

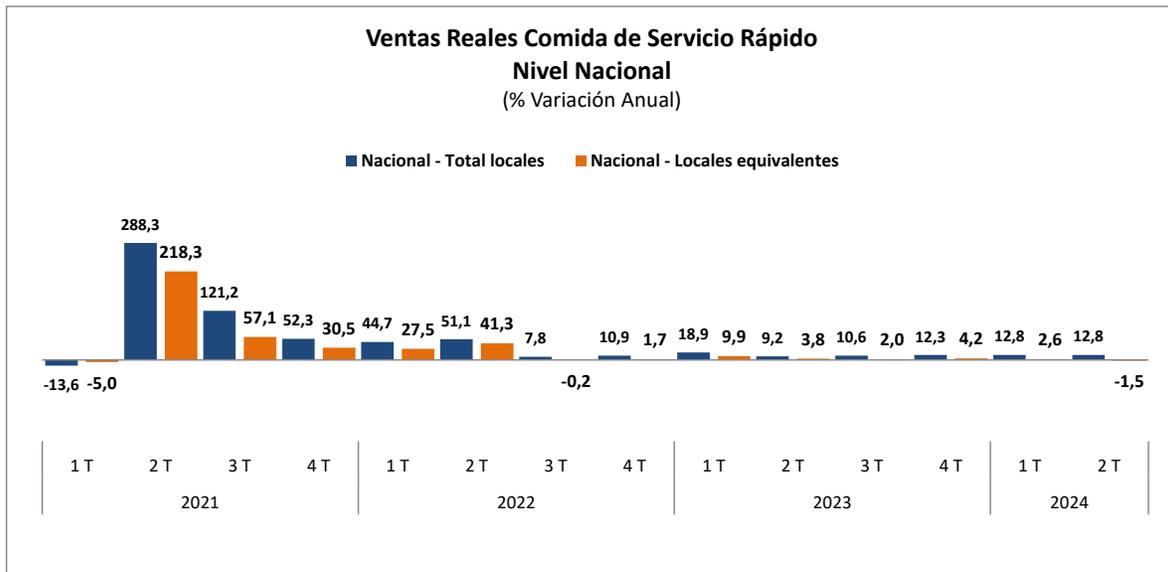
## INDICADOR DE COMIDA DE SERVICIO RÁPIDO SEGUNDO TRIMESTRE 2024

### Nivel Nacional

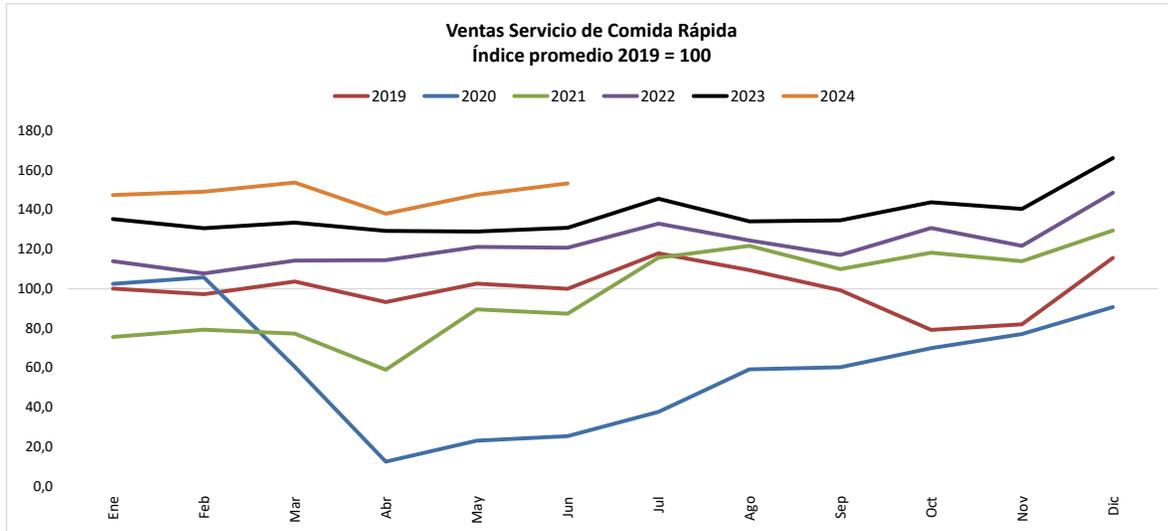
Las ventas reales de comida de servicio rápido a nivel nacional, según el indicador de la Asociación Chilena de Gastronomía (ACHIGA), elaborado por el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, registraron un alza de 12,8% real anual en el segundo trimestre del 2024, en línea con los resultados del primer cuarto y marcando una tendencia bastante plan desde el tercer trimestre de 2023. De esta manera el primer semestre cierra con un crecimiento real de 12,8%.

Con respecto a los resultados de cada mes, las alzas fueron de menos a más, donde abril marcó un aumento anual de 6,7%, luego mayo creció 14,5% real anual y junio registró un incremento de 17,2% real anual.

Por su parte, en términos de locales equivalentes (concepto de same sale store), se evidencia una baja de 1,5%, donde abril cae 6,2%, mientras que mayo marca un nulo incremento y junio crece 2%. Los resultados en locales equivalentes están influidos por una mayor apertura de locales, sobre todo en abril al comparar con 2023 lo que produce una canibalización en las ventas del sector.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

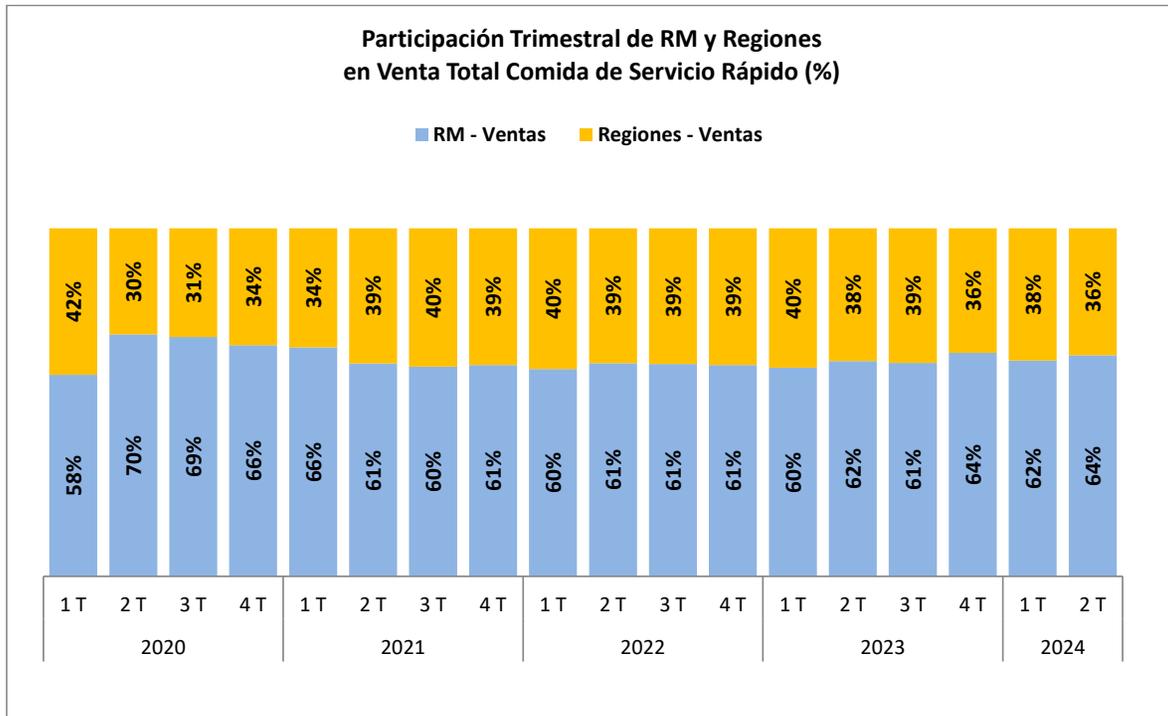
**Índice de Ventas de Comida de Servicio Rápido – Nacional**  
**(Base: Promedio 2019=100)**

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	114,0	-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
<b>2024</b>								
1 T	150,1	0,0	12,8	12,8	116,9	-3,5	2,6	2,6
2 T	146,3	-2,5	12,8	12,8	113,8	-2,7	-1,5	0,5

Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Región Metropolitana y Regiones

En cuanto a la composición de las ventas, se evidencia que durante el segundo cuarto del año las regiones representaron un 36% del total y la RM un 64%, subiendo 2 pp. el peso de la RM frente al período anterior, en parte, por el fin de la temporada estival que suele aumentar la participación de las ventas en regiones en el primer cuarto.



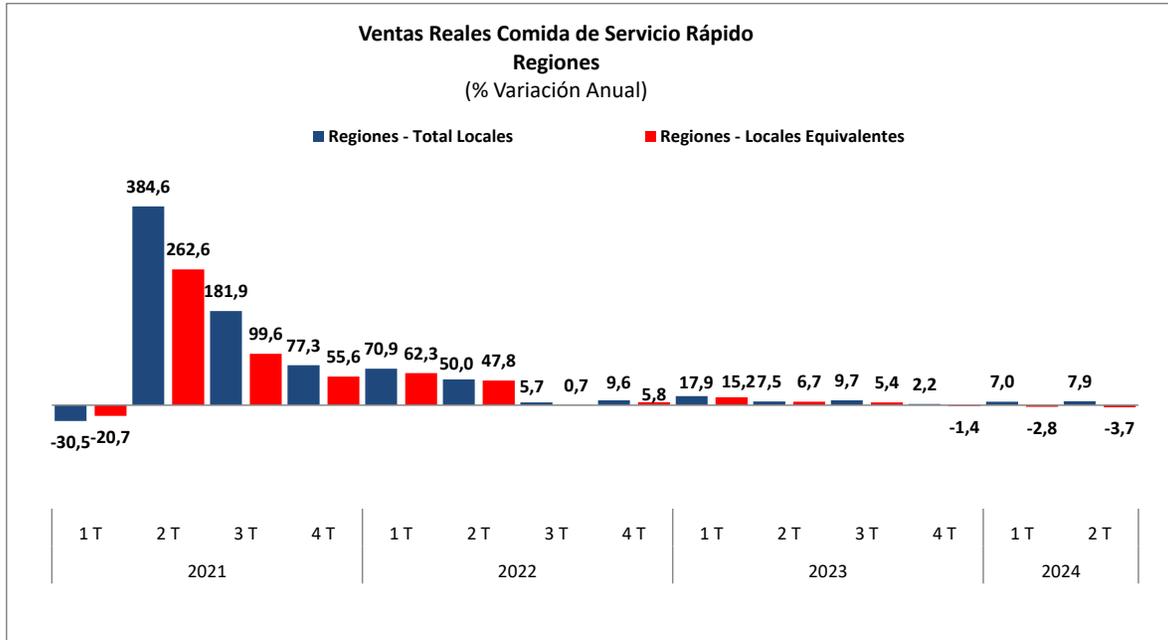
Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Ventas en Regiones

Las ventas reales de comida de servicio rápido en regiones marcaron en el segundo trimestre de 2024 un alza real anual de 7,9% tras haber crecido 7% en el primer cuarto y cerrando el primer semestre con un aumento de 7,4% real.

Al analizar el comportamiento mensual, abril registra un alza anual de 1%, luego mayo se acelera con un crecimiento de 10,7% y junio marca un incremento real anual de 12,2%.

En términos de locales equivalentes, las ventas en regiones tuvieron una baja real anual de 3,7% en el segundo trimestre del año, con caídas de 11,1% y 2,3% en abril y mayo, mientras que junio evidencia un incremento real anual de 2,5%.



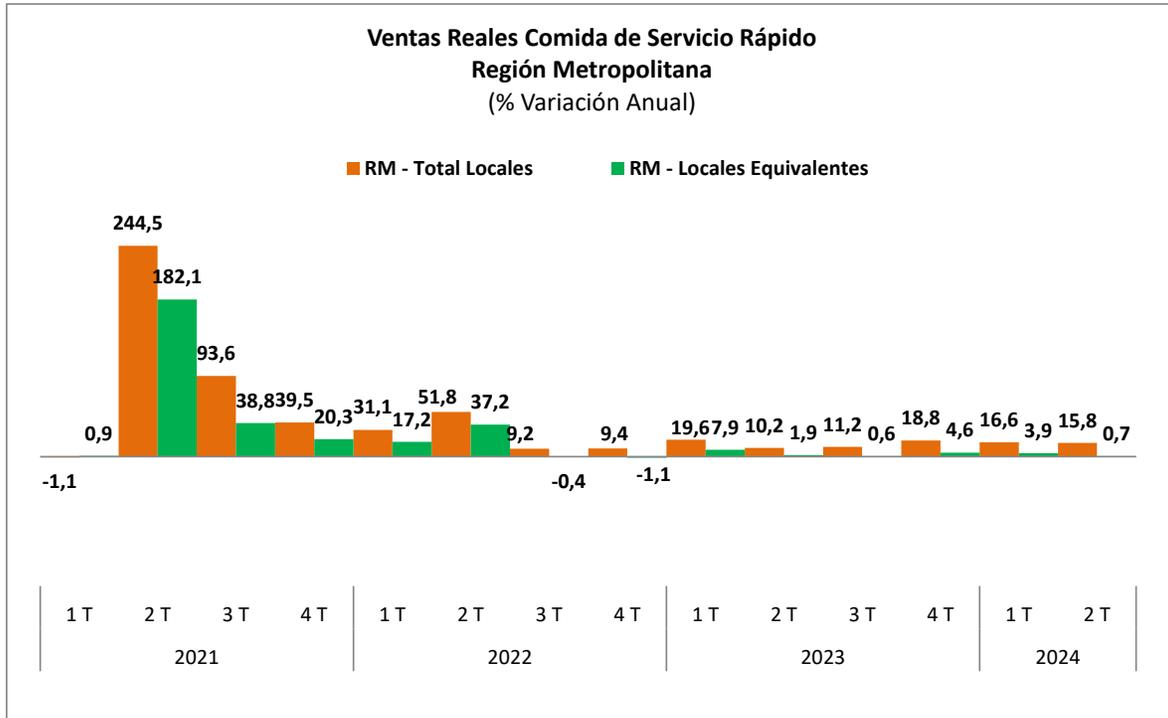
Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Ventas Región Metropolitana

En la Región Metropolitana las ventas reales de comida de servicio rápido marcaron un crecimiento real anual de 15,8% en el segundo trimestre de 2024, dando cuenta de un sexto período con alza de dos dígitos y cerrando el semestre con un alza de 16,2%.

Durante el trimestre, abril marcó un aumento real anual de 10,4%, luego mayo destacó con un alza de 16,8% y junio creció un 20,2% real anual.

Por su parte, las ventas en términos de locales equivalentes de la Región Metropolitana evidenciaron en el segundo cuarto del año un alza en el margen de 0,7% real anual, donde abril marcó una baja de 2,9% y luego mayo y junio registraron alzas reales anuales de 2,3% y 2,6% respectivamente.

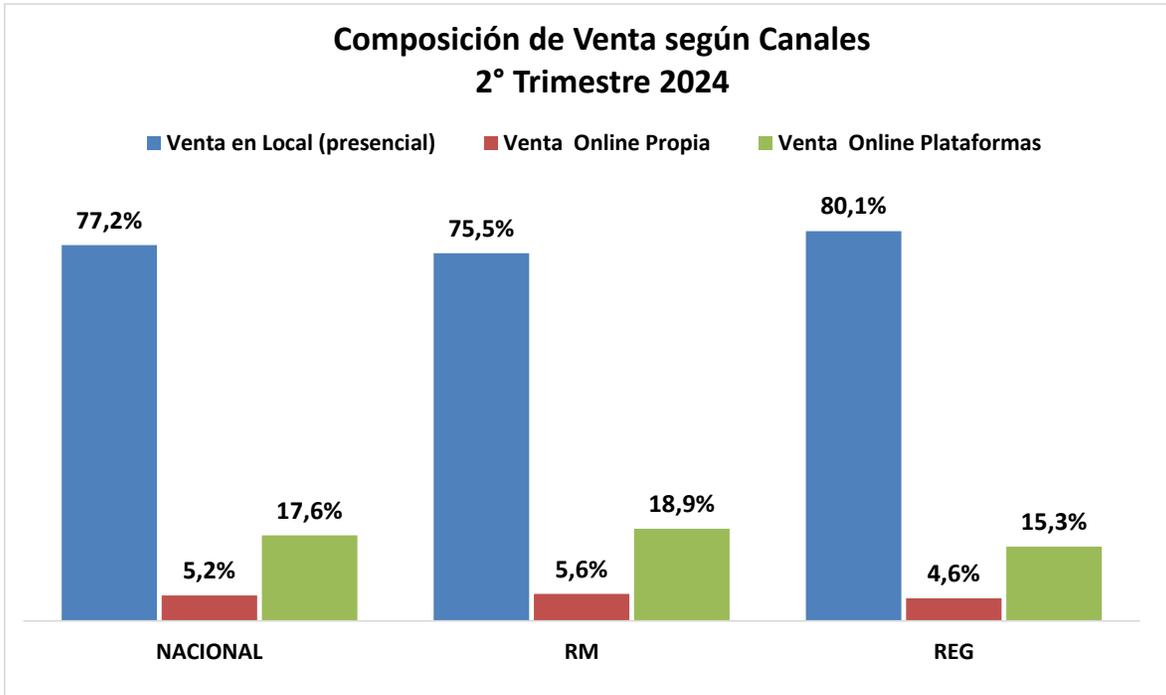


Fuente: Departamento de Estudios CNC

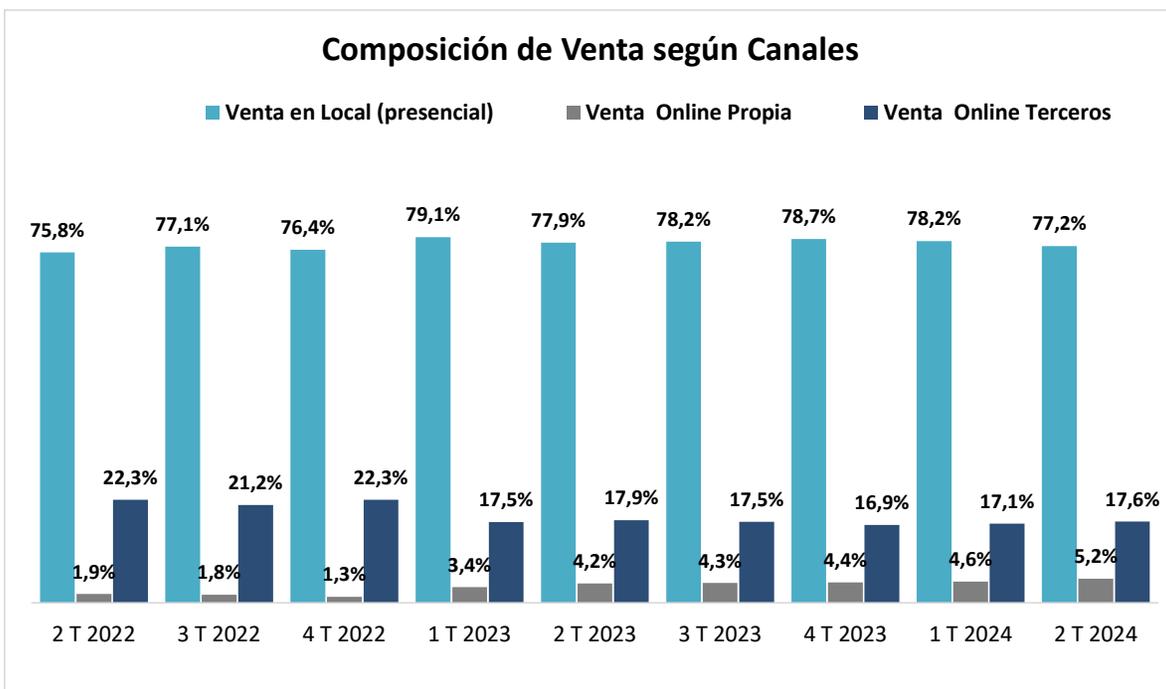
### Canal de Ventas

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 2024, a nivel nacional un 77,2% de las ventas son presenciales, bastante en línea con lo registrado en los trimestres anteriores, luego un 5,2% se realizan a través de canales digitales propios y un 17,6% 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 80,1% versus 75,5% en RM. Respecto a la venta online a través de canales propios, en regiones alcanza un 4,6% y en RM un 5,6%. En cuanto a otras plataformas externas, en regiones obtienen una participación de 15,3% de las ventas y en RM un 18,9%, sin mayores variaciones respecto a los períodos anteriores.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



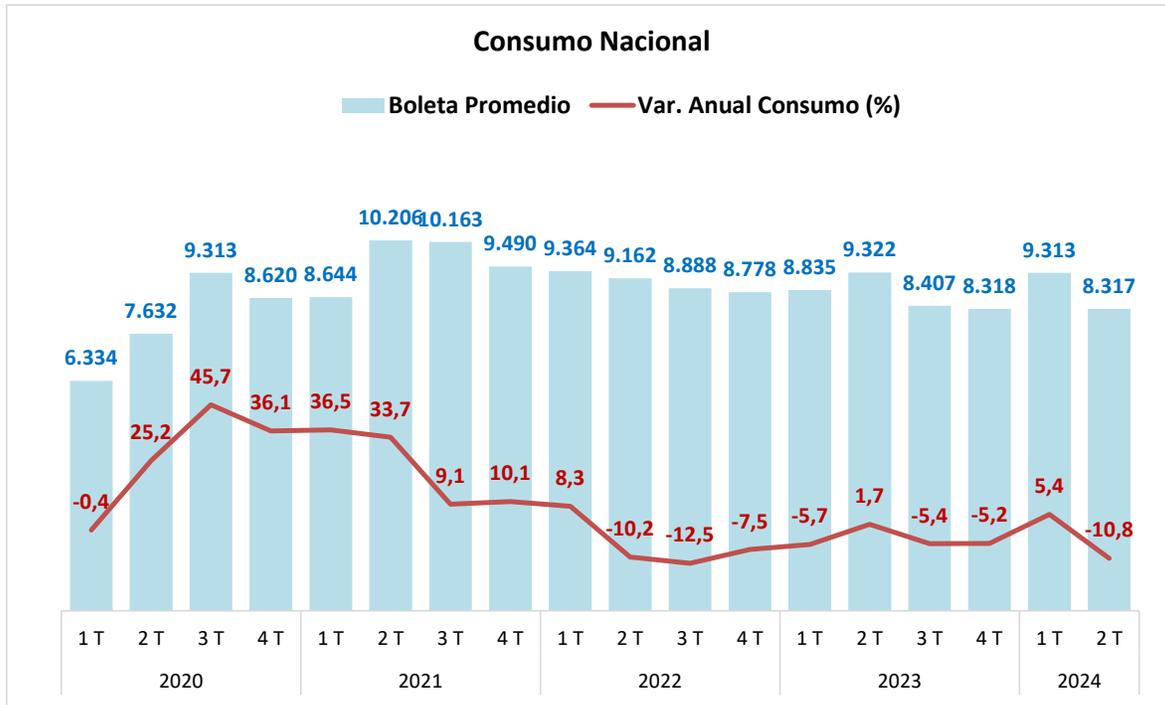
Fuente: Departamento de Estudios CNC

#### Consumo Promedio

El consumo promedio por boleta (expresado en pesos de junio 2024) alcanzó los \$8.317, cayendo un 10,8% real respecto a igual trimestre de 2023 y dando cuenta de una baja trimestral de 10,7%.

En la Región Metropolitana, el consumo promedio por boleta durante el segundo cuarto del año fue de \$8.627 experimentando una caída de 13,7% anual y una baja de 14,9% trimestral. Por su parte, en regiones el consumo promedio durante el mismo período alcanzó los \$8.008, cayendo un 7,3% real respecto a igual trimestre de 2023 y marcando una baja de 5,6% respecto al trimestre anterior.

En cuanto al número de boletas se ve un alza de 12,8% anual, con un incremento de 14,9% en RM y de 9,7% en regiones, bastante en línea con el resultado del primer trimestre del año.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Perspectivas

Las ventas del servicio de comida rápida vuelven a mostrar positivos resultados en el segundo trimestre del año, en línea con el primero y evidenciando un positivo escenario para el sector y cerrando el primer semestre con un alza de 12,8%.

En el resultado anual se puede ver que el crecimiento en ventas responde a un fuerte aumento en el número de boletas, mientras que el consumo promedio cae, es decir, aumenta fuertemente el flujo de consumidores a este tipo de locales, pero con un gasto promedio menor. Esto responde a un aumento en el número de locales, destacando RM donde hay un aumento de 9% en el número de locales comparado con junio 2023. A esto se suma también un mayor flujo a los centros comerciales de visitantes argentinos, beneficiando también patios de comidas y a la búsqueda de menús de menor valor ante el fuerte incremento que han tenido los precios de los restaurantes.

**Consumo Promedio Trimestral por Boleta  
(En Pesos, Junio 2024)**

Período	Nacional		RM		Regiones	
	Promedio	% Var.	Promedio	% Var.	Promedio	% Var.
Prom. 2016	5.834	3,9	6.112	3,1	5.561	4,8
Prom. 2017	6.212	6,5	6.495	6,3	5.934	6,7
Prom. 2018	6.136	-1,2	6.373	-1,9	5.902	-0,5
Prom. 2019	6.295	2,6	6.493	1,9	6.097	3,3
Prom. 2020	7.975	26,7	8.589	32,3	7.360	20,7
Prom. 2021	9.626	20,7	9.878	15,0	9.374	27,4
Prom. 2022	9.048	-6,0	9.222	-6,6	8.874	-5,3
Prom. 2023	8.720	-3,6	8.935	-3,1	8.506	-4,2
<b>2019</b>						
1 T	6.358	2,1	6.485	-0,1	6.231	4,3
2 T	6.097	-1,3	6.321	-1,7	5.873	-0,9
3 T	6.393	4,4	6.643	4,4	6.143	4,5
4 T	6.333	5,2	6.524	5,1	6.142	5,3
<b>2020</b>						
1 T	6.334	-0,4	6.529	0,7	6.138	-1,5
2 T	7.632	25,2	8.188	29,5	7.076	20,5
3 T	9.313	45,7	10.682	60,8	7.943	29,3
4 T	8.620	36,1	8.956	37,3	8.284	34,9
<b>2021</b>						
1 T	8.644	36,5	8.626	32,1	8.662	41,1
2 T	10.206	33,7	10.668	30,3	9.744	37,7
3 T	10.163	9,1	10.379	-2,8	9.947	25,2
4 T	9.490	10,1	9.838	9,8	9.142	10,4
<b>2022</b>						
1 T	9.364	8,3	9.609	11,4	9.119	5,3
2 T	9.162	-10,2	9.461	-11,3	8.862	-9,0
3 T	8.888	-12,5	8.875	-14,5	8.902	-10,5
4 T	8.778	-7,5	8.942	-9,1	8.614	-5,8
<b>2023</b>						
1 T	8.835	-5,7	8.886	-7,5	8.784	-3,7
2 T	9.322	1,7	10.002	5,7	8.642	-2,5
3 T	8.407	-5,4	8.404	-5,3	8.409	-5,5
4 T	8.318	-5,2	8.449	-5,5	8.188	-4,9
<b>2024</b>						
1 T	9.313	5,4	10.141	14,1	8.485	-3,4
2 T	8.317	-10,8	8.627	-13,7	8.008	-7,3

Fuente: Departamento de Estudios CNC