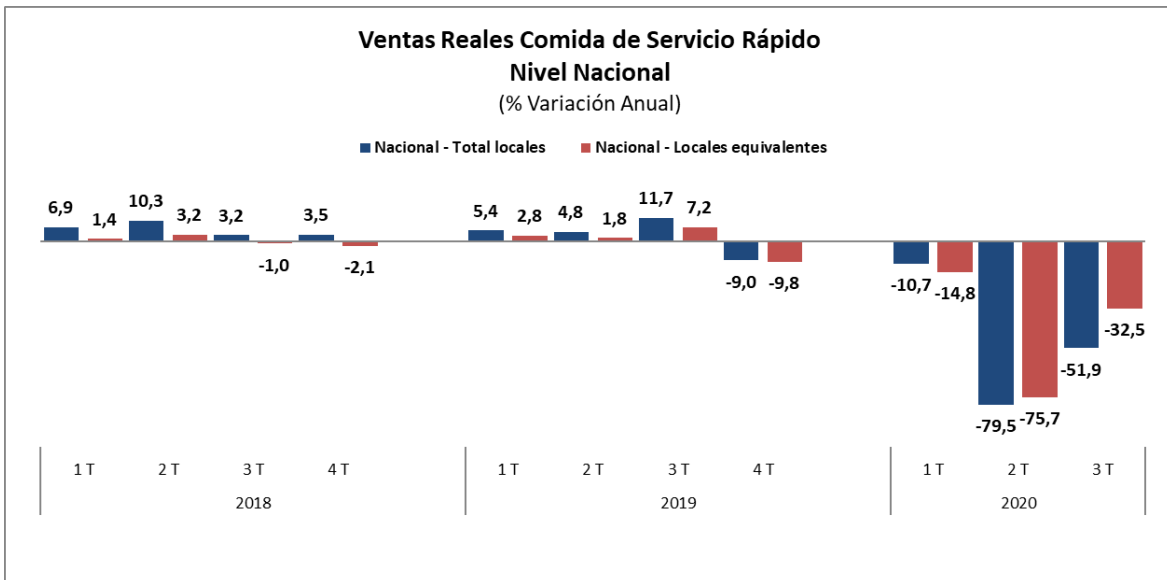


INDICADOR DE COMIDA DE SERVICIO RÁPIDO TERCER TRIMESTRE 2020

Nivel Nacional

Las ventas reales de comida de servicio rápido a nivel nacional registraron una caída de 51,9% real en el tercer trimestre de 2020 según el indicador que elabora el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), la caída, si bien aún es pronunciada, es menor a la baja del segundo trimestre del año (79,5%). Por su parte, en términos de locales equivalentes (concepto de same sale store), y tomando en cuenta solo aquellos locales abiertos durante el período estudiado, se evidencia una baja real anual de 32,5% respecto al tercer trimestre de 2019.

De esta manera el sector acumula una baja de 47,3% real entre enero y septiembre y en términos de locales equivalentes alcanza un descenso de 41,0% real.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Con respecto a los meses del tercer cuarto del año, si bien todos marcan caídas estas se atenúan en cada mes, marcando julio, agosto y septiembre bajas reales anuales de 68,1%, 45,9% y 39,3% respectivamente y a nivel de locales equivalentes se registraron caídas reales anuales de 47,5%, 23,9% y 24,3% en cada mes del trimestre.

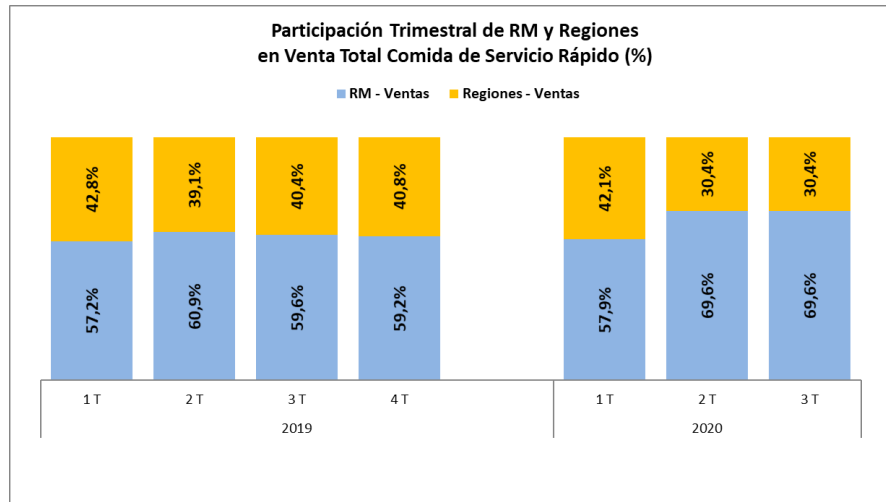
**Índice de Ventas de Comida de Servicio Rápido – Nacional
(Base: Promedio 2019=100)**

Trimestre	Índice Total Locales				Índice Locales Equivalentes			
	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.
2015								
1 T	80,5	-8,2	2,3	2,3	97,2	-0,8	-3,5	-3,5
2 T	81,3	1,0	6,7	4,4	98,9	1,7	2,7	-0,4
3 T	84,9	4,4	3,3	4,1	97,8	-1,1	2,3	0,4
4 T	89,0	4,8	1,4	3,3	100,3	2,6	2,4	0,9
2016								
1 T	82,3	-7,5	2,2	2,2	96,1	-4,3	-1,1	-1,1
2 T	82,5	0,3	1,5	1,8	98,4	2,4	-0,5	-0,8
3 T	87,9	6,5	3,5	2,4	99,0	0,6	1,2	-0,1
4 T	94,8	7,9	6,6	3,5	103,0	4,1	2,7	0,6
2017								
1 T	89,0	-6,2	8,1	8,1	96,4	-6,5	0,3	0,3
2 T	85,3	-4,1	3,4	5,8	96,9	0,5	-1,5	-0,6
3 T	94,4	10,7	7,5	6,3	101,1	4,4	2,2	0,3
4 T	98,0	3,8	3,4	5,5	102,4	1,3	-0,6	0,1
2018								
1 T	95,1	-2,9	6,9	6,9	97,7	-4,6	1,4	1,4
2 T	94,1	-1,1	10,3	8,6	100,0	2,3	3,2	2,3
3 T	97,4	3,6	3,2	6,7	100,1	0,1	-1,0	1,2
4 T	101,4	4,1	3,5	5,8	100,2	0,1	-2,1	0,3
2019								
1 T	100,3	-1,1	5,4	5,4	100,5	0,3	2,8	2,8
2 T	98,6	-1,7	4,8	5,1	101,8	1,3	1,8	2,3
3 T	108,8	10,4	11,7	7,3	107,3	5,4	7,2	4,0
4 T	92,3	-15,2	-9,0	3,1	90,3	-15,8	-9,8	0,5
2020								
1 T	89,5	-2,9	-10,7	-10,7	85,6	-5,3	-14,8	-14,8
2 T	20,2	-77,4	-79,5	-44,8	24,7	-71,1	-75,7	-45,5
3 T	52,3	158,5	-51,9	-47,3	72,4	192,8	-32,5	-41,0

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Región Metropolitana y Regiones

La composición de las ventas entre regiones y Región Metropolitana se mantiene igual al segundo cuarto donde la Región Metropolitana concentra el 69,6% de las ventas y regiones concentra el 30,4% restante.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

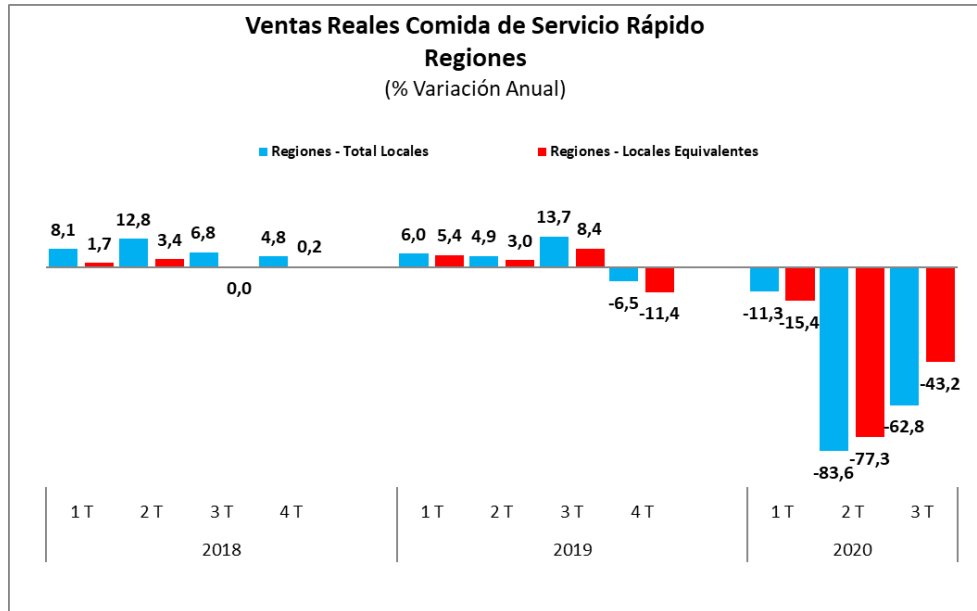
Ventas en Regiones

Las ventas reales de comida de servicio rápido en regiones marcaron en el tercer trimestre de 2020 una caída real anual de 62,8% tras caer un 83,6% real anual en el segundo cuarto del año, acumulando así entre enero y septiembre una baja de 51,6% real.

Al analizar el comportamiento mensual se registraron fuertes caídas reales anuales de 75,3%, 55,5% y 55,9% en julio, agosto y septiembre.

En términos de locales equivalentes, las ventas en regiones tuvieron una caída real anual de 43,2% en el tercer cuarto del año, menor a la baja de 77,3% del trimestre anterior, cerrando el período enero-septiembre con un descenso real anual de 44,3%. En el trimestre, julio evidenció una baja de 61,7% real anual, luego agosto y septiembre atenúan la caída con bajas de 30,5% y 34,4% real anual respectivamente.

En cuanto al funcionamiento del sector en regiones durante esta pandemia, un promedio de 47% de los locales del sector se encontraban abiertos durante el tercer trimestre.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

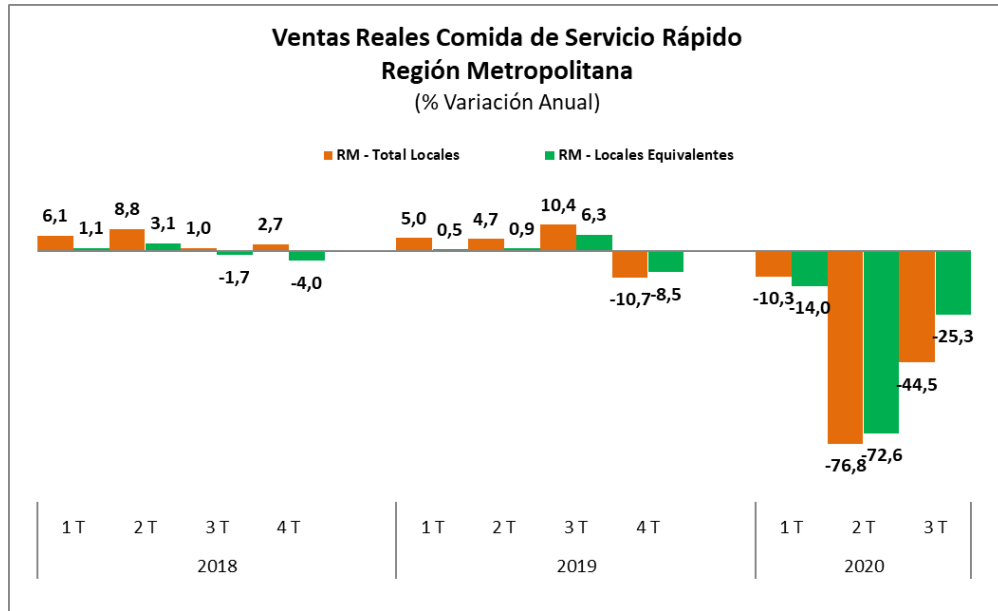
Ventas Región Metropolitana

En la Región Metropolitana las ventas reales de comida de servicio rápido cayeron un 44,5% real anual en el tercer trimestre de 2020, tras la histórica baja de 76,8% del segundo cuarto y cerrando entre enero y septiembre con una caída de 44,4% real.

Con respecto al comportamiento mensual julio marca un descenso de 63,1% real anual, luego agosto y septiembre evidencian bajas de 39,6% y 27,9% real anual.

Por su parte, las ventas en términos de locales equivalentes de la Región Metropolitana evidenciaron en el tercer trimestre del 2020 una caída de 25,3%, menor también a la caída del segundo cuarto (72,6%) y acumulando a septiembre una baja de 37,5% real. Respecto a los meses del trimestre julio evidencia una baja de 42,2% y luego agosto y septiembre modera las caídas con bajas de 17,8% y 13,9% respectivamente.

Respecto al funcionamiento durante el trimestre, un 53% del total de locales se encontraban funcionando en la Región Metropolitana, donde se avanzó de menos a más llegando a un 65% de apertura en septiembre.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Consumo Promedio

El consumo promedio por boleta (expresado en pesos de septiembre 2020), influido por el confinamiento y el cambio en la conducta de los consumidores, primando una compra más familiar o grupal, en vez de individual, alcanzó un valor de \$7.048 en el tercer trimestre de 2020, lo que significa un alza de 45,7% real respecto a igual período de 2019 y un incremento de 22% respecto al trimestre anterior.

En la Región Metropolitana, el consumo promedio por boleta durante el tercer trimestre de este año fue de \$8.084 experimentando un alza de 60,8% real anual. Por su parte, en regiones el consumo promedio durante el mismo período alcanzó los \$6.012 creciendo un 29,3% real respecto a igual trimestre de 2019.

**Consumo Promedio Trimestral por Boleta
(En Pesos, Septiembre 2020)**

Período	Nacional		RM		Regiones	
	Promedio	% Var. Anual	Promedio	% Var. Anual	Promedio	% Var. Anual
Prom. 2015	4.248		4.486		4.015	
Prom. 2016	4.415	3,9	4.626	3,1	4.209	4,8
Prom. 2017	4.701	6,5	4.916	6,3	4.491	6,7
Prom. 2018	4.644	-1,2	4.823	-1,9	4.467	-0,5
Prom. 2019	4.764	2,6	4.914	1,9	4.615	3,3
2015						
1 T	4.255		4.503		4.020	
2 T	4.251		4.467		4.037	
3 T	4.232		4.518		3.952	
4 T	4.252		4.455		4.052	
2016						
1 T	4.273	0,4	4.510	0,2	4.047	0,7
2 T	4.420	4,0	4.587	2,7	4.253	5,3
3 T	4.415	4,3	4.667	3,3	4.168	5,5
4 T	4.551	7,0	4.739	6,4	4.366	7,8
2017						
1 T	4.667	9,2	4.845	7,4	4.495	11,1
2 T	4.632	4,8	4.818	5,0	4.446	4,5
3 T	4.723	7,0	5.036	7,9	4.417	6,0
4 T	4.783	5,1	4.964	4,7	4.604	5,4
2018						
1 T	4.711	0,9	4.911	1,4	4.519	0,5
2 T	4.674	0,9	4.867	1,0	4.483	0,8
3 T	4.633	-1,9	4.817	-4,3	4.449	0,7
4 T	4.557	-4,7	4.697	-5,4	4.416	-4,1
2019						
1 T	4.812	2,1	4.908	-0,1	4.716	4,3
2 T	4.614	-1,3	4.784	-1,7	4.445	-0,9
3 T	4.839	4,4	5.028	4,4	4.649	4,5
4 T	4.793	5,2	4.938	5,1	4.649	5,3
2020						
1 T	4.793	-0,4	4.941	0,7	4.645	-1,5
2 T	5.776	25,2	6.197	29,5	5.356	20,5
3 T	7.048	45,7	8.084	60,8	6.012	29,3

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

Las ventas de comida de servicio rápido siguen siendo de los sectores más afectados durante esta pandemia, la imposibilidad de poder operar en muchos de sus locales ha hecho que el sector alcance caídas históricas en lo que va del año, y si bien en el tercer trimestre la baja de 51,9% real anual es menor a lo evidenciado en el segundo cuarto, las caídas registradas tanto en regiones como en la Región Metropolitana siguen siendo muy fuertes.

En una encuesta realizada a fines de agosto por el Departamento de Estudios de la CNC se evidencia que este sector no espera una recuperación en el corto plazo, un 50,9% de los actores del rubro creen que sus ventas volverán a niveles precrisis más allá del segundo trimestre de 2021, y un 22,2% dice que durante el segundo cuarto del próximo año. Para muchos del sector (75% de los encuestados) es difícil adaptarse a las medidas de protocolo que les exigen. A su vez muchos locales están ubicados dentro de centros comerciales que, pese a comenzar a abrir durante el tercer trimestre seguían con sus patios de comida cerrados y a esto se suma el toque de queda que les ha afectado fuertemente durante esta pandemia.

El confinamiento y mayor estadía en los hogares por parte de un consumidor, que hoy valora la seguridad como uno de los principales atributos al salir de sus casas, ha hecho que la dinámica de consumo también cambie, de esta manera se aprecia un aumento significativo en el consumo promedio por boleta, dando cuenta de que queda atrás la compra más individual a la que estaba acostumbrada el sector y se compra de manera más grupal. Por esta misma razón, sumado a una menor afluencia de público y un 50% de locales aún cerrados, las transacciones del sector caen fuertemente en el tercer trimestre (-74,4%) gatillando la correspondiente caída en las ventas.

Ante este escenario hemos insistido en que se necesitan medidas y acciones especiales para ayudar a este sector que se ha visto muchísimo más impactado que otros durante esta crisis. El sector servicios de comida y hoteles ya alcanzó un desempleo de 46,2% en el trimestre julio-septiembre, con una pérdida de 207.000 ocupados al comparar con igual período del año anterior, y si bien el delivery ha ayudado en la sobrevivencia de muchos locales de comida, esto no será sostenible en la medida que no puedan abrir sus puertas, con un aforo razonable que lo haga rentable. Entendiendo que las empresas ya asumieron un fuerte compromiso con los protocolos establecidos para asegurar un consumo seguro en sus locales, y dado que no se está contando con ayudas acorde al golpe sufrido, se necesita urgentemente que las dejen operar.