

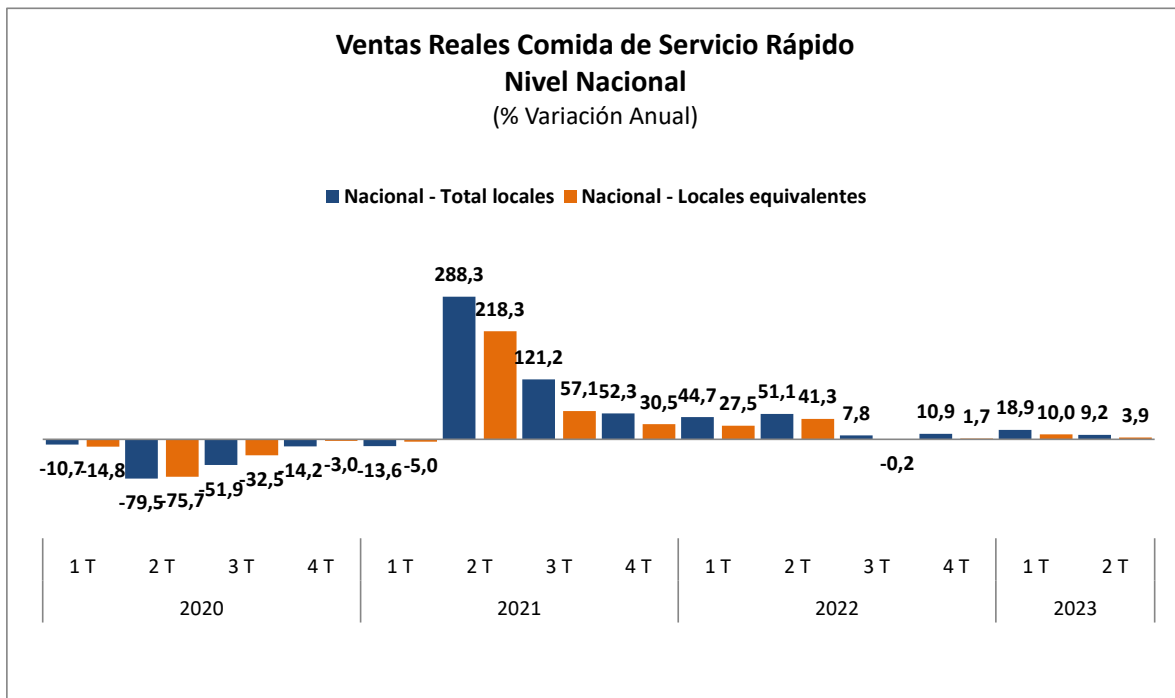
## INDICADOR DE COMIDA DE SERVICIO RÁPIDO SEGUNDO TRIMESTRE 2023

### Nivel Nacional

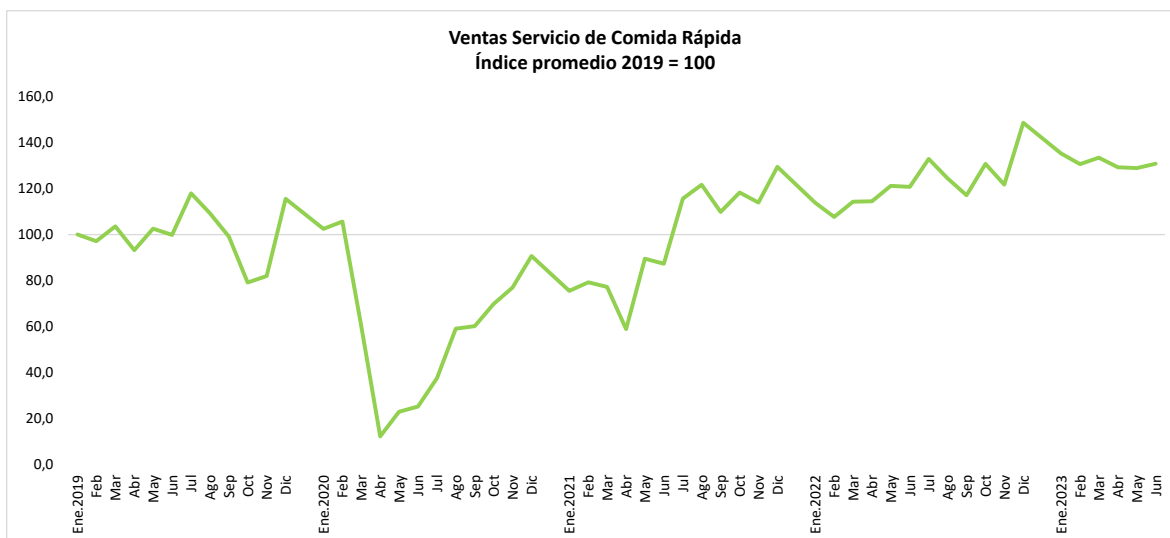
Las ventas reales de comida de servicio rápido a nivel nacional, según el indicador de la Asociación Chilena de Gastronomía (ACHIGA), elaborado el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, registraron un alza de 9,2% real anual en el segundo trimestre del 2023, cerrando el primer semestre con un crecimiento real de 13,9%. Respecto al primer cuarto del año las ventas caen un 2,6%.

Con respecto a los meses del segundo trimestre del año, se registraron fuertes alzas en cada uno de ellos, donde abril marca un alza anual de 12,9%, luego mayo crece 6,4% real anual y junio sube 8,4% real anual.

Por su parte, en términos de locales equivalentes (concepto de same sale store), se evidencia un alza real anual de 3,9% en el segundo trimestre de 2023 y 1,2% sobre el período anterior. Por su parte, en el período enero-junio se registra un alza de 6,8% real.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

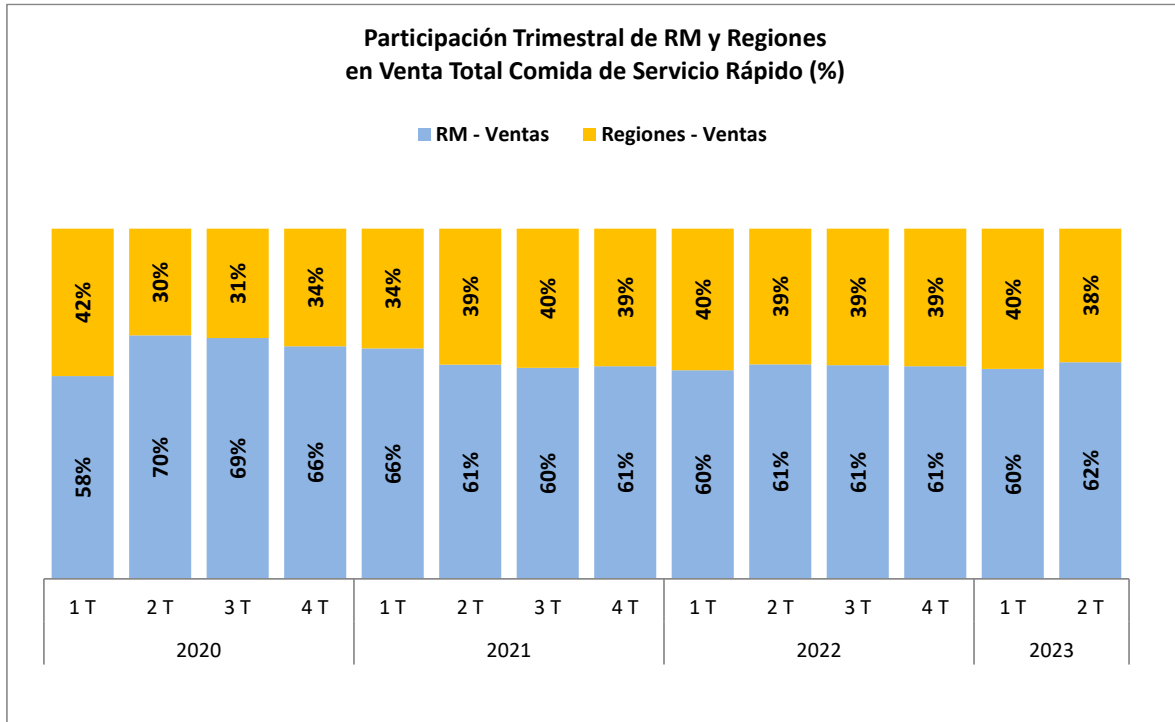
**Índice de Ventas de Comida de Servicio Rápido – Nacional**  
**(Base: Promedio 2019=100)**

Trimestre	Índice Total Locales				Índice Locales Equivalentes			
	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.
<b>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	133,1	-0,5	18,9	18,9	114,1	-1,9	10,0	10,0
2 T	129,7	-2,6	9,2	13,9	115,5	1,2	3,9	6,8

Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Región Metropolitana y Regiones

En cuanto a la composición, se evidencia que durante el segundo trimestre de este año las ventas en regiones representan un 38% del total y la RM un 62%, en línea con los resultados evidenciados en los segundos cuartos de años anteriores.



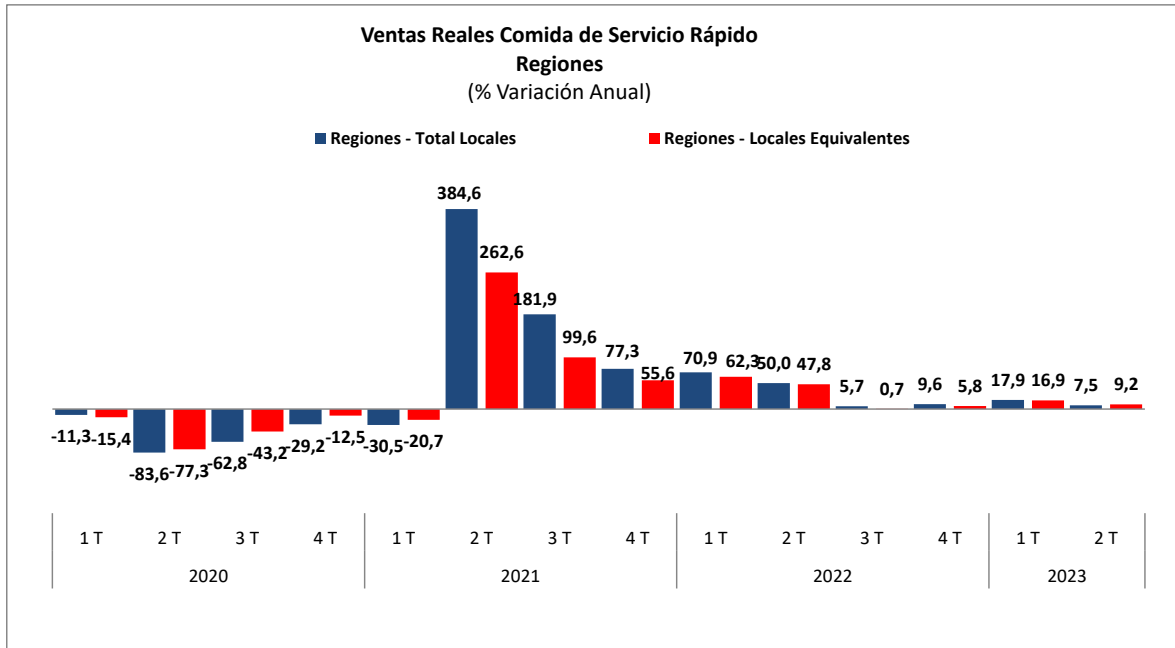
Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Ventas en Regiones

Las ventas reales de comida de servicio rápido en regiones marcaron en el segundo trimestre de 2023 un alza real anual de 7,5% y una baja de 7,1% respecto al trimestre anterior, baja trimestral que es normal al comparar con la temporada estival en regiones. Dado estos resultados, el primer semestre cierra con un incremento real de 12,6%.

Al analizar el comportamiento mensual, abril registra un alza real anual de 12,9%, mayo crece 3% real anual y junio marca un incremento de 6,9% real anual.

En términos de locales equivalentes, las ventas en regiones tuvieron un alza real anual de 9,2% en el segundo trimestre del año y una caída de 5,5% frente al primero. De esta manera, en el período enero-junio se acumula un crecimiento real de 13%.



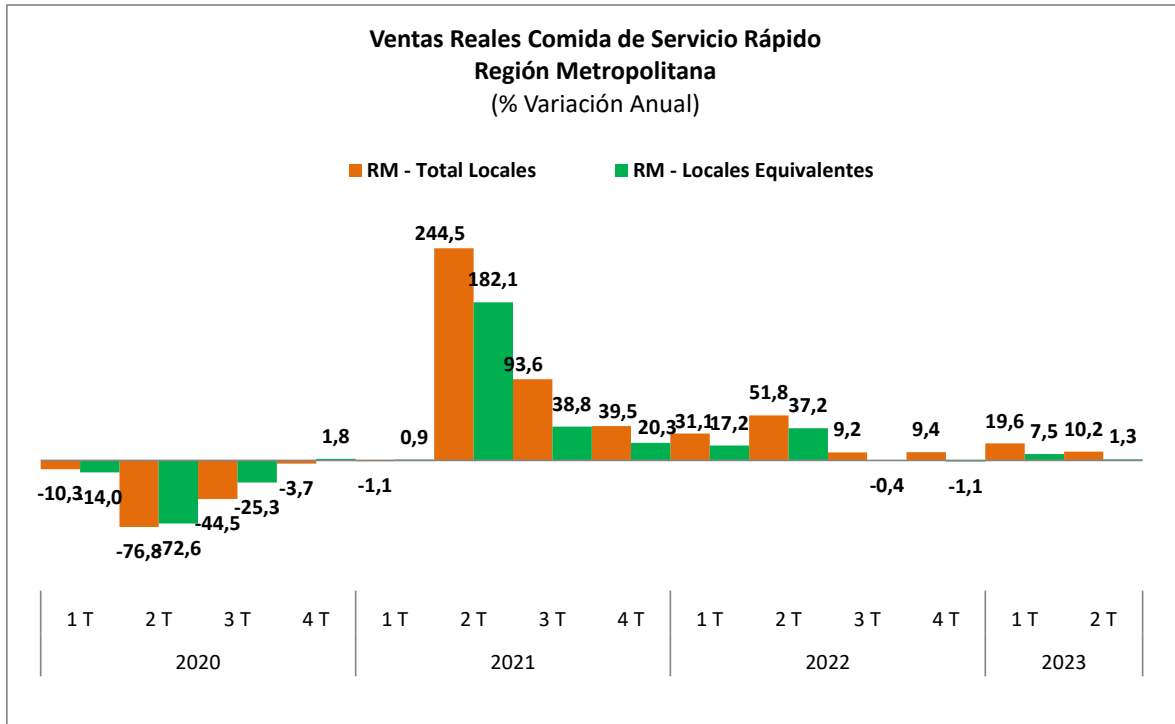
Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Ventas Región Metropolitana

En la Región Metropolitana las ventas reales de comida de servicio rápido marcaron un crecimiento real anual de 10,2% en el segundo trimestre de 2023 y un alza en el margen de 0,5% frente al primer cuarto del año. De esta manera, las ventas cierran el primer semestre con un alza real de 14,7%.

Durante el trimestre, abril marca un aumento real anual de 13%, luego mayo crece un 8,5% real anual y junio marca un alza de 9,3%.

Por su parte, las ventas en términos de locales equivalentes de la Región Metropolitana evidenciaron en el segundo cuarto de este año un incremento real anual de 1,3%, acumulando entre enero y junio un incremento de 4,3% real. Al comparar con el primer trimestre se registra un alza de 3,8%.

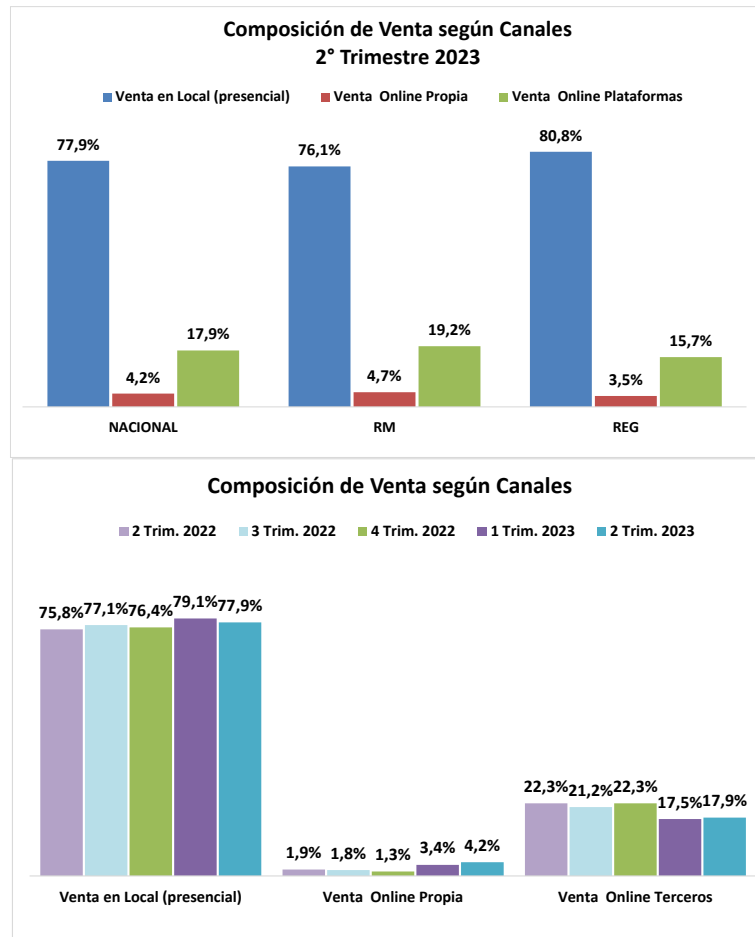


Fuente: Departamento de Estudios CNC

### 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 segundo trimestre de este año, a nivel nacional un 77,9% de las ventas son presenciales, bastante en línea con lo registrado en los trimestres anteriores, luego un 4,2% se realizan a través de canales digitales propios y un 17,9% a través de plataformas externas.

En cuanto a RM y resto de las regiones, se puede ver que la venta presencial pesa levemente más en regiones, alcanzando un 80,8% versus 76,1% en RM. Respecto a la venta online a través de canales propios, en regiones alcanza un 3,5% y en RM un 4,7%. En cuanto a otras plataformas externas, en regiones obtienen una participación de 15,7% de las ventas y en RM un 19,2%.



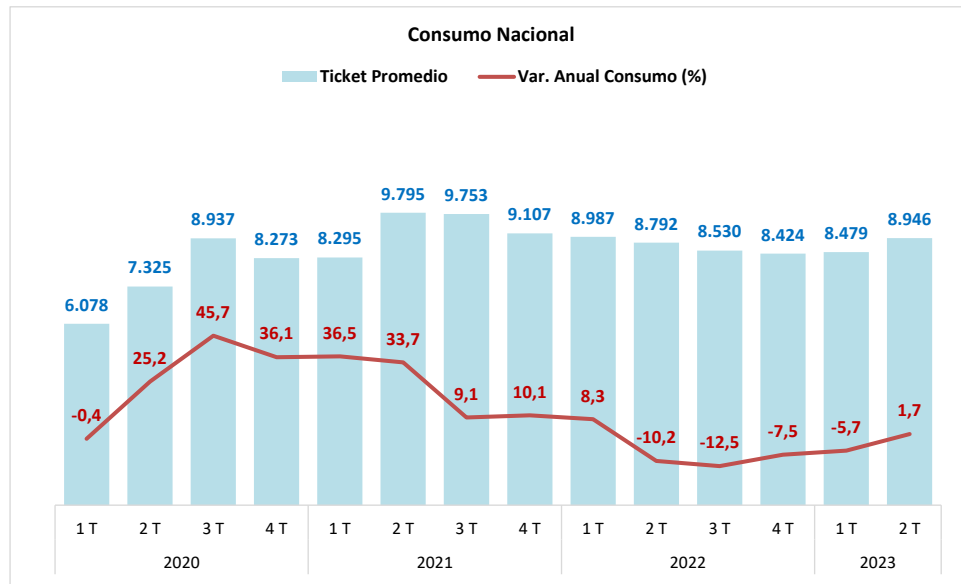
Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Consumo Promedio

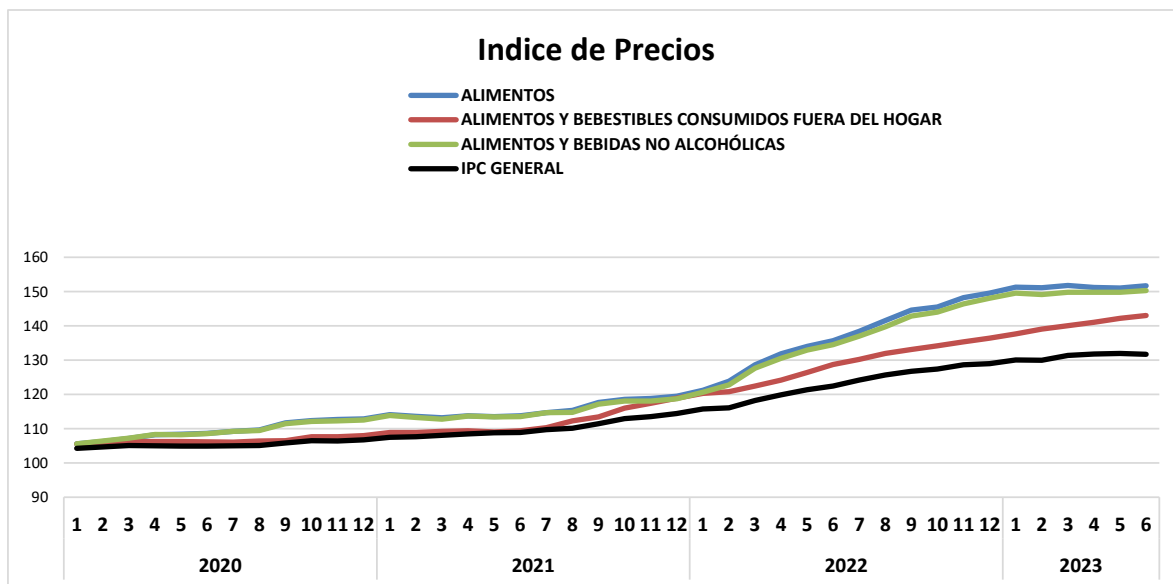
El consumo promedio por boleta (expresado en pesos de junio 2023), alcanzó un valor de \$8.946 en el segundo trimestre de 2023, marcando un alza anual de 1,7% real respecto a igual período de 2022, tras cuatro períodos de caídas. Respecto al trimestre anterior se registró un alza en el margen de 5,5% y, al comparar con igual trimestre de 2019, se evidencia un alza de 52,9%.

En la Región Metropolitana, el consumo promedio por boleta durante el segundo cuarto del año fue de \$9.599 experimentando un aumento de 5,7% real anual y un alza trimestral de 12,6%. Por su parte, en regiones el consumo promedio durante el mismo período alcanzó los \$8.293 cayendo un 2,5% real respecto a igual trimestre de 2022 y marcando una baja de 1,6% respecto al primer cuarto del año.

En cuanto al número de boletas se ve un alza de 15% anual, con un incremento de 15,9% en RM y de 13,6% en regiones. Pero, al comparar con igual trimestre de 2019 el número de boletas aún está por debajo de lo reportado en año previo a la pandemia.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Perspectivas

El índice de servicio de comida rápida da cuenta de un sólido crecimiento real de 9,2% y donde los niveles de ventas sobrepasan también lo reportado en igual trimestre de 2019.

Al comparar con igual trimestre del 2022 se puede ver que el alza en ventas responde principalmente a un mayor número de boletas más que a un aumento en el consumo promedio, sin embargo, frente al período prepandemia aún no se logra igualar el número de boletas y los mayores niveles de venta responden a un fuerte incremento en el consumo promedio, en línea con la mayor presión inflacionaria que ha tenido el sector.

Al ver los resultados en la RM se registra un aumento de 6% en el número de locales, mientras que en regiones se evidencia una baja de 8% en los locales muestreados.

De acuerdo, al análisis de ACHIGA, este considera que, si bien el indicador anual en relación con el segundo trimestre de este año muestra una importante alza respecto al mismo período del 2022, este segundo cuarto del año exhibe una caída respecto al primer cuarto del 2023. En regiones se sigue la misma tendencia que a nivel nacional, con incremento anual pero caída en relación con el primer trimestre del año. Cabe esperar si esto es una caída puntual o si se mantiene en los próximos periodos. Cabe recordar que la base de comparación continúa siendo baja en relación con el año anterior y es una de las razones que explican el alza anual que viene mostrando el reporte.

### Consumo Promedio Trimestral por Boleta (En Pesos, Junio 2023)

Período	Nacional		RM		Regiones	
	Promedio	% Var. Anual	Promedio	% Var. Anual	Promedio	% Var. Anual
Prom. 2016	5.598	3,9	5.866	3,1	5.337	4,8
Prom. 2017	5.961	6,5	6.234	6,3	5.694	6,7
Prom. 2018	5.889	-1,2	6.116	-1,9	5.664	-0,5
Prom. 2019	6.042	2,6	6.232	1,9	5.852	3,3
Prom. 2020	7.653	26,7	8.243	32,3	7.064	20,7
Prom. 2021	9.238	20,7	9.480	15,0	8.996	27,4
Prom. 2022	8.683	-6,0	8.850	-6,6	8.517	-5,3
<b>2018</b>						
1 T	5.974	0,9	6.228	1,4	5.731	0,5
2 T	5.927	0,9	6.171	1,0	5.685	0,8
3 T	5.875	-1,9	6.109	-4,3	5.641	0,7
4 T	5.778	-4,7	5.957	-5,4	5.600	-4,1
<b>2019</b>						
1 T	6.102	2,1	6.224	-0,1	5.980	4,3
2 T	5.851	-1,3	6.066	-1,7	5.636	-0,9
3 T	6.136	4,4	6.376	4,4	5.896	4,5
4 T	6.078	5,2	6.261	5,1	5.895	5,3
<b>2020</b>						
1 T	6.078	-0,4	6.266	0,7	5.891	-1,5



2 T	7.325	25,2	7.858	29,5	6.791	20,5
3 T	8.937	45,7	10.251	60,8	7.623	29,3
4 T	8.273	36,1	8.595	37,3	7.950	34,9
<b>2021</b>						
1 T	8.295	36,5	8.278	32,1	8.313	41,1
2 T	9.795	33,7	10.238	30,3	9.351	37,7
3 T	9.753	9,1	9.961	-2,8	9.546	25,2
4 T	9.107	10,1	9.441	9,8	8.773	10,4
<b>2022</b>						
1 T	8.987	8,3	9.222	11,4	8.752	5,3
2 T	8.792	-10,2	9.079	-11,3	8.505	-9,0
3 T	8.530	-12,5	8.517	-14,5	8.543	-10,5
4 T	8.424	-7,5	8.582	-9,1	8.267	-5,8
<b>2023</b>						
1 T	8.479	-5,7	8.528	-7,5	8.430	-3,7
2 T	8.946	1,7	9.599	5,7	8.293	-2,5

Fuente: Departamento de Estudios CNC