



Pizza Hut y Telepizza dejarán **156 puntos de venta vacantes en Chile** y abren espacio para el resto de la industria

■ El representante de ambas cadenas cerrará sus operaciones en Chile y la firma Xbrein realizó un análisis de cómo esto podría impactar en el segmento de las pizzerías y las cadenas de comida en general.

POR MARTÍN BAEZA

El pasado 15 de enero, el grupo Food Delivery Brands (FDB), operador de las marcas Telepizza y Pizza Hut en Chile, anunció que bajaría las cortinas en el país, solicitando la liquidación de la compañía ante la justicia.

Estas dos firmas ocupan, respectivamente, el segundo y tercer lugar en cuanto a las pizzerías con más puntos de venta en Chile, solo superadas por Papa John's, que tiene 156 locales operativos. Un análisis de la compañía de geointeligencia Xbrein, registró que, a la fecha, Telepizza cuenta con 87 ubicaciones, mientras Pizza Hut tiene otras 69.

Así, ambas cadenas suman el 5,7% del total de locales de pizza en el país, que asciende a 2.731. "Básicamente son 156 localizaciones que van a dejar un espacio en el mercado, que de todas maneras va a ser aprovechado por otros actores comerciales y que incluso, en este caso, pueden ocupar los puntos

actuales para establecer otro tipo de posiciones", dice el CEO y fundador de Xbrein, Daniel Encina.

El ingeniero sostiene que un caso emblemático de este tipo de rebarajes en la industria ocurrió en la esquina de Guardia Vieja con Avenida Providencia, donde hoy se ubica un Burger King que, anteriormente, era uno de los principales puntos de venta de Pizza Hut.

"Los puntos que está dejando (FDB) sin duda van a ser aprovechados básicamente por actores de comida rápida, pero también puede ser ocupado por otros actores, como tiendas de conveniencia o farmacias, que se benefician de manera importante del flujo", plantea Encina.

Los locales vacantes

Las ubicaciones que quedan libres, de acuerdo a Xbrein, son de distinta índole. Por ejemplo, en el caso de Telepizza, el 51% está en un formato *stand alone* (tiendas independientes), mientras el resto se ubican en

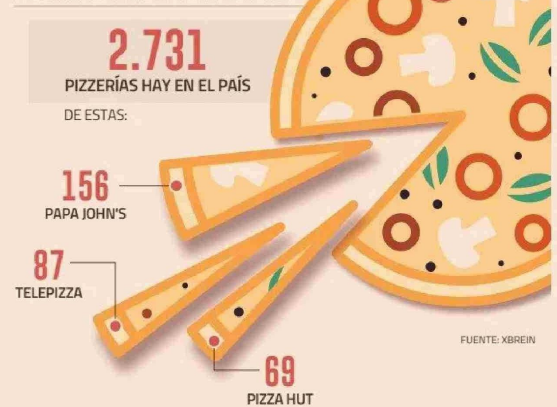
malls (21%), *strip centers* (15%), *power centers* (9%) y *outlets* (3%).

En el caso de Pizza Hut, solo el 17,4% son *stand alone*, mientras que la mayoría están en *malls* (36,2%), *strip centers* (13%) y *power centers* (24,6%).

El CEO de Xbrein remarca que, al igual que en otros rubros de comida rápida, esto hace que el rendimiento de los distintos puntos tenga una "varianza súper importante (...) podemos encontrar algunas localizaciones que pueden tener ventas desde los UF 8 o UF 9 por m2 al mes, hasta algunos actores que hoy día pueden vender hasta UF 70 por m2 al mes". Estos últimos suelen ser los que están ubicados en los patios de comida, ejemplifica Encina, que son locales muy pequeños y con los flujos más elevados.

Cabe desatacar que el 56,5% de los Pizza Hut y el 46% de los Telepizza se ubican en la Región Metropolitana. Los demás están repartidos por el resto del país, aunque sin presencia en las regiones de Arica

La industria de la Pizza en Chile



y Parinacota, Aysén y Magallanes.

Cadenas de pizza

Si bien hoy hay 2.731 pizzerías en Chile, en 2020 había 1.258, de acuerdo a los registros de Xbrein. Es decir, en cinco años el número de estos locales se ha incrementado en un 117%, lo que refleja el dinamismo de la industria.

Con la salida del segundo y el tercer actor del segmento (por número de puntos de venta), quienes ocuparán esas posiciones serán Domino's Pizza y Melt. Más atrás siguen Little Caesars, Pizza Pizza,

Lovdo y Under Pizza.

En tanto, momentáneamente, Papa John's se reforzará como el líder de la industria. Cabe recordar que esta firma también pasó recientemente por un proceso concursal, ya que, a fines de 2022, la sociedad PJ Chile, ligada al *holding* alimentario Drake, del empresario Nicolás Ibáñez, solicitó su reorganización judicial. Ese proceso, marcado por negociaciones para la venta de la empresa, se cerró en octubre cuando Ibáñez sorprendió a los bancos pagando unos US\$ 57 millones por anticipado.