuenta también que hay países que, luego de parecer recuperarse, han presentado una segunda ola de infecciones por Covid-19; por lo que los estudiantes universitarios no saben aún si regresarán a las aulas o seguirán con sus clases en línea. Bajo este escenario, se augura un panorama sombrío para las empresas de catering.

Como se puede apreciar en el gráfico las ganancias operativas son bajas, en el caso de Compass, alrededor de 36 centavos de dólar por comida, como consecuencia del aumento de los gastos de contratación de personal y la aplicación de protocolos de limpieza más estrictos, entre otros. Además, trasladar estos sobrecostos a los clientes es complicado en el ambiente de recesión mundial que vivimos. Por otro lado, algunas empresas comienzan a manejar sus propios protocolos para alimentar a su personal, lo que puede mermar la demanda de los catering.



The Economist

Un modelo similar de negocio es Charlotte, con el fondo de inversión fortaleza de Macrocapitales, que en julio de 2019 declaró a Gestión que estaba en una expansión para conseguir más mercado en colegios, clínicas y empresas. Según su gerente general, en esa fecha, Charlotte contaba con doce colegios a los que proveía servicios de catering y alimentos, siempre enfocados al nivel alto. También habían ampliado sus servicios a clínicas, como la Clínica Ricardo Palma, además de sumar más servicios a empresas de tamaño mediano y grande. En ese momento las concesiones en empresas eran el 70% de su facturación.

Será interesante observar cómo las compañías de catering logran superar las dificultades originadas por esta pandemia. Además de ver cuál será su nuevo modelo de negocio en estos tiempos.