

INDICADOR DE COMIDA DE SERVICIO RÁPIDO PRIMER TRIMESTRE 2025

Resumen Ejecutivo

Durante el primer trimestre de 2025, las ventas reales de comida de servicio rápido a nivel nacional registraron un crecimiento anual de 2,1%, según el indicador de ACHIGA, elaborado por el Departamento de Estudios de la CNC. Si bien el resultado se mantiene en terreno positivo, representa una desaceleración frente a los trimestres anteriores y confirma una tendencia a la baja en el dinamismo del sector. El alza observada en el período responde principalmente a un mayor número de boletas en comparación con 2024, ya que el consumo promedio por transacción mostró una contracción.

La principal diferencia se dio entre regiones y la Región Metropolitana. Mientras las regiones anotaron un sólido incremento anual de 16,4%, impulsadas por un aumento de 8,4% en el número de locales, la Región Metropolitana evidenció una caída de 6,7%, tanto en ventas totales como en locales equivalentes. Este contraste refleja que el dinamismo del sector se ha desplazado fuera de la capital, influido por la temporada estival y una mayor inversión en infraestructura regional. Las regiones además aumentaron su participación en las ventas totales, alcanzando un 43% del total nacional, cuatro puntos porcentuales más que el trimestre anterior y por sobre los niveles históricos. En cuanto a los canales de venta, se mantiene una alta participación del canal presencial, mientras que las ventas digitales, tanto a través de plataformas propias como externas, no mostraron variaciones significativas, consolidándose como un complemento al canal tradicional.

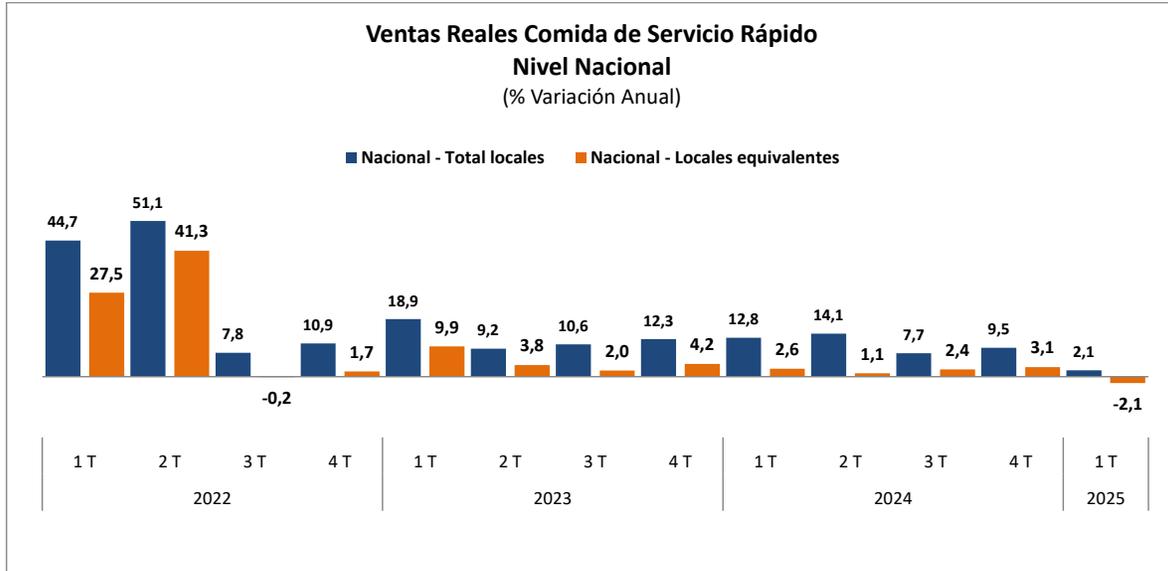
En conclusión, el sector de comida de servicio rápido enfrenta un escenario de moderado crecimiento agregado, pero con señales de debilitamiento en el consumo promedio y en las ventas por local equivalente. El protagonismo que están tomando las regiones contrasta con la contracción observada en la RM, marcando un punto de inflexión tras más de tres años de crecimiento en la capital. Este cambio plantea tanto desafíos como oportunidades para los distintos actores del sector, y refuerza la necesidad de seguir monitoreando la evolución del consumo regional, especialmente en un contexto económico marcado por la cautela de los hogares y la desaceleración de la demanda interna.

Resultados Nivel Nacional

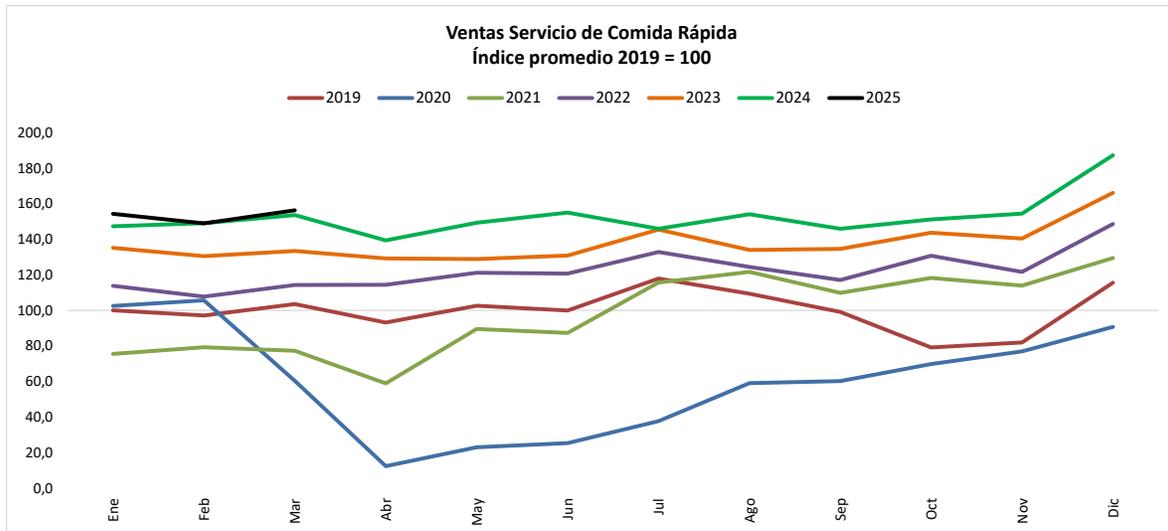
Las ventas reales de comida de servicio rápido a nivel nacional, según el indicador de la Asociación Chilena de Gastronomía (ACHIGA), elaborado por el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, registraron un alza de 2,1% real anual en el primer trimestre del 2025, resultado menor a lo registrado en trimestre anterior y dando cuenta de una tendencia negativa en los últimos tres períodos.

Con respecto a los resultados de cada mes, enero destaca con un alza real anual de 4,7%, luego febrero marca una baja en el margen de 0,1%, en parte por efecto calendario, y finalmente marzo evidencia un incremento de 1,7% real anual.

Por su parte, en términos de locales equivalentes (concepto de same sale store), se evidencia una baja real anual de 2,1% en el primer trimestre, donde enero crece 1,4%, mientras que febrero y marzo dan cuenta de bajas reales anuales de 5,0% y 2,7% respectivamente.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

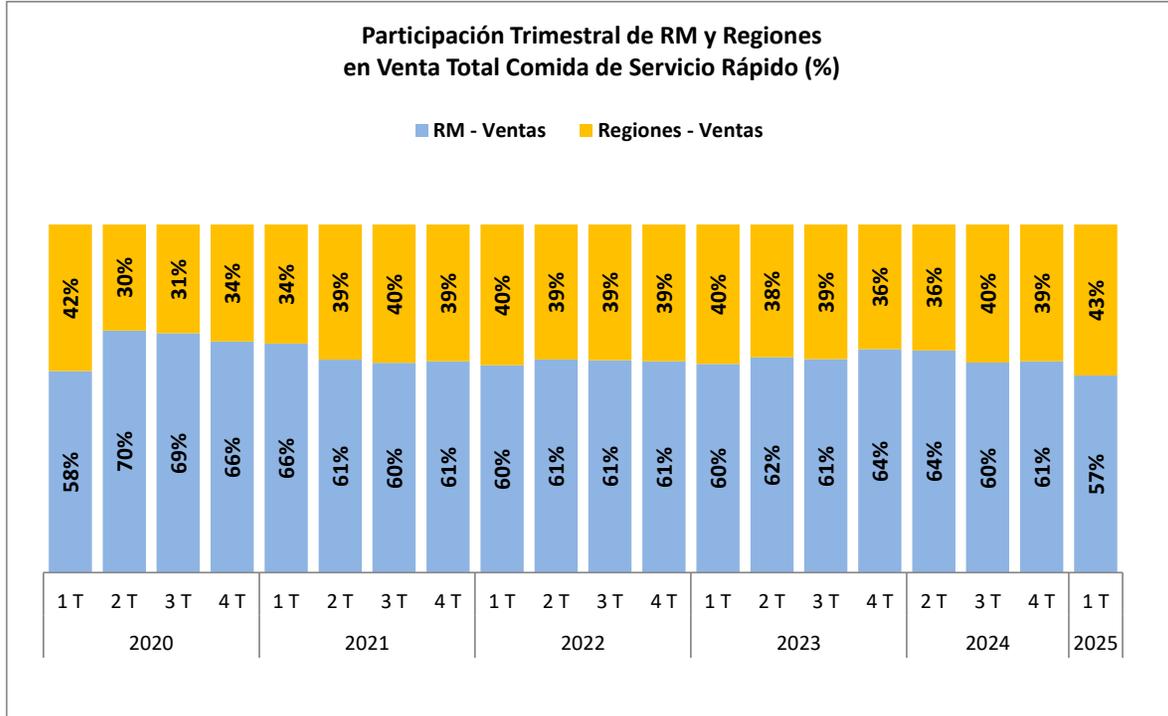
Índice de Ventas de Comida de Servicio Rápido – Nacional (Base: Promedio 2019=100)

Trimestre	Índice Total Locales				Índice Locales Equivalentes			
	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.
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	116,3	2,4	1,7	14,6
2023								
1 T	133,1	-0,5	18,9	18,9	114,0	-2,0	9,9	9,9
2 T	129,7	-2,6	9,2	13,9	115,5	1,3	3,8	6,7
3 T	138,1	6,5	10,6	12,7	115,8	0,3	2,0	5,1
4 T	150,2	8,7	12,3	12,6	121,2	4,6	4,2	4,9
2024								
1 T	150,1	0,0	12,8	12,8	116,9	-3,5	2,6	2,6
2 T	148,0	-1,4	14,1	13,4	116,7	-0,2	1,1	1,8
3 T	148,7	0,5	7,7	11,4	118,5	1,5	2,4	2,0
4 T	164,4	10,5	9,5	10,9	125,0	5,4	3,1	2,3
2025								
1 T	153,3	-6,8	2,1	2,1	114,4	-8,4	-2,1	-2,1

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Distribución Ventas Región Metropolitana y Regiones

En cuanto a la composición de las ventas, se evidencia que durante el primer cuarto del año las regiones representaron un 43% del total y la RM un 57%, subiendo 4 pp. el peso de regiones frente al período anterior, respondiendo en parte a la época estival que suele aumentar la participación de las ventas en regiones, destacando eso sí una mayor participación respecto a años anteriores. Este cambio puede estar respondiendo, en parte, a un aumento en el número de locales en regiones, con un alza de 8,4% versus RM donde no hubo un cambio significativo en la cantidad de locales.



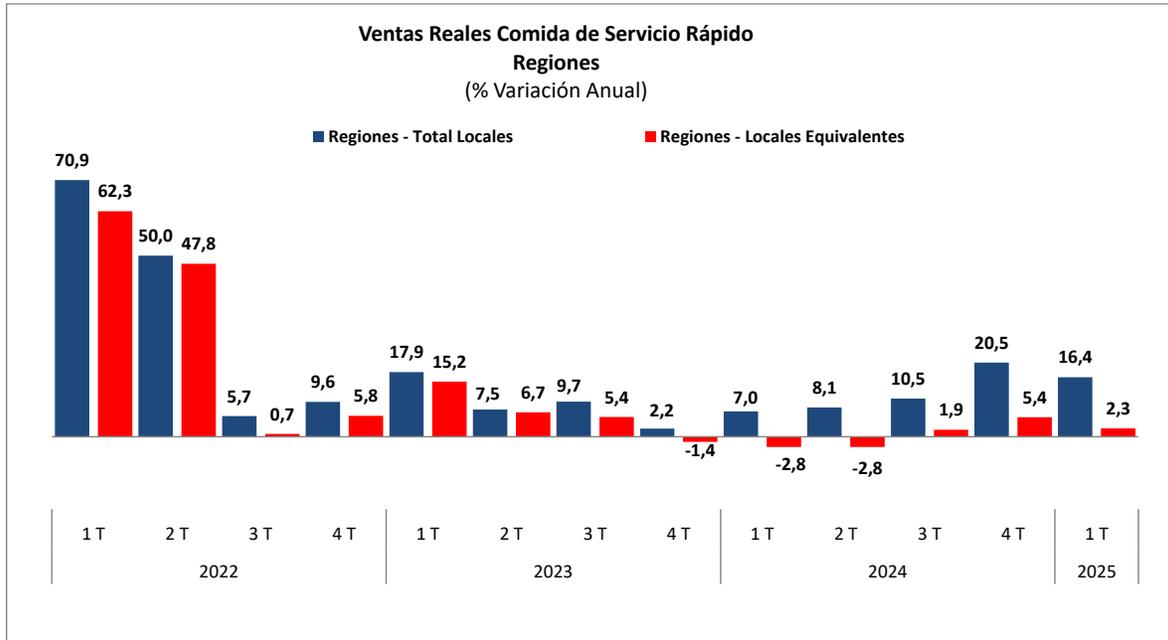
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas en Regiones

Las ventas reales de comida de servicio rápido en regiones, influidas por un crecimiento en el número de locales, marcaron en el primer trimestre de 2025 un alza real anual de 16,4%, tras haber crecido 20,5% en el último cuarto de 2024.

Al analizar el comportamiento mensual, enero registra un alza anual de 18,6%, luego febrero registró un crecimiento de 15,7% y marzo un incremento real anual de 15,1%.

En términos de locales equivalentes, las ventas en regiones tuvieron un crecimiento real anual de 2,3% en el primer trimestre del año, con un alza real anual de 6,3% en enero y incrementos de 0,6% y 0,1% en febrero y marzo respectivamente.



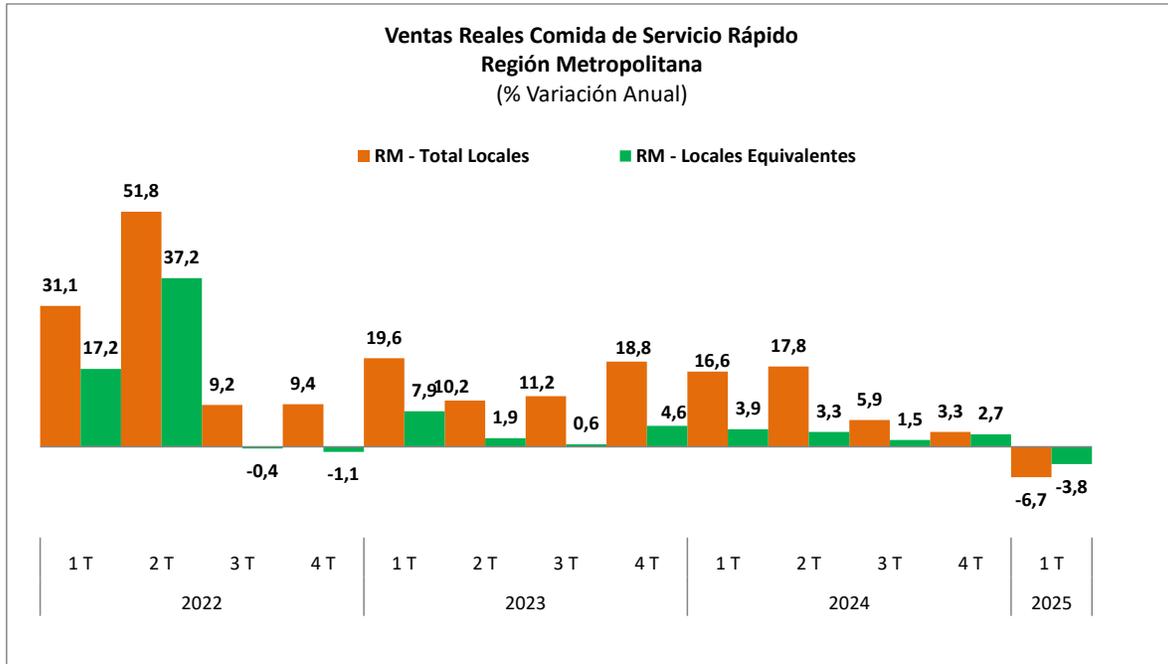
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas Región Metropolitana

En la Región Metropolitana las ventas reales de comida de servicio rápido marcaron una baja real anual de 6,7% en el primer trimestre de 2025, resultado negativo tras quince períodos de alzas.

Durante el trimestre, enero marcó una caída de 3,9% real anual, febrero una baja de 10,2% y marzo se contrajo 6% real anual.

Por su parte, las ventas en términos de locales equivalentes de la Región Metropolitana evidenciaron en el primer cuarto del año una baja de 3,8% real anual, con caídas de 0,6%, 7,2% y 3,5% en cada uno de los tres primeros meses del año.

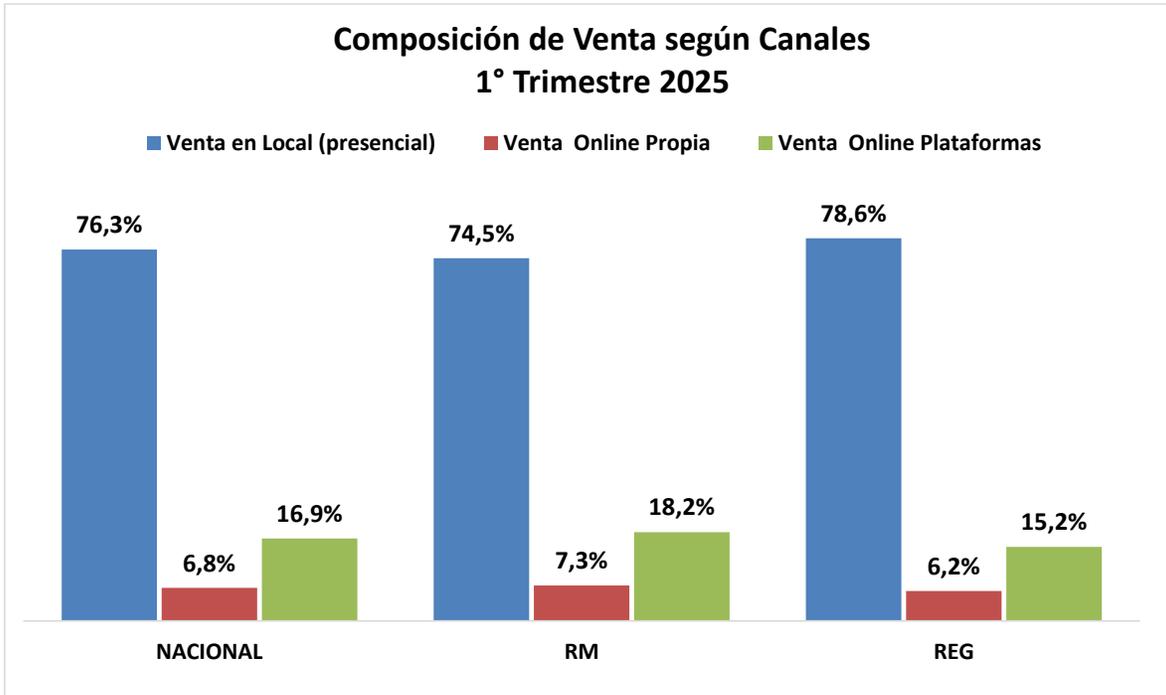


Fuente: Departamento de Estudios CNC

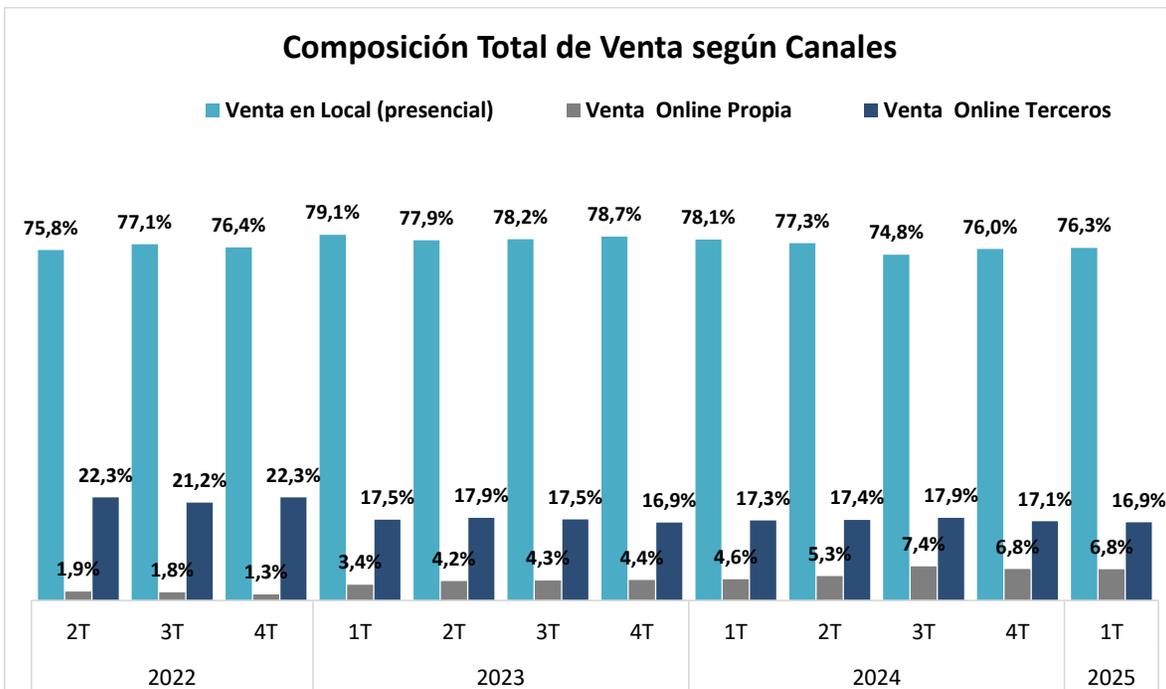
Canal de Ventas

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 2025, a nivel nacional un 76,3% de las ventas son presenciales, en línea con lo registrado en el trimestre anterior, luego un 6,8% se realizan a través de canales digitales propios y un 16,9% a través de plataformas externas.

En cuanto a RM y resto de las regiones, se puede ver que la venta presencial continúa pesando levemente más en regiones, alcanzando un 78,6% versus 74,5% en RM. Respecto a la venta online a través de canales propios, en regiones alcanza un 6,2% y en RM un 7,3%, en línea con el periodo anterior. En cuanto a otras plataformas externas, en regiones obtienen una participación de 15,2% de las ventas y en RM un 18,2%, sin mayores variaciones respecto a los períodos anteriores.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



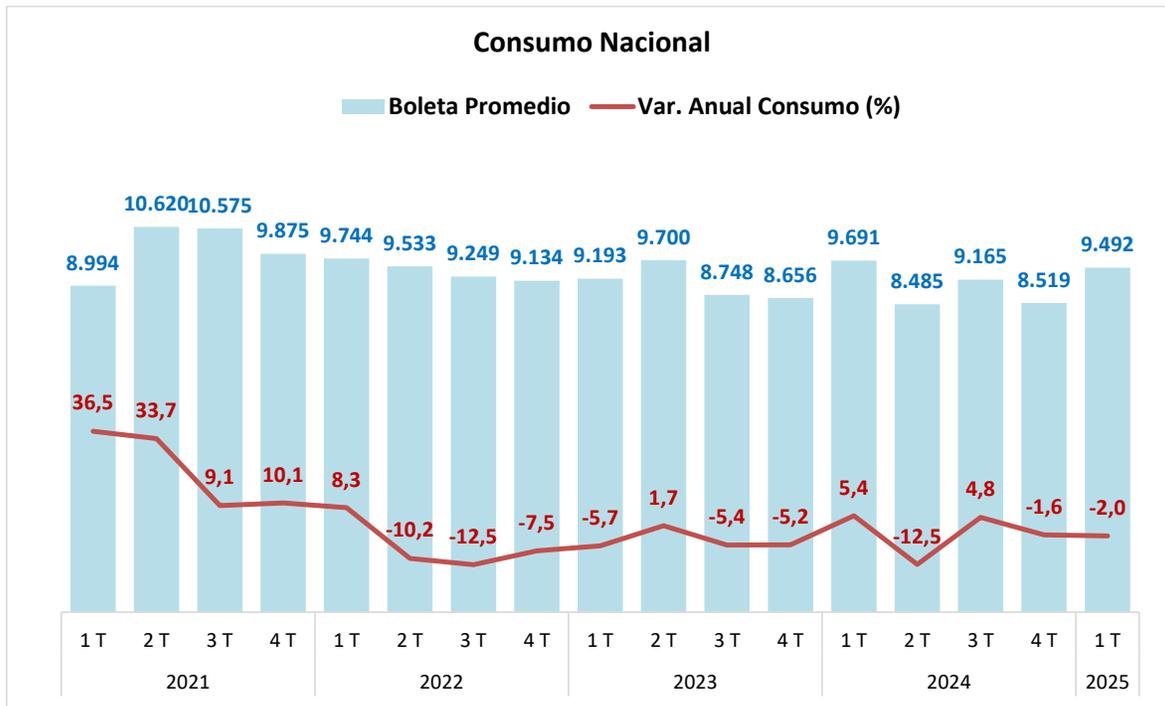
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Consumo Promedio

El consumo promedio por boleta (expresado en pesos de marzo 2025) alcanzó los \$9.492 cayendo un 2,0% real respecto a igual trimestre de 2024 y dando cuenta de un alza trimestral de 11,4%.

En la Región Metropolitana, el consumo promedio por boleta durante el primer cuarto del año fue de \$10.290 experimentando una baja de 2,5% anual y un incremento de 18,9% trimestral. Por su parte, en regiones el consumo promedio durante el mismo período alcanzó los \$8.695, cayendo un 1,5% real respecto a igual trimestre de 2024 y marcando un alza de 3,7% respecto al trimestre anterior.

En cuanto al número de boletas se ve un alza de 2,6% anual, con un incremento de 9,1% en regiones y una baja de 1,9% en RM.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

**Consumo Promedio Trimestral por Boleta
(En Pesos, marzo 2025)**

Período	Nacional		RM		Regiones	
	Promedio	% Var.	Promedio	% Var.	Promedio	% Var.
Prom. 2016	6.070	3,9	6.360	3,1	5.786	4,8
Prom. 2017	6.464	6,5	6.759	6,3	6.174	6,7
Prom. 2018	6.385	-1,2	6.632	-1,9	6.142	-0,5
Prom. 2019	6.551	2,6	6.757	1,9	6.345	3,3
Prom. 2020	8.298	26,7	8.937	32,3	7.659	20,7
Prom. 2021	10.016	20,7	10.278	15,0	9.754	27,4
Prom. 2022	9.415	-6,0	9.596	-6,6	9.234	-5,3
Prom. 2023	9.074	-3,6	9.298	-3,1	8.851	-4,2
Prom. 2024	8.965	-1,2	9.425	1,4	8.505	-3,9
2020						
1 T	6.591	-0,4	6.794	0,7	6.387	-1,5
2 T	7.942	25,2	8.520	29,5	7.364	20,5
3 T	9.690	45,7	11.115	60,8	8.266	29,3
4 T	8.970	36,1	9.320	37,3	8.620	34,9
2021						
1 T	8.994	36,5	8.976	32,1	9.013	41,1
2 T	10.620	33,7	11.101	30,3	10.139	37,7
3 T	10.575	9,1	10.800	-2,8	10.350	25,2
4 T	9.875	10,1	10.237	9,8	9.513	10,4
2022						
1 T	9.744	8,3	9.999	11,4	9.489	5,3
2 T	9.533	-10,2	9.845	-11,3	9.222	-9,0
3 T	9.249	-12,5	9.235	-14,5	9.263	-10,5
4 T	9.134	-7,5	9.305	-9,1	8.964	-5,8
2023						
1 T	9.193	-5,7	9.246	-7,5	9.140	-3,7
2 T	9.700	1,7	10.408	5,7	8.992	-2,5
3 T	8.748	-5,4	8.745	-5,3	8.750	-5,5
4 T	8.656	-5,2	8.792	-5,5	8.520	-4,9
2024						
1 T	9.691	5,4	10.553	14,1	8.829	-3,4
2 T	8.485	-12,5	8.638	-17,0	8.333	-7,3
3 T	9.165	4,8	9.856	12,7	8.475	-3,1
4 T	8.519	-1,6	8.653	-1,6	8.384	-1,6
2025						
1 T	9.492	-2,0	10.290	-2,5	8.695	-1,5

Fuente: Departamento de Estudios CNC