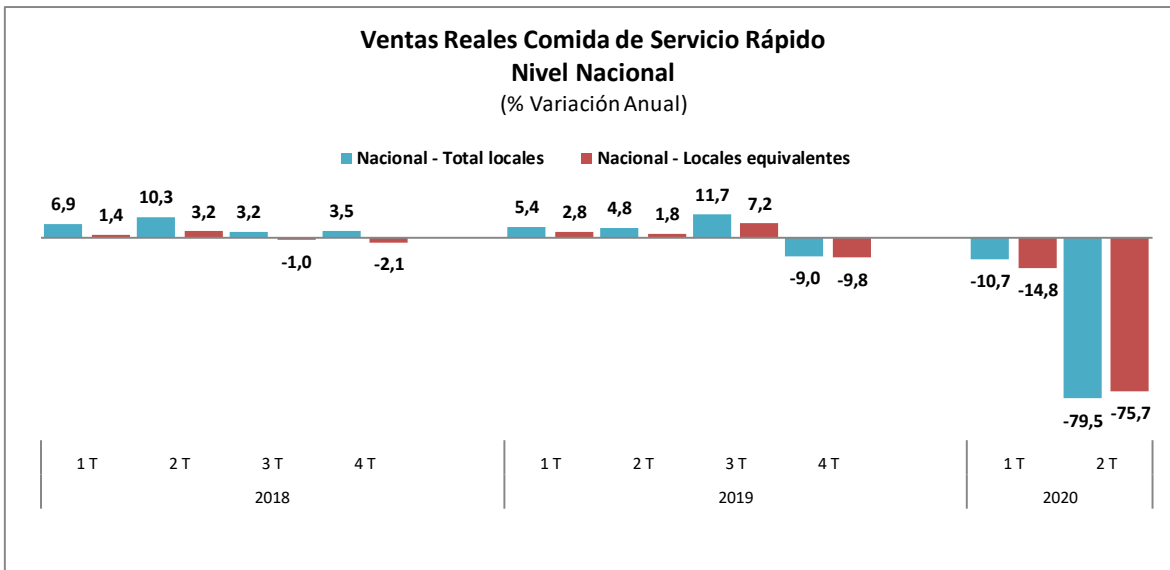


## INDICADOR DE COMIDA DE SERVICIO RÁPIDO SEGUNDO TRIMESTRE 2020

### Nivel Nacional

Las ventas reales de comida de servicio rápido a nivel nacional registraron una histórica caída de 79,5% real en el segundo trimestre de 2020 según el indicador que elabora el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC). Por su parte, el efecto que está teniendo la Pandemia también se refleja en las ventas reales medidas en términos de locales equivalentes (concepto de same sale store), evidenciaron una baja real anual de 75,7% respecto al segundo trimestre de 2019.

De esta manera el sector cierra el primer semestre de 2020 con una caída total de 44,8% real y una baja de 45,5% en término de locales equivalentes.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Con respecto a los meses del segundo cuarto del año, todos marcaron muy fuertes caídas, abril, mes donde una mayor proporción de los locales estuvieron cerrados, evidenció una baja anual de 86,7%, por su parte mayo y junio registraron descensos de 77,6% y 74,6%, evidenciando así fuertes bajas que fueron de más a menos en la medida que se fue ampliando el sistema de delivery en los distintos actores del sector.

A nivel de locales equivalentes abril, mayo y junio marcaron bajas reales anuales de 82,9%, 74% y 70,7% cada uno.

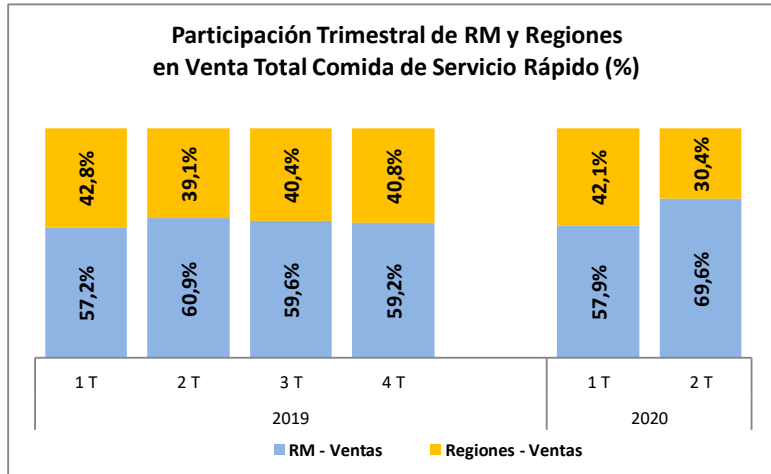
## Índice de Ventas de Comida de Servicio Rápido – Nacional (Base: Promedio 2019=100)

Trimestre	Índice Total Locales				Índice Locales Equivalentes			
	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.
<b>2015</b>								
I Trim	80,5	-8,2	2,3	2,3	97,2	-0,8	-3,5	-3,5
II Trim	81,3	1,0	6,7	4,4	98,9	1,7	2,7	-0,4
III Trim	84,9	4,4	3,3	4,1	97,8	-1,1	2,3	0,4
IV Trim	89,0	4,8	1,4	3,3	100,3	2,6	2,4	0,9
<b>2016</b>								
I Trim	82,3	-7,5	2,2	2,2	96,1	-4,3	-1,1	-1,1
II Trim	82,5	0,3	1,5	1,8	98,4	2,4	-0,5	-0,8
III Trim	87,9	6,5	3,5	2,4	99,0	0,6	1,2	-0,1
IV Trim	94,8	7,9	6,6	3,5	103,0	4,1	2,7	0,6
<b>2017</b>								
I Trim	89,0	-6,2	8,1	8,1	96,4	-6,5	0,3	0,3
II Trim	85,3	-4,1	3,4	5,8	96,9	0,5	-1,5	-0,6
III Trim	94,4	10,7	7,5	6,3	101,1	4,4	2,2	0,3
IV Trim	98,0	3,8	3,4	5,5	102,4	1,3	-0,6	0,1
<b>2018</b>								
I Trim	95,1	-2,9	6,9	6,9	97,7	-4,6	1,4	1,4
II Trim	94,1	-1,1	10,3	8,6	100,0	2,3	3,2	2,3
III Trim	97,4	3,6	3,2	6,7	100,1	0,1	-1,0	1,2
IV Trim	101,4	4,1	3,5	5,8	100,2	0,1	-2,1	0,3
<b>2019</b>								
I Trim	100,3	-1,1	5,4	5,4	100,5	0,3	2,8	2,8
II Trim	98,6	-1,7	4,8	5,1	101,8	1,3	1,8	2,3
III Trim	108,8	10,4	11,7	7,3	107,3	5,4	7,2	4,0
IV Trim	92,3	-15,2	-9,0	3,1	90,3	-15,8	-9,8	0,5
<b>2020</b>								
I Trim	89,5	-2,9	-10,7	-10,7	85,6	-5,3	-14,8	-14,8
II Trim	20,2	-77,4	-79,5	-44,8	24,7	-71,1	-75,7	-45,5

Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Región Metropolitana y Regiones

La composición de las ventas entre regiones y Región Metropolitana en el segundo trimestre evidencia un aumento en la Región Metropolitana, concentrando el 69,6% de las ventas y regiones concentra el 30,4% restante.



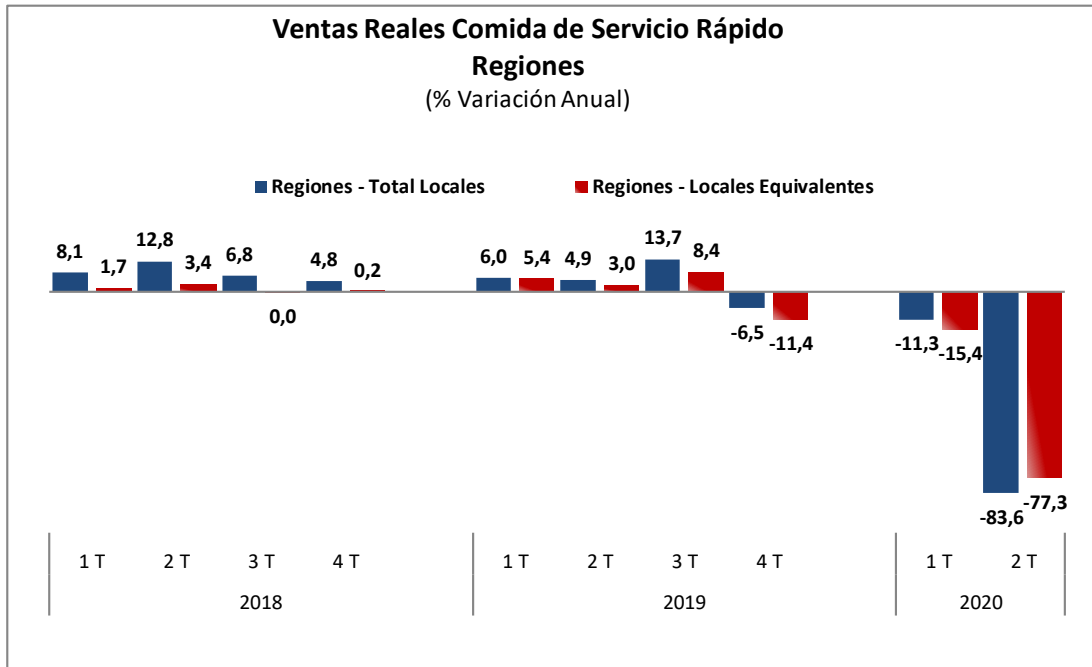
Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Ventas en Regiones

Las ventas reales de comida de servicio rápido en regiones marcaron en el segundo trimestre de 2020 una caída real anual de 83,6% tras caer un 11,3% real anual en el primer trimestre y cerrando de esta manera el semestre con una baja de 45,5%

Al analizar el comportamiento mensual se registraron caídas reales anuales de 91,2%, 81,6% y 78,5% en abril, mayo y junio.

En términos de locales equivalentes las ventas en regiones tuvieron una caída real anual de 77,3% en el segundo cuarto del año cerrando el período enero-junio con un descenso real anual de 44,8%. En el trimestre, abril evidenció una baja de 86,8% real anual, luego mayo y junio cayeron 74,8 y 71% respectivamente.



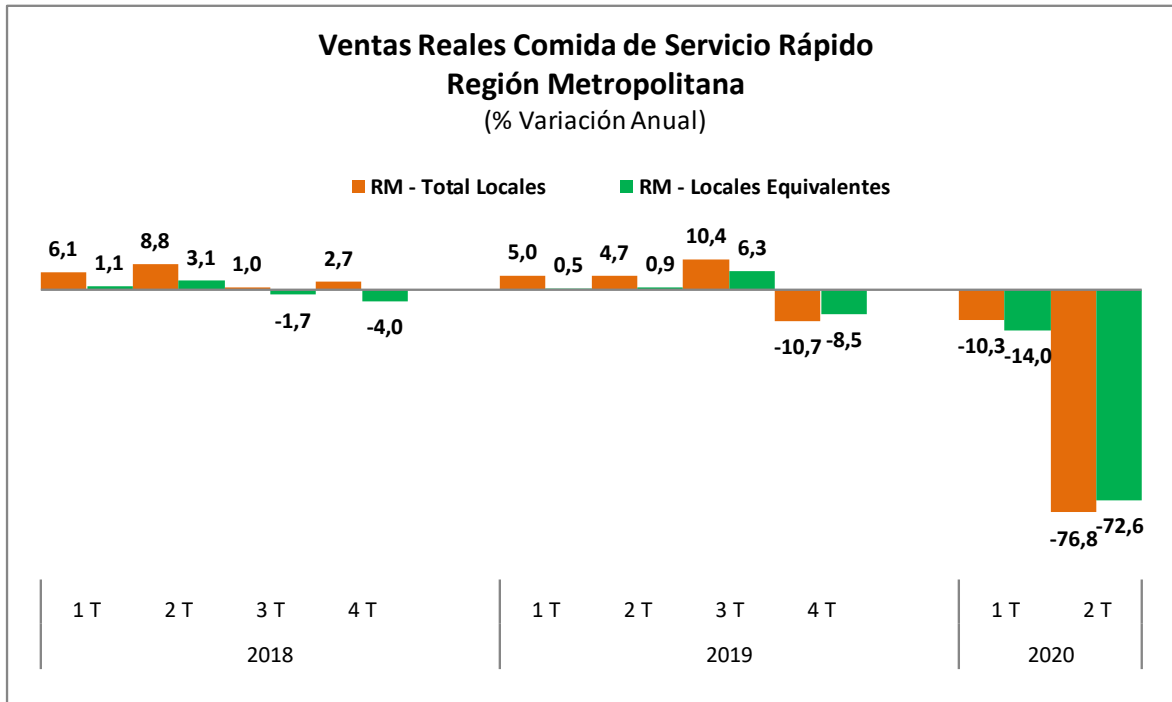
Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Ventas Región Metropolitana

En la Región Metropolitana las ventas reales de comida de servicio rápido cayeron un 76,8% real anual en el segundo trimestre de 2020, tras la baja de 10,3% del primer cuarto y cerrando el semestre con una caída de 44,3% real.

Con respecto al comportamiento mensual abril marca un descenso de 83,8% real anual, luego mayo y junio evidencian bajas de 75% y 72,2% real anual.

Por su parte, las ventas en términos de locales equivalentes de la Región Metropolitana evidenciaron en el segundo trimestre del 2020 una caída de 72,6%, donde abril baja un 79,7%, mayo cae un 70,9% y junio un 67,8%. De esta manera la primera mitad del año se cierra con un descenso real de 44,1%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Consumo Promedio

El consumo promedio por boleta (expresado en pesos de junio 2020) alcanzó un valor de \$5.832 en el segundo trimestre de 2020, lo que significa un alza de 25,2% real respecto a igual período de 2019 y un incremento de 20,5% respecto al trimestre anterior.

En la Región Metropolitana, el consumo promedio por boleta durante el segundo trimestre de este año fue de \$6.257 experimentando un alza de 29,5% real anual. Por su parte, en regiones el consumo promedio durante el mismo período alcanzó los \$5.407 creciendo un 20,5% real respecto a igual trimestre de 2019.

### Consumo Promedio Trimestral por Boleta (En Pesos, Junio 2020)

Período	Nacional		RM		Regiones	
	Promedio	% Var. Anual	Promedio	% Var. Anual	Promedio	% Var. Anual
Prom. 2015	4.289		4.529		4.054	
Prom. 2016	4.458	3,9	4.670	3,1	4.249	4,8
Prom. 2017	4.747	6,5	4.963	6,3	4.534	6,7
Prom. 2018	4.689	-1,2	4.870	-1,9	4.510	-0,5
Prom. 2019	4.810	2,6	4.962	1,9	4.659	3,3
I Trim. 2015	4.296		4.546		4.059	
II Trim.	4.292		4.510		4.076	
III Trim.	4.273		4.562		3.990	
IV Trim.	4.293		4.498		4.091	
I Trim. 2016	4.314	0,4	4.554	0,2	4.086	0,7
II Trim.	4.463	4,0	4.631	2,7	4.294	5,3
III Trim.	4.458	4,3	4.712	3,3	4.208	5,5
IV Trim.	4.595	7,0	4.785	6,4	4.408	7,8
I Trim. 2017	4.712	9,2	4.892	7,4	4.539	11,1
II Trim.	4.676	4,8	4.865	5,0	4.489	4,5
III Trim.	4.768	7,0	5.085	7,9	4.459	6,0
IV Trim.	4.829	5,1	5.012	4,7	4.649	5,4
I Trim. 2018	4.757	0,9	4.959	1,4	4.563	0,5
II Trim.	4.719	0,9	4.914	1,0	4.526	0,8
III Trim.	4.678	-1,9	4.864	-4,3	4.492	0,7
IV Trim.	4.601	-4,7	4.743	-5,4	4.459	-4,1
I Trim. 2019	4.858	2,1	4.955	-0,1	4.761	4,3
II Trim.	4.659	-1,3	4.830	-1,7	4.487	-0,9
III Trim.	4.885	4,4	5.076	4,4	4.694	4,5
IV Trim.	4.839	5,2	4.985	5,1	4.694	5,3
I Trim. 2020	4.840	-0,4	4.989	0,7	4.690	-1,5
II Trim.	5.832	25,2	6.257	29,5	5.407	20,5

Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Perspectivas

Fuertemente se han visto afectadas las ventas de comida de servicio rápido durante esta pandemia, la imposibilidad de poder abrir la mayoría de los locales, donde muchos se encuentran ubicados dentro de centros comerciales, ha producido una dramática caída de 79,5% en las ventas del sector durante el segundo trimestre de este año al comparar con igual trimestre de 2019. En promedio solo un 30% de los locales se encontraban abiertos durante el semestre, los cuales en su mayoría se fusionando únicamente con sistema de despacho a domicilio o retiro al local.

El aumento en el consumo promedio por boleta se debe principalmente a una mayor compra familiar versus personal que implica el delivery, más el traspaso de mayores costos que implican las apps de despacho al consumidor final. Por su parte, las transacciones del sector cayeron en un 89,3% a nivel nacional.

El sector está atravesando de esta manera la peor crisis de su historia y las opciones de apertura en el plan *paso a paso*, junto con ser poco claras, no son solución para el sector. Para muchos es preferible no abrir a solo poder usar un 25% del espacio de atención, sobre todo para los más pequeños. Ante este escenario hemos insistido en que se necesitan medidas especiales para ayudar a este sector que se ha visto muchísimo más impactado que otros durante esta crisis. Se necesita urgentemente dar liquidez a los actores de la industria gastronómica, aumentando los montos de los créditos como también los plazos de garantía, que debieran estar en línea con lo que le costará al sector salir adelante. Se debe también aumentar el plazo de la ley de protección de empleo hasta que se levante el toque de queda, sino se hace esto la gran mayoría de los empleados del sector que hoy se encuentran en esta condición no serán recontratados. Respecto del cumplimiento en el pago de patentes se solicita el no pago de éstas para aquellos establecimientos que están cerrados por acto de autoridad y la postergación del pago para quienes han visto seriamente afectados sus ingresos a raíz de la pandemia. Estas y otras medidas que incluyen también la reactivación futura del sector deben ser tomadas en cuenta por las autoridades, se debe entender que no todos los sectores son iguales y que se necesitan medidas focalizadas en los que más lo necesitan.