

MIS INICIOS

DANIEL MANRIQUE, SEGUNDO MUELLE

IDENTIKIT

Hijo del mar

➔ Es la franquicia peruana de pescados y mariscos con mayor proyección

JULIO ESCALANTE ROJAS

Daniel Manrique dice que es un autodidacta de la cocina. O quizá solo el mar fue su maestro. Con este aprendió a ser tolerante al esperar las olas cuando iba con sus amigos a correr tabla. El mismo escenario todos los veranos en el segundo muelle de San Bartolo: lanzaba redes a las seis de la tarde y las recogía al comenzar el día siguiente, lo pescado se vendía pero una parte se separaba para convidar a los cómplices. Así, Daniel preparó sus primeros cebiches, como los hacía su madre: con pescado fresco y con el mismo cariño.

Daniel Manrique dice que aunque adora la playa y los productos del mar su gran hobby siempre fueron las motos. Tenía un taller de venta y reparaciones, que le servía para pagar sus gastos, además de sus clases de Administración en la Universidad de Lima. Pero un día de 1994 un amigo le propuso abrir una sanguchería en la cochera de su casa. Daniel dijo que mejor opción era una cebichería y



JULIO ESCALANTE

RECETA. "Hacemos las cosas con pasión, no miramos al cliente como un símbolo de dinero"

así luego de tres meses, invirtiendo 4 mil dólares cada uno, y con solo cuatro mesas comenzaron. "Encontré lo que me gustó. Siempre cocinaba entre amigos, pero cuando abrimos el restaurante supe que eso era lo que estaba buscando". Tanto fue ese gusto, que al poco tiempo dejó ese primer local porque le traspasaron un restaurante de 12 mesas en la avenida Pezet, en San

MIS CLAVES

➔ La carta del restaurante la hago yo y nunca me copió de nadie. **Quise mantener un estilo.** Quien copia tendrá un negocio que dure muy poco tiempo. La gente te aprecia más si en tu local encuentra platos que no

hay en otro lugar.

➔ En la primera etapa del restaurante contraté por experiencia. Ahora tenemos una oficina de recursos humanos que contrata a quien tenga **vocación y estudios.**

Isidro. Pero como este local vendía solo menús resultaba difícil cambiar de golpe a solo ofrecer platos a la carta de pescados y mariscos. Daniel invitaba porciones pequeñas a los clientes, les decía "estos platos son de la carta, si desean pueden pedir". Y así los fue acostumbrando y el menú desapareció poco a poco. En menos de un año ya había ampliado el lugar para 45 mesas y había comenzado a enseñar a la gente de la cocina. "Nunca imaginé que llevar un restaurante iba a ser tan complicado". Y así fue sumando más restaurantes a la cadena.

Daniel Manrique dice que su cualidad siempre ha sido reconocer el buen sabor. "No estudié cocina, pero tengo un paladar muy exigente". Entonces, el paso siguiente era convertirse en un buen comerciante de su marca. Estaba muy avanzado en el desarrollo de sus manuales de franquicia cuando le ofrecieron llevar Segundo Muelle a México. Aceptó. "Uno nunca sabe cuándo es el momento. Se te presentan las oportunidades y debes decidir si la tomas o la dejas". Hoy tiene también franquicias en Panamá y Ecuador.

Daniel Manrique dice para resumir su aventura en el extranjero: "puedes adaptarte a los productos del país, pero lo más difícil es encontrar al franquiciado ideal". Por eso no ha asistido nunca a ferias, ha esperado que lo busquen. Y no se ha equivocado, dice. Entonces llega un chicharrón de pulpo a la mesa, Daniel lo prueba y ya no hay nada más que decir.



ARROZ BLANQUEADO

Si se compara el mes de enero del 2008 y 2009, el arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado, es el cereal que más se ha exportado. Hasta superó de largo al maíz blanco gigante. En el proceso de la molienda de arroz, el blanqueado y pulido son las etapas finales. Estas consisten en remover total o parcialmente las capas externas y el germen de cada grano. La idea es que este proceso no afecte la forma original del arroz.

MERCADO DE DESTINO:

Colombia es el mayor destino del arroz peruano. El envío en enero del 2009 fue de US\$3'249.385. El otro país es Ecuador, con pedidos solo por US\$18.900.

EXPORTACIÓN:

De acuerdo con ÁDEX, la partida de arroz semiblanqueado o blanqueado ha mostrado un aumento destacable. Mientras en enero del 2008 no se vendió ni un grano, en el mismo mes del 2009 se logró exportar US\$3'268.285.

POTENCIAL:

Los factores básicos que determinan la calidad molinera del grano de arroz son genéticos y ambientales. La mayoría de los molinos arroceros acostumbraban blanquear el arroz, pero pocos realizan el pulido. Ese es el elemento diferenciador. Son catorce las empresas que exportaron en enero de este año.

1994	1999	2001	2005	2007	2009
Solo con cuatro mesas abre su primer local en la urbanización Córpac. A los tres meses se muda a la Av. Pezet, San Isidro. Parte con 12 mesas y en un año ya tiene 45.	Deja el local de Pezet y abre en la Av. Conquistadores. Y también un segundo local en la Av. Canaval y Moreyra.	Abre su tercer local en Malecón Cisneros, Miraflores. Aunque actualmente ya está cerrado.	Inaugura otra sede de Segundo Muelle en la Av. Rivera Navarrete, San Isidro. El boleto promedio por consumo en cualquiera de sus locales en el Perú es S/. 60.	Segundo Muelle se convierte en franquicia. Así se abren dos restaurantes en México donde el boleto promedio es US\$45. Y en el 2008 llega a Ciudad de Panamá.	Desde marzo ya está en Quito, Ecuador. Este año Segundo Muelle abrirá su primer local con franquicia en Lima. Será en la plaza San Miguel. Por su parte, la empresa invertirá en una nueva sede en la Av. La Mar (Es la primera vez que compra un local, pues en el resto se paga alquiler). Para vender la franquicia tiene propuestas de Colombia, Venezuela y Chile.