

El índice de servicio de comida rápida muestra que hasta septiembre de este año, el sector registró un incremento acumulado de 11,4% en las ventas en todo el país. En cuanto a productos, la hamburguesa se posiciona como la favorita, algo que respondería a cambios en los estilos de vida y factores económicos. POR ANDREA CAMPILAY

Este 2024 ha sido un buen año para el rubro de comida rápida, especialmente para el consumo de hamburguesas. El segmento se encuentra en una "posición sólida", con una fuerte demanda y niveles de venta por sobre años anteriores, según el más reciente índice de servicio de comida rápida de la Asociación Chilena de Gastronomía (Achiga) y el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC). De hecho, en términos de crecimiento, es una categoría que crece más que otras en el mundo gastronómico, asegura el gremio.

El índice muestra que durante el tercer trimestre la industria mantuvo el crecimiento experimentado a inicios de año, registrando un alza real anual del 7,7% en ventas a nivel nacional, aunque con una desaceleración en comparación a los trimestres anteriores. El crecimiento acumulado, por su parte, asciende a 11,4% entre enero y septiembre.

"Vemos un crecimiento importante de la categoría, que crece más que otros sectores de la gastronomía y esto tiene mucho que ver con los nuevos estilos de vida", afirma el presidente de Achiga, Máximo Picallo. A sus ojos, otro factor que está influyendo en esta preferencia es el ajuste económico que el país experimentó el año pasado y parte de este año, ocasionando que las personas prioricen productos "con un nivel de precio menor".

Esto se ve reflejado, por ejemplo, al hacer un ejercicio de compra en aplicaciones de delivery, donde el precio por una hamburguesa con papas fritas y bebida puede ir desde los \$ 5.000 hasta los \$ 9.000, mientras que el equivalente en comida china o comida mexicana puede ir desde los \$7.000 hasta los \$14.000 aproxima-

damente, sin considerar los días de promociones.

Hamburguesa: por qué es favorita

Las cifras de consumo están en sintonía con lo reportado a mediados de año por una encuesta de la consultora Activa, que reveló que 85,6% de la población mayor de 18 años declara consumir algún tipo de comida rápida. Al realizar un desglose sobre las pre-

ferencias de consumo, las hamburguesas lideraron la medición con un 47,3%, superando a las papas fritas, pizzas y completos.

Bajo la perspectiva de Máximo Picallo, esta preferencia de

consumo, sobre todo definida por los segmentos más jóvenes de la población, "tiene que ver con cambios de estilo de vida y con la oferta que existe también de muchas cadenas internacionales

HAMBURGUESAS

VENTAS DE COMIDA RÁPIDA SUPERAN NÚMEROS DE AÑOS ANTERIORES Y CATEGORÍA DE HAMBURGUESAS LIDERA PREFERENCIAS

y nacionales, que tienen a la hamburguesa como el centro de su propuesta gastronómica", a lo que añade el factor de conveniencia, ya que apunta que generalmente estos productos "son más fáciles de estandarizar", lo que hace que sean más asequibles para los consumidores.

El impacto del delivery

Aunque Picallo señala que las ventas presenciales de comida rápida siguen liderando las preferencias y tendencias de consumo, es claro que el delivery también ha tenido un impacto en su impulso. La gerenta de comunicaciones de Uber en Chile, Verónica Jadue, cuenta que desde la llegada de su plataforma Uber Eats -hace siete años- la comida rápida "ha liderado las preferencias de los usuarios de la aplicación", con las hamburguesas, papas fritas, empanadas de queso y pizza como los productos más pedidos.

No obstante, la ejecutiva precisa que desde la pandemia han identificado que los consumidores se han abierto a nuevas opciones, sumando entre sus favoritos al sushi, pollo frito y sándwiches, pero también mostrando cada vez más interés por comidas de especialidad -china, india y mexicana- e incluso por la comida saludable, cuya demanda en esa app ha crecido un 40%.

"El cambio que el consumidor tuvo durante la pandemia respecto al delivery llegó para quedarse", acota Jadue, y hace énfasis en que los clientes tienen cada vez mayores expectativas con respecto a la oferta de productos que pueden encontrar disponibles para ordenar. En ese sentido, afirma que, si bien las promociones y ofertas de los comercios asociados de la categoría fast food suelen tener "una mayor visibilidad para los usuarios que ya han pedido algo", se trata de un fenómeno que no es exclusivo para la comida rápida, sino que ocurre con todas las categorías de alimentos y productos disponibles.

Las ventas presenciales de comida rápida siguen liderando las tendencias de consumo, pero el delivery también ha contribuido al crecimiento de este segmento en el rubro gastronómico.

LAS RAZONES TRAS EL RÁPIDO AVANCE DEL MERCADO LOCAL DE HAMBURGUESAS GOURMET

La cada vez más recurrente apertura de hamburgueserías en el país y el aterrizaje de fenómenos como "la mejor hamburguesa del mundo" de La Birra Bar, son parte de las historias que han potenciado la reconversión del fast food y que han creado el boom de este tipo de restaurantes en Chile.

Esta categoría ha ido ganando terreno en el país, y según revela un estudio de GPS Property, en los últimos dos años los locales de comida cuya carta está enfocada en hamburguesas han crecido cerca de un 50% en Santiago y han sido capaces de importar sabores y conceptos provenientes desde Nueva York o Madrid, por ejemplo, diferenciándose de las tradicionales cadenas de comida rápida, explican desde la entidad desarrolladora del reporte. "Hoy, las personas privilegian este tipo de locales por sus preparaciones más gourmet y porque saben que encontrarán productos de buena

Tanto por su calidad de ingredientes, estilos e innovación, como en los tiempos y estándares, este tipo de preparación ha revolucionado a la industria del fast food y los expertos proyectan que será un sector que seguirá en crecimiento. POR SOFÍA PREUSS

calidad y a un precio similar a su competencia", enfatizan.

La pandemia gatilló la creación de nuevas marcas premium, ya que muchas de ellas abrieron de manera "digital" y operando en dark kitchens, lo que permitió que las barreras de entrada al negocio bajaran considerablemente, sostiene Sebastián Lyon y José Barros, fundadores de The Top, concurso gastronómico que tiene versiones para variados estilos de comida, y que recientemente tuvo uno de hamburguesas.

"Las apps de delivery jugaron un rol importante en la rápida expansión de este fenómeno, ya que fueron el músculo para poder llegar a los hogares", puntualizan.



El otro gran factor que ha sido protagonista en la rápida expansión de este mercado son las redes sociales, observan Lyon y Barros. "Los influencers que dan visibilidad a las propuestas y las hamburgueserías, al tener sus propios perfiles, han podido llegar de manera cercana al público, fidelizando y educándolo acerca de su calidad y atributos", explican, y detallan que dentro de los principales atributos están la calidad de los ingredientes, estilos e innovación en las preparaciones, en los tiempos y estándares. "La mayoría tiene procesos muy exigentes, como la carne molida el mismo día, blends premium de cortes específicos, pan especial o ingredientes importados, característicos que dan el toque final", ejemplifican.

Desde GPS Property estiman que continuará la apertura de nuevos emprendimientos ligados al sector y que las cadenas internacionales seguirán privilegiando ubicaciones en centros comerciales o próximas al transporte público. Por su parte, el presidente de la Asociación Chilena de Gastronomía, Máximo Picallo, define que la tendencia apunta a un crecimiento sostenido, aunque quizás no en las mismas tasas de los últimos dos años. "La hamburguesa es un producto bastante dúctil que se puede adaptar para satisfacer las nuevas tendencias culinarias", acota.



NUEVAS HAMBURGUESAS

GRILL TASTE

EXQUISITO SABOR Y AROMA A PARRILLA







Ministerio de Salud

Gobierno de Chile

PREFIERE ALIMENTOS CON MENOS SELLOS DE ADVERTENCIA

La
Crianza®



HAMBURGUÉSATE

CON LA CRIANZA

