

Según un análisis de Gregario, ambas cadenas concentraban un 27,7% del rubro:

Auge del mercado de pizzas ocuparía rápido el espacio que dejan Telepizza y Pizza Hut

N. BIRCHMEIER RIVERA

Una "crisis financiera irremontable" llevó a la europea Food Delivery Brands (FDB), operador de Telepizza y Pizza Hut en Chile, a solicitar su liquidación voluntaria en tribunales locales.

Así lo describió la sociedad Telepizza Chile S.A., constituida en el país en 1992, a través de un escrito ingresado ante el 19° Juzgado Civil de Santiago. En el documento, la firma señaló que a pesar de haber llegado a "ser la cadena de comida rápida con más locales de Chile durante el año 2014", se vio afectada producto de "factores externos, tales como la pandemia, la crisis del mercado internacional con una afectación directa en los proveedores de los insumos necesarios para el mercado de restaurantes y de comidas".

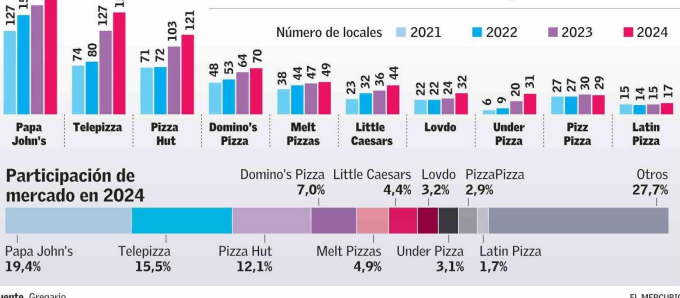
Esta situación habría generado un "importante declive en la actividad económica", llevándola a un "estado financiero insostenible que no le permite continuar con sus actividades económicas normales".

La firma indicó que, junto con su expansión de locales en las últimas décadas, en 2018 suscribió un acuerdo con Pizza Hut (ligada al grupo norteamericano Yum!) para operar esta marca en la región y Chile, y así ampliar su cuota de mercado. Sin embargo, afirmó que "este proyecto no permitió cumplir con los objetivos de FDB en la región, ni en Chile, lo que, sumado a las complicaciones financieras generadas por los factores externos como la competencia de parte de múltiples negocios de *delivery* y de entrega de comida, produjo una crisis financiera irremontable en la operación de Telepizza Chile".

Según los balances entrega-

Pese a la salida de Food Delivery Brands, expertos plantean que el negocio seguirá aumentando. "En los próximos cinco años proyectamos un crecimiento de un 10%", señala GPS Property.

El mercado de los locales de pizzas en Chile



Fuente: Gregario

EL MERCURIO

5.534

locales de pizza operan a nivel nacional, contabilizando a grandes operadores internacionales y pequeñas cadenas, según el análisis de Gregario. La región que concentra la mayor cantidad de este tipo de establecimientos es la Metropolitana, con unos 2.014 recintos.

218

pizzerías se ubican en Providencia, siendo la comuna con mayor número de locales en Chile. Le siguen Viña del Mar, Santiago y La Serena.

dos por Telepizza Chile, acumula tres años de pérdidas consecutivas. En 2024 contabilizó números rojos por \$21.296 millones. En tanto, durante 2023 y 2022 reportó resultados negativos por \$23.386 millones y \$24.792 millones, respectivamente.

En tanto, detalló que sus pasivos con acreedores no relacionados con la empresa suman \$3.025 millones. Entre los tres principales acreedores figuran Axis Logística, Comercial CCU y Molinera San Cristóbal, representando un 48,4% de dicha deuda.

Según FDB, este panorama implicaría el cierre de más de 100 locales (entre Telepizza y Pizza Hut) que poseen en Chile. Cercanos a la firma indican que no todos los establecimientos bajarán su cortina, debido a que otras tiendas operan bajo franquicia.

Mercado

Un análisis de Gregario refleja que Telepizza y Pizza Hut tenían una participación relevante en el mercado de pizzerías (ver infografía), medida en número

de locales. Telepizza registró 155 recintos al cierre de 2024, mientras que Pizza Hut tenía 121.

Entre ambos sumaron un 27,7% de participación en este rubro.

En términos de locales, Papa John's registraba 193 tiendas al término de 2024. De acuerdo con el análisis, la firma posee una cuota de 19,4%.

Por otra parte, el informe elaborado por Gregario indica que otros actores, como Lovdo con 32 locales o Under Pizza —perteneciente al *holding* Victoria Food & Retail, que también contro-

la Melt—, con 31 ubicaciones, han ganado espacio, a través de nuevas aperturas.

A nivel nacional, la expansión de las pizzerías es aún mayor. Considerando a los grandes operadores internacionales y las cadenas medianas, en Chile operan 5.534 tiendas de pizza, según detalla Gregario.

La Región Metropolitana concentra la mayor cantidad de tiendas, con 2.014, seguida por Valparaíso (849) y Biobío (430). Entre las comunas con más sucursales, destacan Providencia (218), Viña del Mar (188), Santiago (187) y La Serena (149).

Potencial

Pese a la salida de FDB, expertos plantean que este mercado continuará creciendo.

"Creemos que este es un mercado que seguirá en franco crecimiento pese a la salida de Telepizza y Pizza Hut. Existen muchas ubicaciones de locales comerciales que hoy son estratégicas, además del impulso que ha tenido el *delivery* en las pizzerías luego de la pandemia", señaló GPS Property. "En los próximos cinco años proyectamos un crecimiento de un 10% en este tipo de establecimientos", afirmó.

En este sentido, desde la consultora inmobiliaria señalaron que si bien las comunas del sector oriente de la capital "dominan la demanda", en el sector sur se están "abriendo nuevos espa-

cios y más emprendimientos relacionados con este negocio".

De acuerdo con cálculos realizados por la consultora Colliers, el cierre de los 100 locales operados por FDB implicaría unos 12.000 m² en superficie arrendable. Lo anterior significaría que unos US\$ 30 millones en habilitación de espacios se pierden y otros US\$ 5 millones anuales que se dejan de recibir en arriendo, explicó Jaime Ugarte, director ejecutivo de la firma.

Por su parte, Reinaldo Gleisner, vicepresidente de Colliers, indicó que la principal variable del éxito para las cadenas de la industria de comida rápida es "la ubicación y su capacidad y confiabilidad de entrega". "Sin duda que el espacio de Telepizza va a ser absorbido por otras cadenas de giro similar. La creciente tendencia al alimento rápido augura un crecimiento por sobre el crecimiento de las remuneraciones reales", aseveró.

De todos modos, Gleisner no descartó que si los locales ofrecen una buena ubicación, pueden ser utilizados por otros rubros de la industria de comida rápida. "Es probable que los locales que tengan ventaja competitiva en este sentido sean ocupados por negocios de comida rápida, no necesariamente pizzería, en la medida que queden disponibles", dijo.

"Los espacios que no desquenen por buena ubicación seguramente van a vegetar como locales de poca monta", agregó.

PÉRDIDAS

Telepizza Chile S.A. indicó que en 2024 registró un resultado negativo por \$21.296 millones.

