

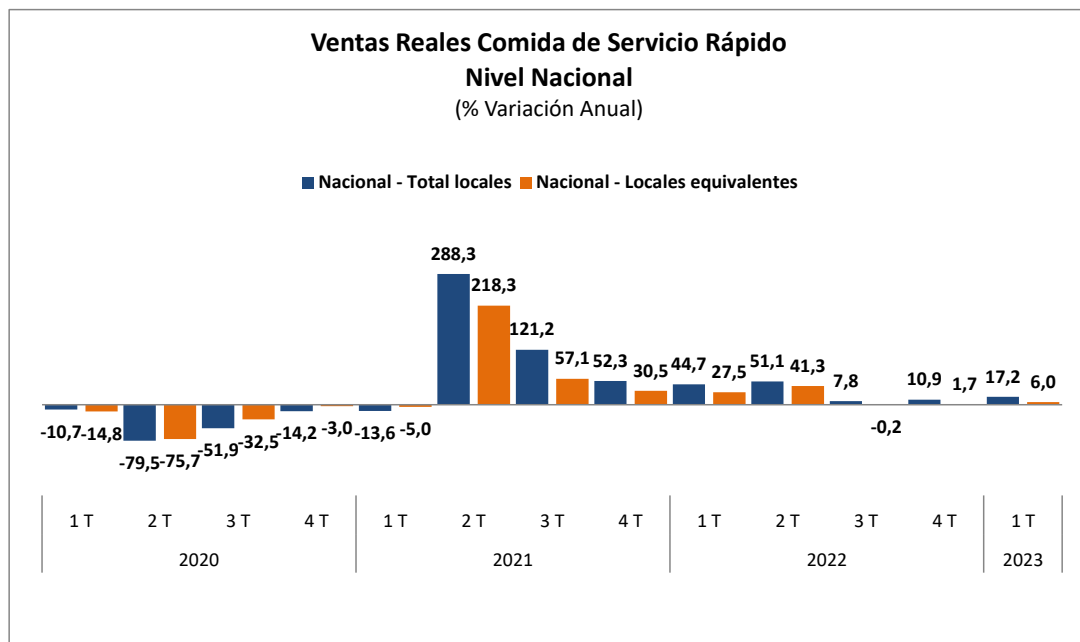
## INDICADOR DE COMIDA DE SERVICIO RÁPIDO PRIMER TRIMESTRE 2023

### Nivel Nacional

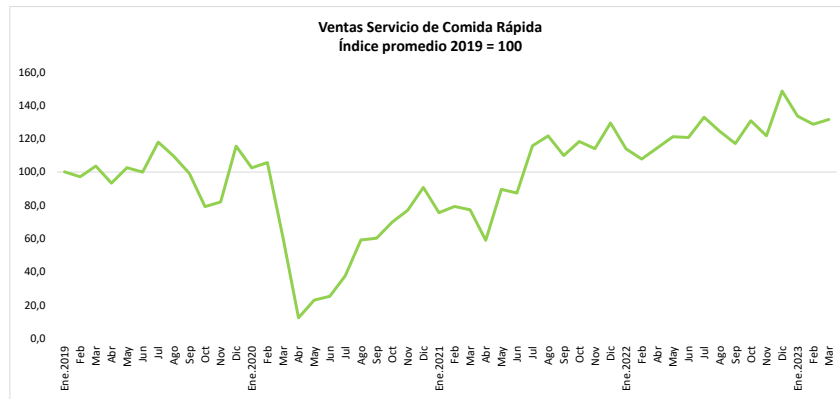
Las ventas reales de comida de servicio rápido a nivel nacional, según el indicador de la Asociación Chilena de Gastronomía (ACHIGA), elaborado el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, registraron un alza de 17,2% real anual en el primer trimestre del 2023. Respecto al último cuarto de 2022, las ventas caen un 1,8%.

Con respecto a los meses del primer trimestre del año, se registraron fuertes alzas en cada uno de ellos, donde enero marca un alza anual de 17,3%, luego febrero crece 19,4% real anual y marzo sube 15,1% real anual.

Por su parte, en términos de locales equivalentes (concepto de same sale store), se evidencia un alza real anual de 6,0% en el primer trimestre de 2023 y 5,4% bajo el último cuarto de 2022.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

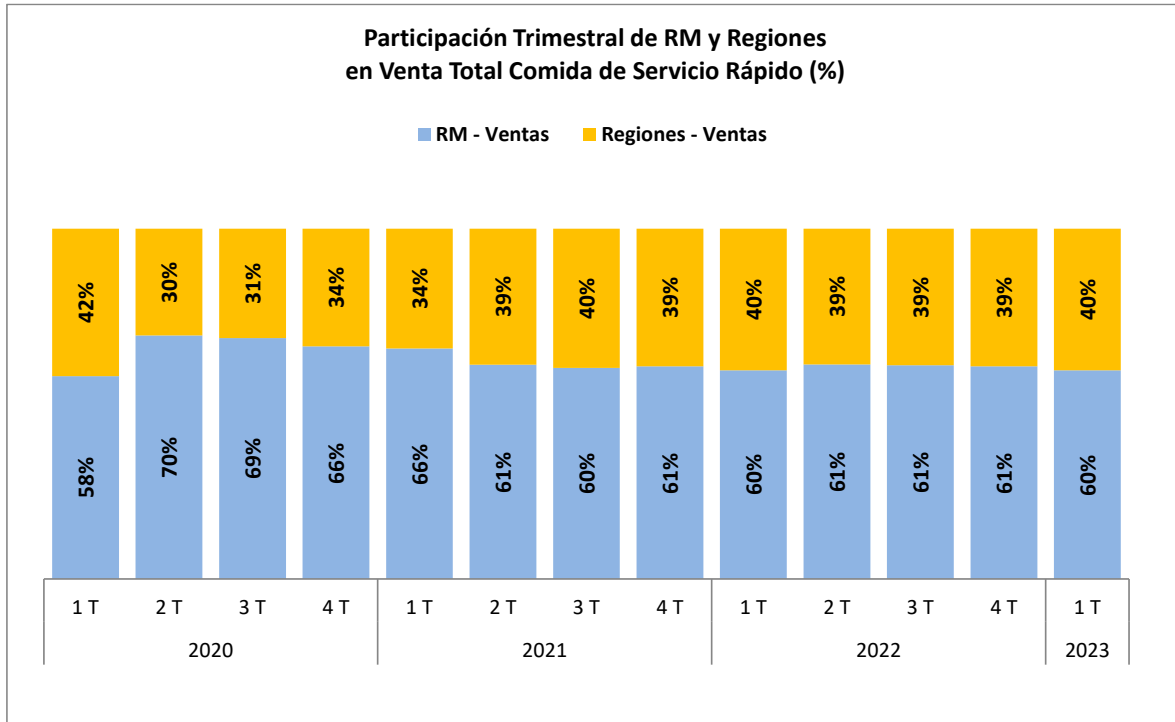
**Índice de Ventas de Comida de Servicio Rápido – Nacional  
(Base: Promedio 2019=100)**

Trimestre	Índice Total Locales				Índice Locales Equivalentes			
	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.
<b>2018</b>								
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
<b>2019</b>								
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
<b>2020</b>								
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
4 T	79,2	51,3	-14,2	-39,7	87,6	21,0	-3,0	-32,4
<b>2021</b>								
1 T	77,4	-2,3	-13,6	-13,6	81,3	-7,2	-5,0	-5,0
2 T	78,6	1,6	288,3	42,1	78,7	-3,2	218,3	45,1
3 T	115,8	47,3	121,2	67,6	113,8	44,5	57,1	49,9
4 T	120,6	4,2	52,3	62,6	114,3	0,5	30,5	43,6
<b>2022</b>								
1 T	112,0	-7,1	44,7	44,7	103,7	-9,3	27,5	27,5
2 T	118,8	6,1	51,1	47,9	111,2	7,3	41,3	34,3
3 T	124,8	5,1	7,8	30,9	113,6	2,1	-0,2	20,0
4 T	133,7	7,1	10,9	24,7	116,3	2,4	1,7	14,6
<b>2023</b>								
1 T	131,3	-1,8	17,2	17,2	110,0	-5,4	6,0	6,0

Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Región Metropolitana y Regiones

En cuanto a la composición de las ventas se evidencia que durante el primer trimestre de este año las ventas en regiones representan un 40% del total y la RM un 60% en línea con los resultados anteriores y llama la atención que no se refleja una mayor participación en regiones como solía suceder en la época estival previo a la pandemia.



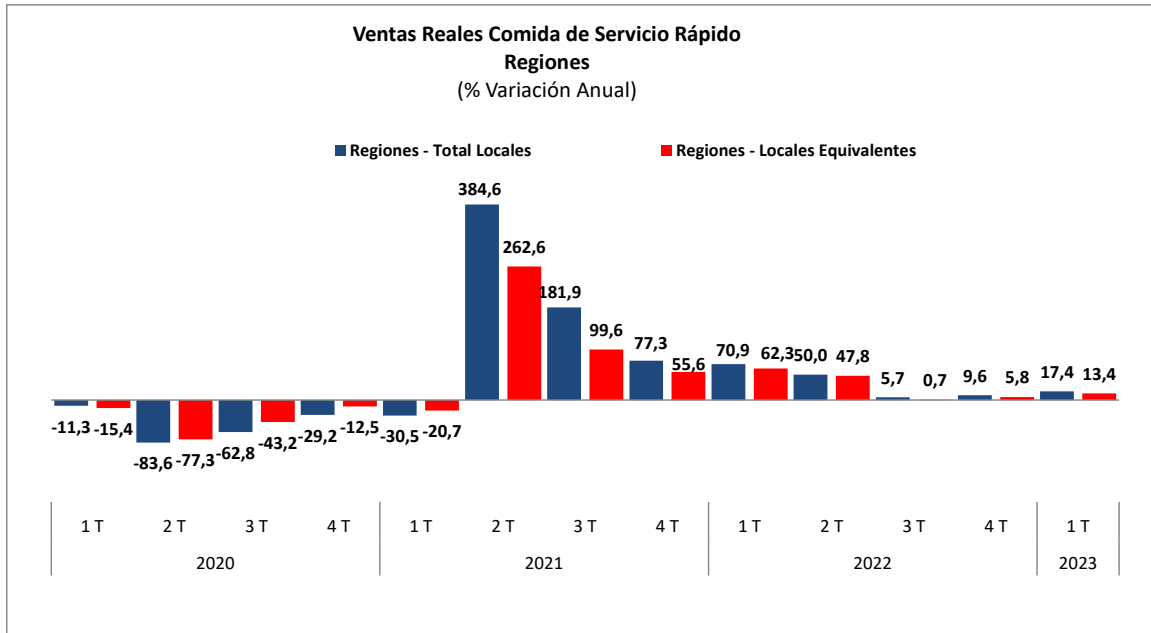
Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Ventas en Regiones

Las ventas reales de comida de servicio rápido en regiones marcaron en el primer trimestre de 2023 un alza real anual de 17,4% y un aumento de 2,2% respecto al trimestre anterior.

Al analizar el comportamiento mensual, enero registra un alza real anual de 18,1%, febrero crece 20,8% real anual y marzo marca un incremento de 13,3% real anual.

En términos de locales equivalentes, las ventas en regiones tuvieron un alza anual de 13,4% en el primer trimestre del año y un alza trimestral de 2,3%.



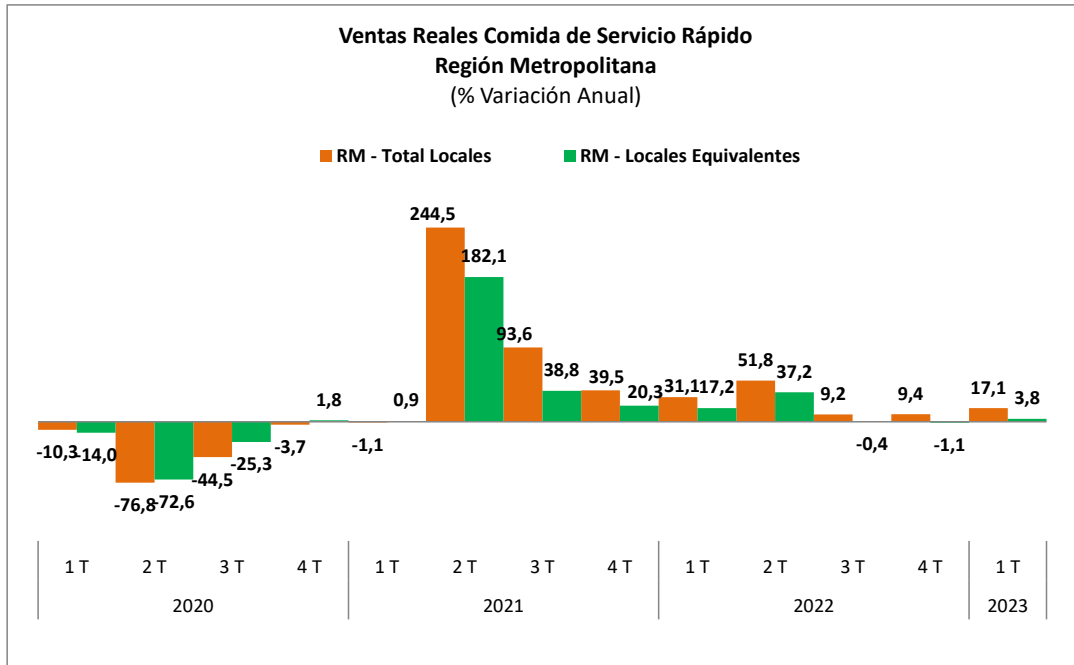
Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Ventas Región Metropolitana

En la Región Metropolitana las ventas reales de comida de servicio rápido marcaron un crecimiento real anual de 17,1% en el primer trimestre de 2023 y una caída de 2,4% frente al último cuarto del año pasado.

Durante el trimestre, enero marca un aumento real anual de 16,6%, luego febrero crece un 18,5% real anual y marzo marca un alza de 16,3%.

Por su parte, las ventas en términos de locales equivalentes de la Región Metropolitana evidenciaron en el primer cuarto de este año un incremento real anual de 3,8% y una baja de 7,5% al comparar con el último trimestre de 2022.

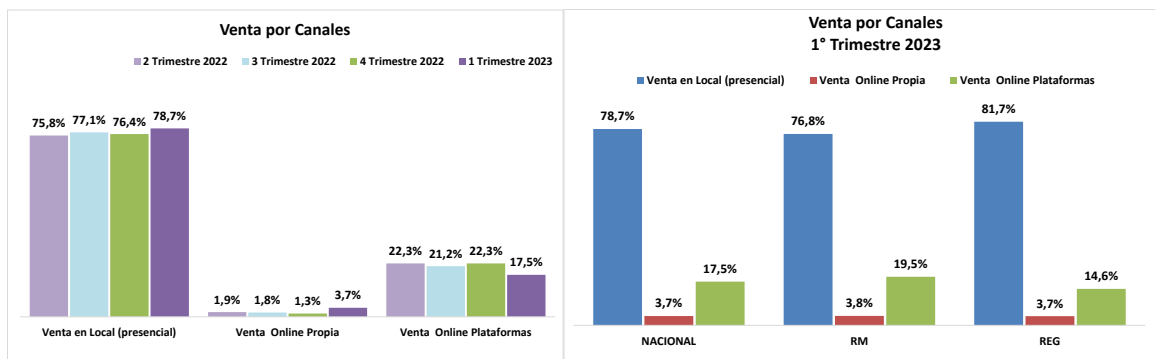


Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Canal de Ventas

Desde el segundo trimestre 2022, se comenzó a incluir en este indicador las ventas por canal. De esta manera se evidencia que, en el primer trimestre de este año, a nivel nacional un 78,7% de las ventas son presenciales, aumentando 2,4 pp. frente al trimestre previo, luego un 3,7% se realizan a través de canales digitales propios, subiendo 2,4 pp. y un 17,5% a través de plataformas externas, cayendo 4,8 pp.

En cuanto a RM y resto de las regiones, se puede ver que la venta presencial pesa más en regiones, alcanzando un 81,7% versus 76,8% en RM. Respecto a la venta online en regiones un 3,7% de la venta es a través de canales propios, similar a la proporción obtenida en RM del 3,8%. En cuanto a otras plataformas, en regiones obtiene un 14,6% y un 19,5% a través de plataformas externas en RM.



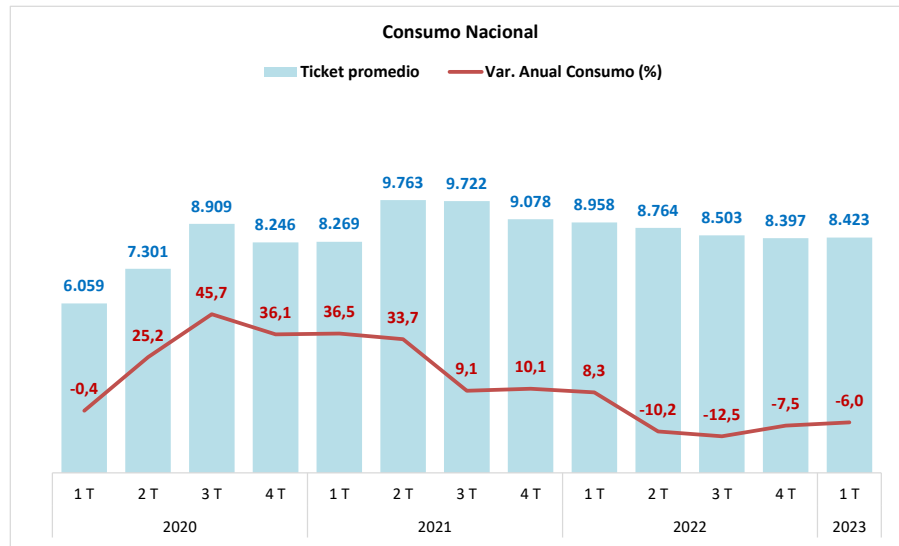
Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Consumo Promedio

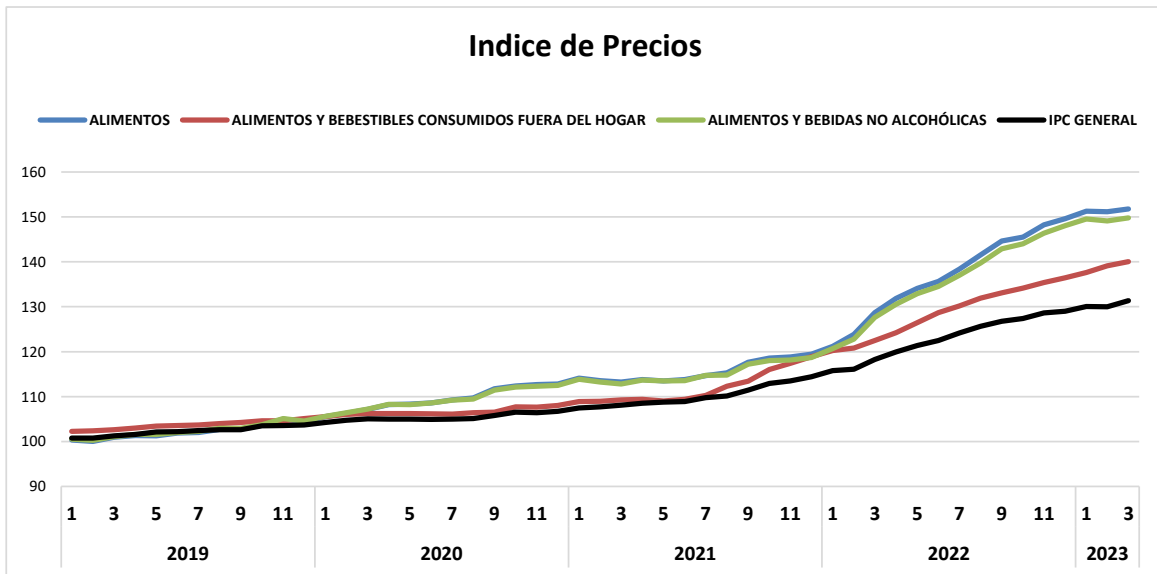
El consumo promedio por boleta (expresado en pesos de marzo 2023), alcanzó un valor de \$8.423 en el primer trimestre de 2023, lo que significa una baja anual de 6,0% real respecto a igual período de 2022, marcando un cuarto período de caída, sin embargo, se evidencia un alza de 38,5% al comparar con igual trimestre de 2019. Respecto al trimestre anterior se registró un alza en el margen de 0,3%.

En la Región Metropolitana, el consumo promedio por boleta durante el primer cuarto del año fue de \$8.442 experimentando una caída de 8,2% real anual y una caída trimestral de 1,3%. Por su parte, en regiones el consumo promedio durante el mismo período alcanzó los \$8.404 cayendo un 3,7% real respecto a igual trimestre de 2022 y marcando un alza de 2% respecto al último cuarto del año pasado.

En cuanto al número de boletas se ve un alza de 25,1% anual, con un incremento de 26,3% en RM y de 23,5% en regiones. Pero, al comparar con igual trimestre de 2019 el número de boletas cae 13%, con una baja de 8% en RM y una caída de 18% en regiones.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Perspectivas

El índice de servicio de comida rápida muestra un positivo resultado en el primer trimestre del año dando cuenta de la fortaleza del sector frente a la evidente desaceleración del consumo.

La evolución del índice de ventas (promedio 2019=100) da cuenta de la recuperación del sector a partir de la segunda mitad del 2021, en línea con la mayor liquidez y, a diferencia del consumo de bienes, el sector no ha evidenciado una desaceleración en los últimos trimestres manteniendo altos niveles de venta, por sobre lo que evidenciaba previo a la pandemia.

El sector de servicio de comida rápida tiende a ser anticíclico en períodos de desaceleración del consumo produciéndose un efecto sustitución de restaurantes de más valor por este tipo de servicios. Estamos frente a un consumidor que dado la situación económica ha restringido fuertemente la compra de bienes que no son de primera necesidad pero que a su vez, tras la pandemia, está saliendo más y es justamente el sector servicios el que se ha mantenido más potente en los últimos meses.

Finalmente, hay que destacar que el sector a enfrentado un fuerte aumento en costos dada la elevada inflación del último año, donde las categorías de alimentos y bebidas han estado por sobre el IPC general, lo que ha derivado también en mayores precios finales.

**Consumo Promedio Trimestral por Boleta  
(En Pesos, Marzo 2023)**

Período	Nacional		RM		Regiones	
	Promedio	% Var. Anual	Promedio	% Var. Anual	Promedio	% Var. Anual
Prom. 2015	5.369		5.670		5.075	
Prom. 2016	5.580	3,9	5.847	3,1	5.320	4,8
Prom. 2017	5.942	6,5	6.214	6,3	5.676	6,7
Prom. 2018	5.870	-1,2	6.097	-1,9	5.646	-0,5
Prom. 2019	6.022	2,6	6.212	1,9	5.833	3,3
Prom. 2020	7.629	26,7	8.216	32,3	7.041	20,7
Prom. 2021	9.208	20,7	9.449	15,0	8.967	27,4
Prom. 2022	8.656	-6,0	8.822	-6,6	8.489	-5,3
<b>2018</b>						
1 T	5.955	0,9	6.208	1,4	5.712	0,5
2 T	5.908	0,9	6.152	1,0	5.666	0,8
3 T	5.856	-1,9	6.089	-4,3	5.623	0,7
4 T	5.760	-4,7	5.937	-5,4	5.582	-4,1
<b>2019</b>						
1 T	6.082	2,1	6.204	-0,1	5.961	4,3
2 T	5.832	-1,3	6.047	-1,7	5.618	-0,9
3 T	6.116	4,4	6.355	4,4	5.877	4,5
4 T	6.058	5,2	6.241	5,1	5.876	5,3
<b>2020</b>						
1 T	6.059	-0,4	6.246	0,7	5.872	-1,5
2 T	7.301	25,2	7.833	29,5	6.769	20,5
3 T	8.909	45,7	10.219	60,8	7.599	29,3
4 T	8.246	36,1	8.568	37,3	7.924	34,9
<b>2021</b>						
1 T	8.269	36,5	8.252	32,1	8.286	41,1
2 T	9.763	33,7	10.205	30,3	9.321	37,7
3 T	9.722	9,1	9.929	-2,8	9.515	25,2
4 T	9.078	10,1	9.411	9,8	8.745	10,4
<b>2022</b>						
1 T	8.958	8,3	9.192	11,4	8.724	5,3
2 T	8.764	-10,2	9.050	-11,3	8.478	-9,0
3 T	8.503	-12,5	8.490	-14,5	8.516	-10,5
4 T	8.397	-7,5	8.554	-9,1	8.240	-5,8
<b>2023</b>						
1 T	8.423	-6,0	8.442	-8,2	8.404	-3,7

Fuente: Departamento de Estudios CNC