

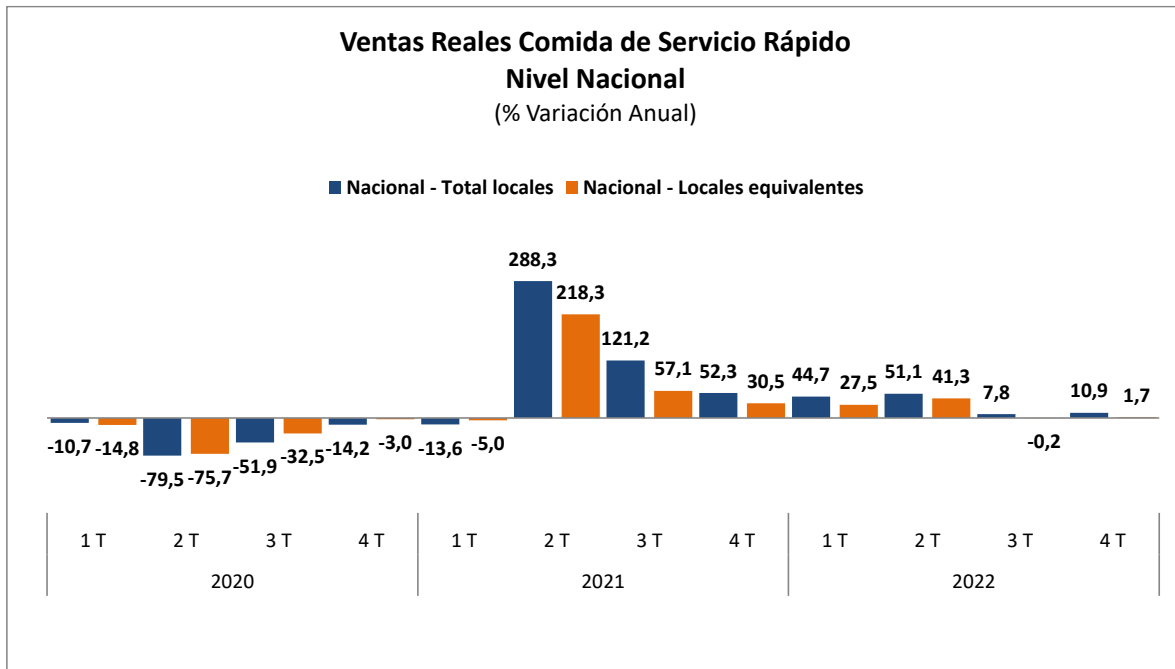
INDICADOR DE COMIDA DE SERVICIO RÁPIDO CUARTO TRIMESTRE 2022

Nivel Nacional

Las ventas reales de comida de servicio rápido a nivel nacional, según el indicador de la Asociación Chilena de Gastronomía (ACHIGA), elaborado por el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), registraron un alza de 10,9% real anual en el cuarto trimestre del 2022, cerrando de esta manera el año pasado con un crecimiento real de 24,7%. Respecto al tercer cuarto de este año, las ventas suben un 7,1%¹.

Con respecto a los meses del cuarto trimestre del año, octubre marca un alza anual de 10,6%, luego noviembre crece un 6,8% real anual y diciembre evidencia un incremento de 14,7% anual.

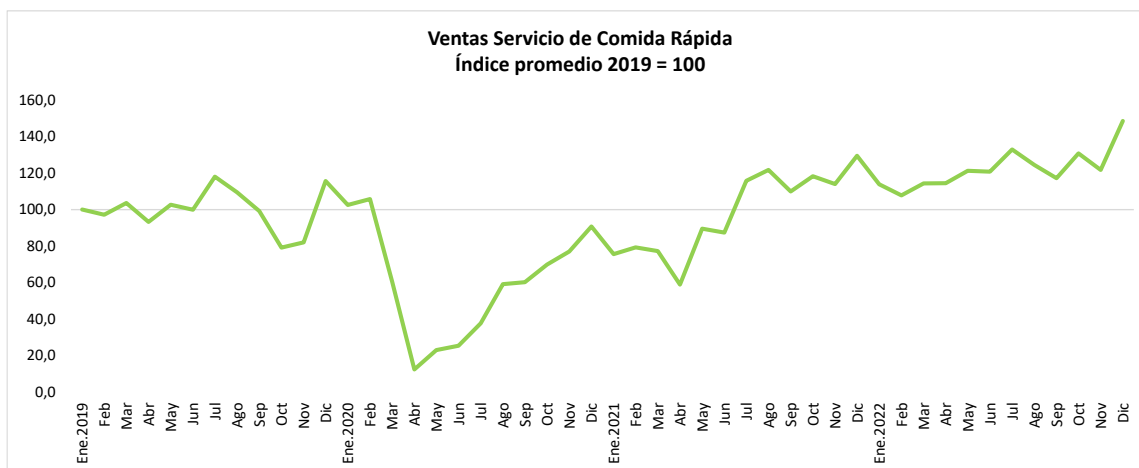
Por su parte, en términos de locales equivalentes (concepto de same sale store), se evidencia un crecimiento de 1,7% real anual en el cuarto trimestre de 2022, 2,3% sobre el tercero y terminando así el 2022 con un alza de 14,6% real.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

La evolución del índice de ventas (promedio 2019=100) muestra la recuperación del sector durante el 2022, en línea con el sector servicios que destacó dentro del IMACEC durante el año pasado. El índice real marcó en diciembre niveles históricos en ventas cerrando también el 2022 con un nivel muy por encima de los años anteriores a la pandemia.

¹ Se corrigió la cifra del tercer trimestre.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

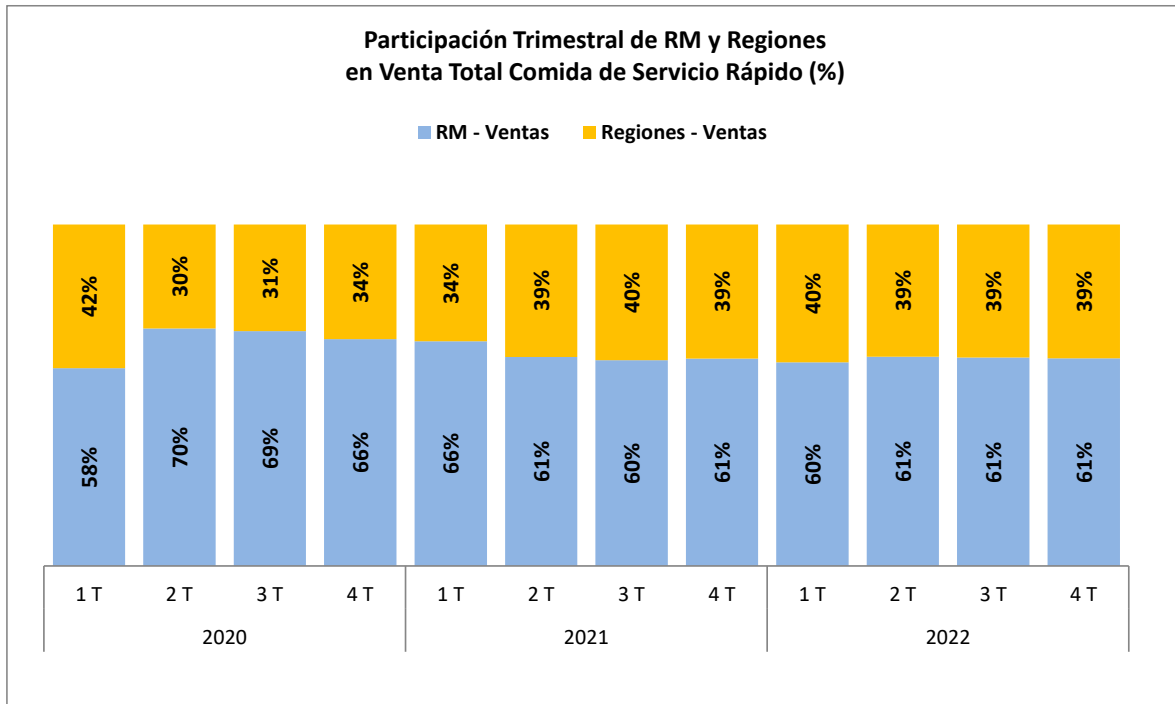
Índice de Ventas de Comida de Servicio Rápido – Nacional
(Base: Promedio 2019=100)

Trimestre	Índice Total Locales				Índice Locales Equivalentes			
	Índice Real	Var. % Trimestral	Var. % Anual	Var. % Acum.	Índice Real	Var. % Trimestral	Var. % Anual	Var. % Acum.
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
4 T	79,2	51,3	-14,2	-39,7	87,6	21,0	-3,0	-32,4
2021								
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
2022								
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	116,2	2,3	1,7	14,6

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Región Metropolitana y Regiones

En cuanto a la composición de las ventas se evidencia que durante el cuarto trimestre de este año las ventas en regiones representan un 39% del total y la RM un 61% en línea con los resultados anteriores.



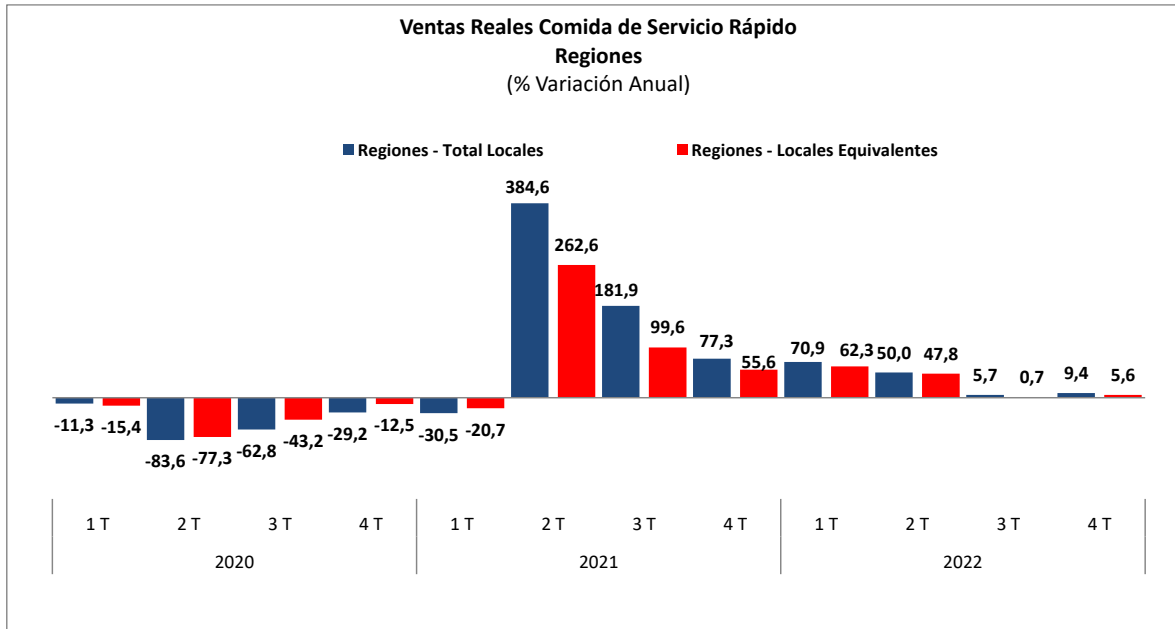
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas en Regiones

Las ventas reales de comida de servicio rápido en regiones marcaron en el cuarto trimestre de 2022 un alza real anual de 9,4%, cerrando el año con un aumento real de 27,3%. Respecto al tercer trimestre el indicador marca un crecimiento de 6,5%.

Al analizar el comportamiento mensual, octubre registra un alza real anual de 8,9%, luego noviembre crece un 4,3% y diciembre marcan un fuerte incremento de 14,2% real anual.

En términos de locales equivalentes, las ventas en regiones tuvieron un alza real anual de 5,6% en el cuarto trimestre del año y un aumento de 6,6% frente al tercer cuarto. El 2022 termina entonces con un alza real de 23% en locales equivalentes.



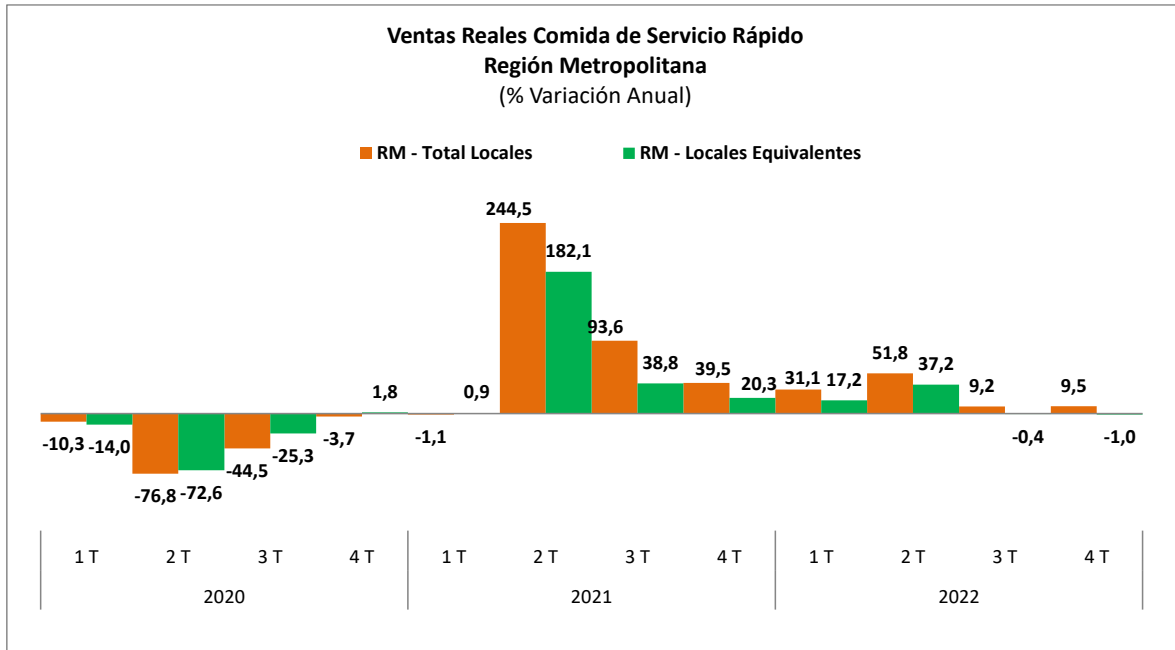
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas Región Metropolitana

En la Región Metropolitana las ventas reales de comida de servicio rápido marcaron un crecimiento real anual de 9,5% en el cuarto trimestre de 2022, cerrando de esta manera el año pasado con un alza real de 22,4%. Si comparamos con el tercer trimestre, las ventas evidencian un alza de 5,2%.

Durante el trimestre, octubre marca un aumento real anual de 10,7%, luego noviembre sube un 5,8% real anual y diciembre marca un alza real anual de 11,8%.

Por su parte, las ventas en términos de locales equivalentes de la Región Metropolitana evidenciaron en el cuarto trimestre del año pasado una leve baja de -1,0% real anual y una caída marginal de 0,5% contra el tercer trimestre. De esta manera el 2022 cierra en términos de locales equivalente con un alza de 11% real.

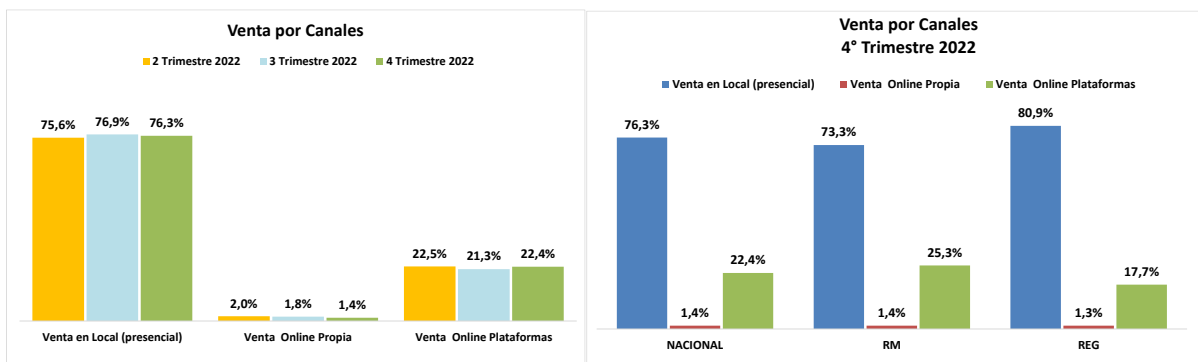


Fuente: Departamento de Estudios CNC

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 a nivel nacional en el cuarto trimestre del año pasado un 76,3% de las ventas son presenciales, un 1,4% se realizan a través de plataformas digitales propias y un 22,4% a través de plataformas externas, es decir en total un 23,8% de las ventas son digitales. Los resultados están en línea con lo registrado en los dos trimestres anteriores.

En cuanto a RM y resto de las regiones, se puede ver que en la primera el peso de las plataformas digitales (tanto propias como externas) es mayor, alcanzando un 26,7% de las ventas versus regiones donde se llega a un 19%.

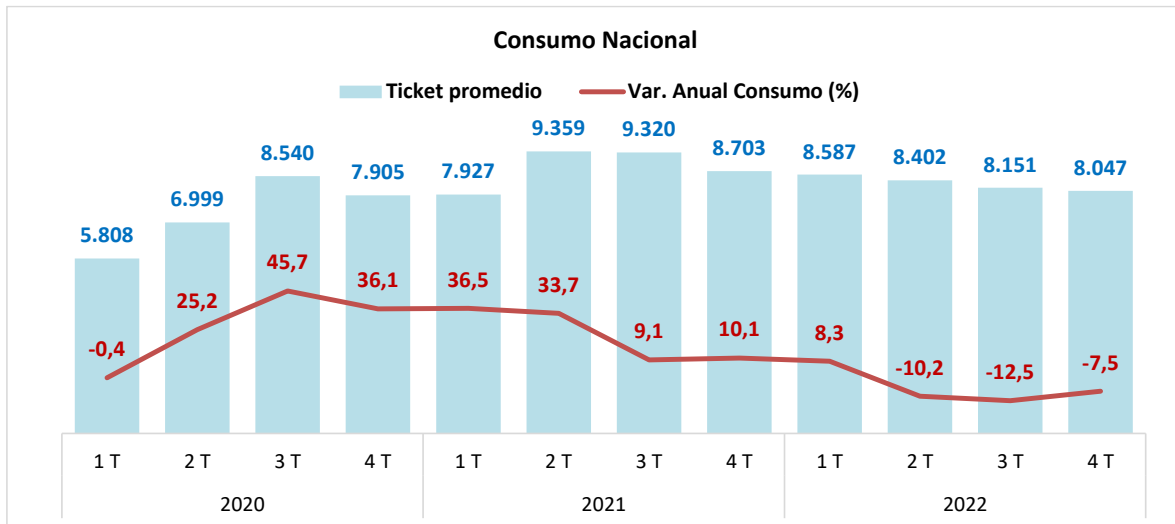


Fuente: Departamento de Estudios CNC

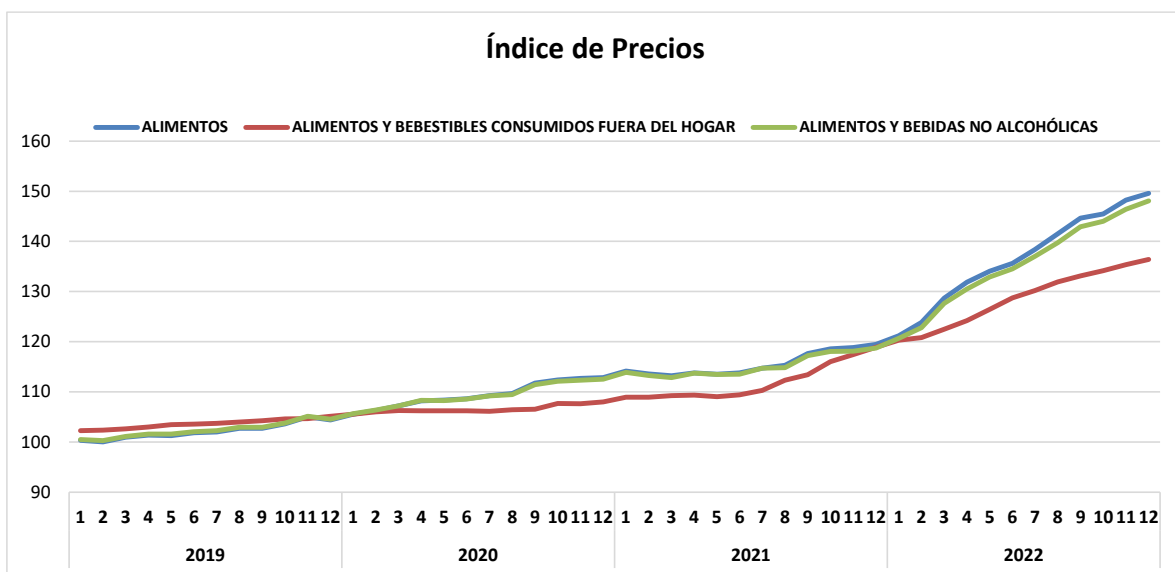
Consumo Promedio

El consumo promedio por boleta (expresado en pesos de diciembre 2022) alcanzó un valor de \$8.047 en el cuarto trimestre de 2022, lo que significa una baja anual de 7,5% real respecto a igual período de 2021, marcando un tercer período de caída y una baja de 1,3% respecto al trimestre anterior. De esta manera el 2022 cierra con un consumo promedio de \$8.297, cayendo 6% real frente al 2021, sin embargo, al comparar con 2019 es un 43,7% superior.

En la Región Metropolitana, el consumo promedio por boleta durante el último cuarto del año fue de \$8.202 experimentando una caída de 9,1% real anual y un alza trimestral de 0,8%. Por su parte, en regiones el consumo promedio durante el mismo período alcanzó los \$7.892 cayendo un 5,9% real respecto a igual trimestre de 2021 y marcando una caída de 3,3% respecto al tercer cuarto del año.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

**Consumo Promedio Trimestral por Boleta
(En pesos, diciembre 2022)**

Período	Nacional		RM		Regiones	
	Promedio	% Var. Anual	Promedio	% Var. Anual	Promedio	% Var. Anual
Prom. 2015	5.147		5.435		4.865	
Prom. 2016	5.350	3,9	5.605	3,1	5.099	4,8
Prom. 2017	5.696	6,5	5.956	6,3	5.441	6,7
Prom. 2018	5.627	-1,2	5.844	-1,9	5.412	-0,5
Prom. 2019	5.773	2,6	5.955	1,9	5.591	3,3
Prom. 2020	7.313	26,7	7.876	32,3	6.750	20,7
Prom. 2021	8.827	20,7	9.058	15,0	8.596	27,4
Prom. 2022	8.297	-6,0	8.457	-6,6	8.136	-5,3
2018						
1 T	5.708	0,9	5.951	1,4	5.476	0,5
2 T	5.664	0,9	5.897	1,0	5.432	0,8
3 T	5.614	-1,9	5.837	-4,3	5.391	0,7
4 T	5.521	-4,7	5.692	-5,4	5.351	-4,1
2019						
1 T	5.831	2,1	5.947	-0,1	5.714	4,3
2 T	5.591	-1,3	5.796	-1,7	5.385	-0,9
3 T	5.863	4,4	6.092	4,4	5.634	4,5
4 T	5.808	5,2	5.983	5,1	5.633	5,3
2020						
1 T	5.808	-0,4	5.988	0,7	5.629	-1,5
2 T	6.999	25,2	7.509	29,5	6.489	20,5
3 T	8.540	45,7	9.796	60,8	7.284	29,3
4 T	7.905	36,1	8.213	37,3	7.597	34,9
2021						
1 T	7.927	36,5	7.910	32,1	7.943	41,1
2 T	9.359	33,7	9.783	30,3	8.935	37,7
3 T	9.320	9,1	9.518	-2,8	9.122	25,2
4 T	8.703	10,1	9.022	9,8	8.383	10,4
2022						
1 T	8.587	8,3	8.812	11,4	8.363	5,3
2 T	8.402	-10,2	8.676	-11,3	8.127	-9,0
3 T	8.151	-12,5	8.138	-14,5	8.163	-10,5
4 T	8.047	-7,5	8.202	-9,1	7.892	-5,9

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

El índice de servicio de comida rápida se acelera en el último trimestre, cerrando de esta manera el 2022 con un alza real de 24,7%, alza que se debe en parte a un tema de baja base de comparación ya que el 2021 se mantuvieron confinamientos y restricciones debido a la pandemia que afectaron fuertemente al sector. El número de boletas creció un 33,1% el año pasado, dando cuenta de este mayor flujo, mientras que el consumo promedio cayó en términos reales.

Sin embargo, el resultado va más allá de un tema de base de comparación, ya que se alcanzaron niveles de venta por encima de los años prepandemia. Pero este incremento, al comparar con años previos a la pandemia, se debe principalmente al significativo aumento en el consumo promedio, dada la presión inflacionaria y mayores costos que han incrementado los precios finales, mientras que el número de boletas aún no logra alcanzar los niveles del 2019.

Respecto al número de locales, si bien se ha recuperado tras la pandemia, aún hay un 10,6% menos que lo reportado previo a la pandemia.