

COMUNICADO DE PRENSA

Ventas de servicio de comida rápida se incrementan un 2,5% en primer semestre del año

- *En tanto, el indicador registró un crecimiento anual de 3,1% real durante el segundo trimestre de 2025. De esta manera, el desempeño del sector muestra un crecimiento moderado a nivel nacional, enfrentado a una mayor base de comparación y donde el alza se sostiene principalmente por el dinamismo de las regiones, marcado por una combinación de nuevas aperturas, aumento en el número de transacciones y alza del consumo promedio.*

Jueves 7 de agosto de 2025.

Aunque con un dinamismo más pausado, las ventas de comida rápida en el país continúan aumentando. Así lo refleja el indicador elaborado por la Asociación Chilena de Gastronomía (Achiga) y la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) del segundo trimestre de 2025.

El estudio arrojó que las ventas reales de comida de servicio rápido registraron un crecimiento anual de 3,1% real durante el segundo trimestre de 2025, cerrando el primer semestre con un alza de 2,5%. De esta manera, el desempeño del sector muestra un crecimiento moderado a nivel nacional, enfrentado a una mayor base de comparación y donde el alza se sostiene principalmente por el dinamismo de las regiones, marcado por la combinación de nuevas aperturas, aumento en el número de transacciones y alza del consumo promedio que impulsan las ventas.

Esta tendencia contrasta con la Región Metropolitana, que evidencia una baja anual en el período, donde se mantiene un consumo promedio relativamente estable, pero registra una caída en la frecuencia de compra y una menor expansión de locales, evidenciando un patrón de consumo más maduro y concentrado.

Factores como la evolución del consumo privado, la competencia por precio y la consolidación de los canales digitales, que hoy representan el 25% de las transacciones, serán claves para definir el ritmo de crecimiento del sector. En este contexto, el aumento del ticket promedio y la diversificación territorial aparecen como los principales soportes para sostener el dinamismo hacia el cierre del año.

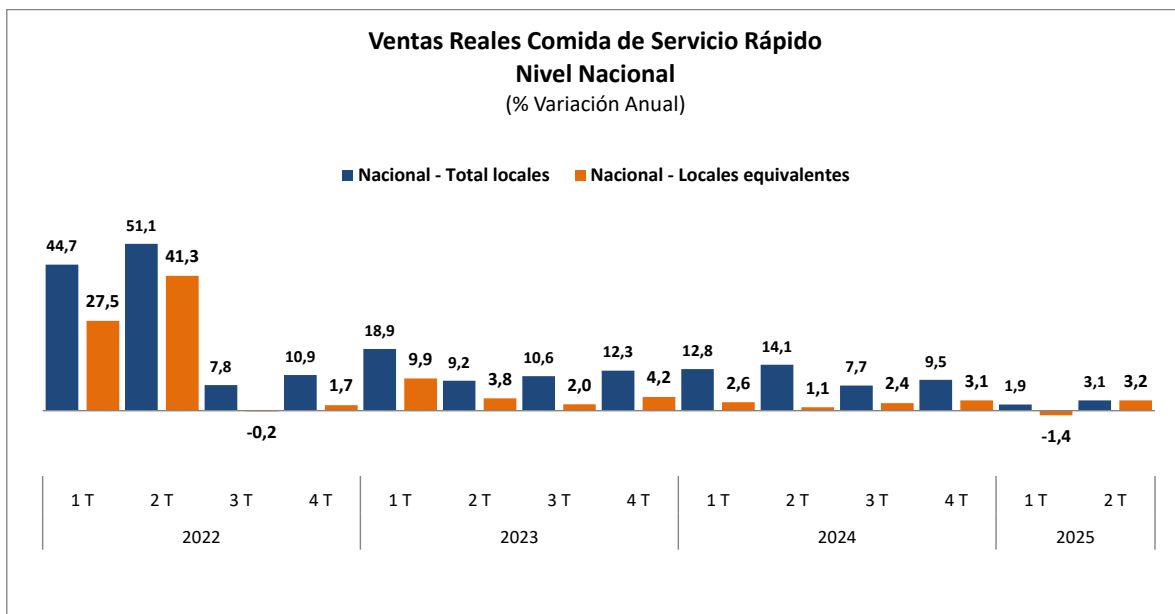
Al respecto, Máximo Picallo, presidente de Achiga, expresó que “estos números muestran una consolidación sostenida de los servicios de comida rápida en el país, como una alternativa de alimentación para los chilenos, con una demanda que, si bien se ha moderado, continúa creciendo, especialmente en regiones. Es interesante este fenómeno, porque los datos dan cuenta de que la comida rápida es para un segmento importante de los consumidores, una buena opción, tanto por precio, oferta diversificada y crecientes canales de comercialización. Este sector está exhibiendo una importante resiliencia en un escenario económico que se mantiene restringido”.

Resultados Nivel Nacional

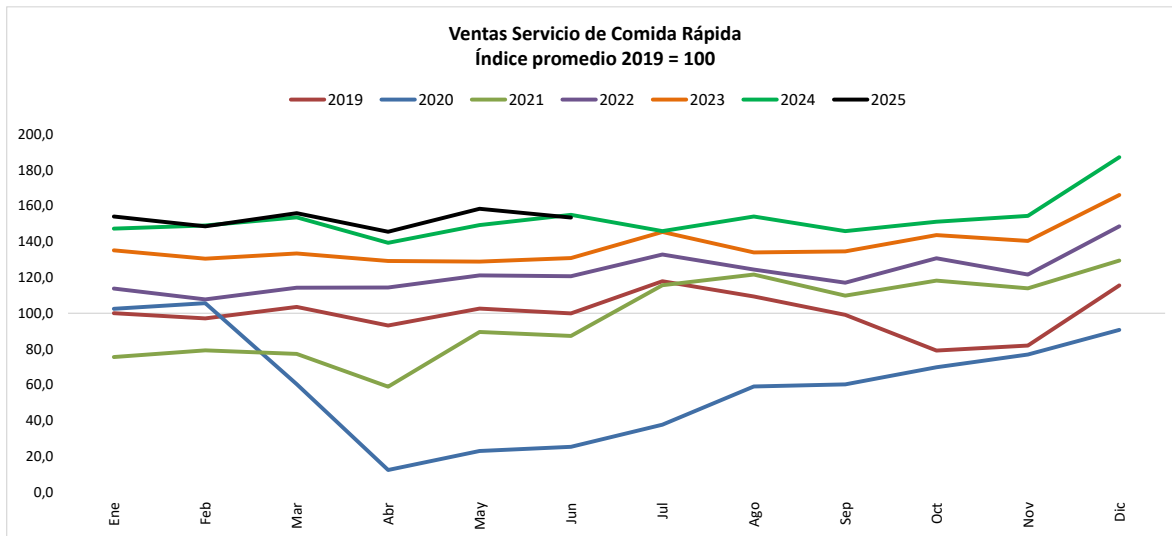
Las ventas reales de comida de servicio rápido a nivel nacional, según el indicador de la Asociación Chilena de Gastronomía (ACHIGA), elaborado por el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, registraron un alza de 3,1% real anual en el segundo trimestre del 2025, resultado levemente por sobre lo registrado en trimestre anterior. De esta manera el sector cierra el primer semestre del año con un crecimiento de 2,5% real.

Con respecto a los resultados de cada mes, abril registra un alza real anual de 4,5%, luego mayo marca un incremento de 6,1% y finalmente junio, enfrentado a una mayor base de comparación, se desacelera con una baja en el margen de 0,9%.

Por su parte, en términos de locales equivalentes (concepto de same sale store), se evidencia un crecimiento real anual de 3,2% en el segundo trimestre, acumulando en la primera mitad del año un alza de 0,9%. Por mes, abril crece 5,0%, mayo da cuenta de un alza de 5,3% y junio registra una caída real anual de 0,6%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

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

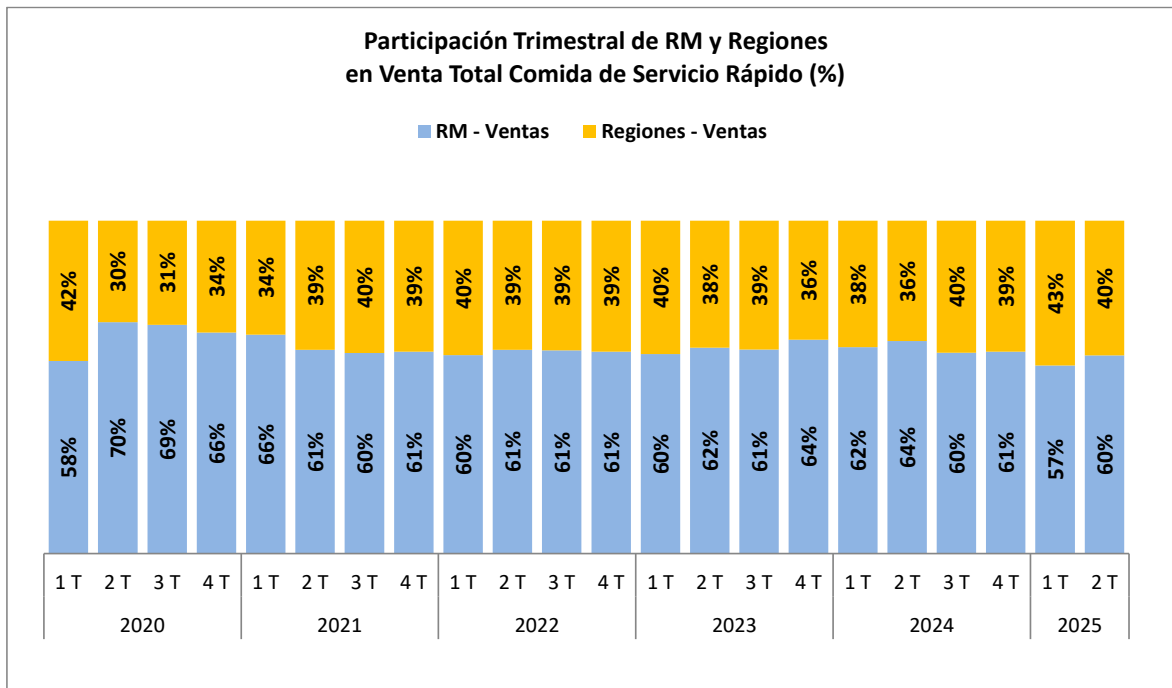
Trimestre	Índice Total Locales				Índice Locales Equivalentes			
	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.	Índice Real	Var. Trimestral	Var. Anual	Var. Acum.
2019								
1 T	100,3	-1,1	5,4	5,4	100,5	0,3	2,8	2,8
2 T	98,6	-1,7	4,8	5,1	101,8	1,3	1,8	2,3
3 T	108,8	10,4	11,7	7,3	107,3	5,4	7,2	4,0
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	153,0	-6,9	1,9	1,9	115,3	-7,8	-1,4	-1,4
2 T	152,6	-0,2	3,1	2,5	120,4	4,5	3,2	0,9

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Distribución Ventas 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 40% del total y la RM un 60%, marcando una menor participación que en igual período de 2024, afianzándose de esta manera una mayor participación de regiones en el sector, en línea con un mayor número de aperturas regionales.



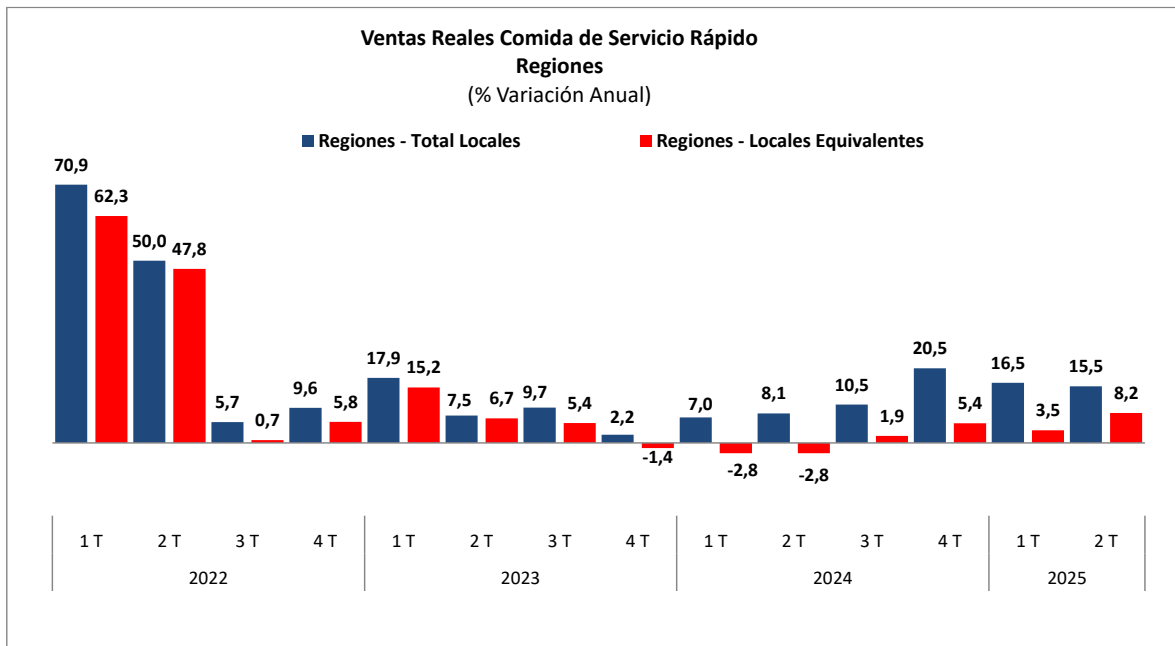
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas en Regiones

Las ventas reales de comida de servicio rápido en regiones, influidas por un crecimiento en el número de locales de 6,2% anual, marcaron en el segundo trimestre de 2025 un alza real anual de 15,5%, cerrando así un positivo semestre con un incremento de 16% real.

Al analizar el comportamiento mensual, abril registra un alza anual de 16,9%, luego mayo registró un crecimiento de 18,9% y junio un incremento real anual de 11%.

En términos de locales equivalentes, las ventas en regiones tuvieron un crecimiento real anual de 8,2% en el segundo trimestre del año, superando el primero y cerrando enero-junio con un alza de 5,8% real. Por mes, se evidencia un incremento real anual de 10,7% en abril y de 11,5% en mayo, mientras que junio marca un crecimiento más débil de 2,9% real anual.



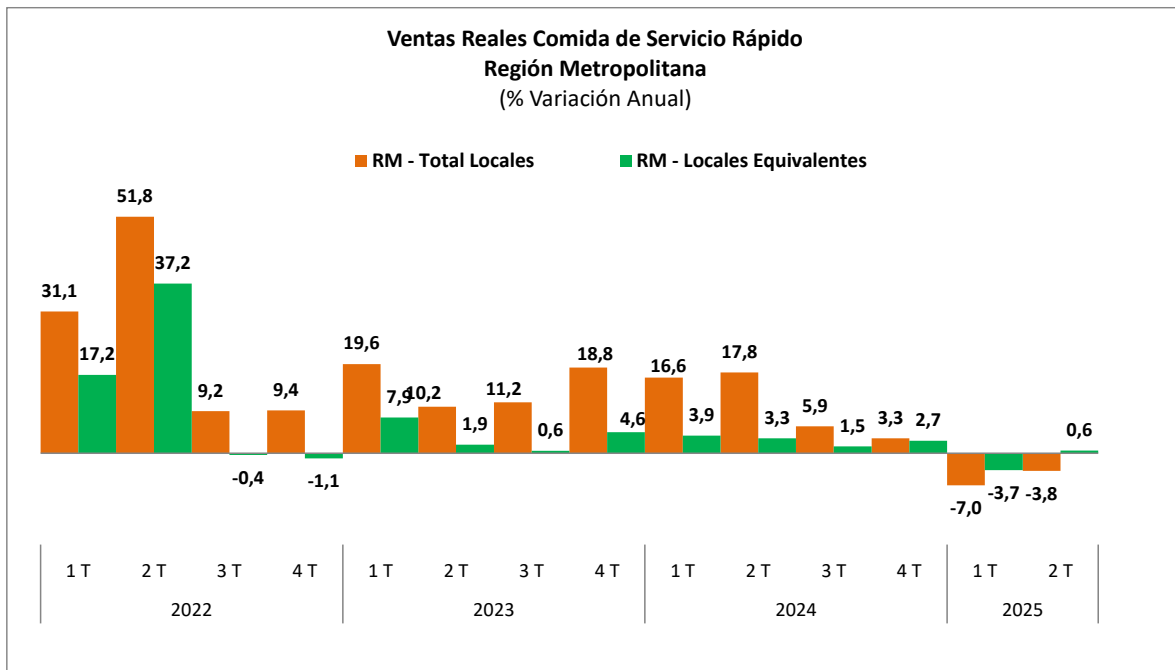
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas Región Metropolitana

En la Región Metropolitana las ventas reales de comida de servicio rápido marcaron una baja real anual de 3,8% en el segundo trimestre de 2025, segundo período negativo, cerrando así el semestre con una caída de 5,4% real.

Durante el trimestre, abril marcó una caída de 2,6% real anual, mayo una baja de 1,1% y junio se contrajo 7,6% 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 0,6% real anual, acumulando en la primera mitad del año una contracción de 1,5%. Los resultados mensuales dan cuenta de alzas de 2,1% y 2,2% en abril y mayo, mientras que junio se registra una baja de 2,3%.

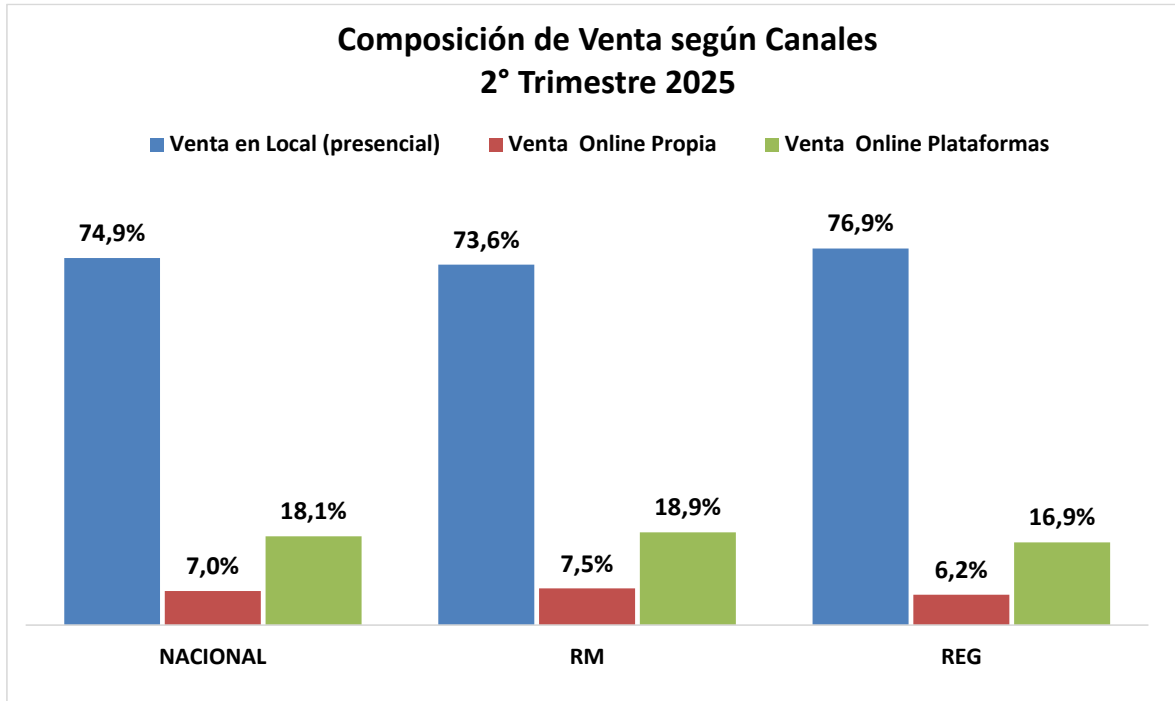


Fuente: Departamento de Estudios CNC

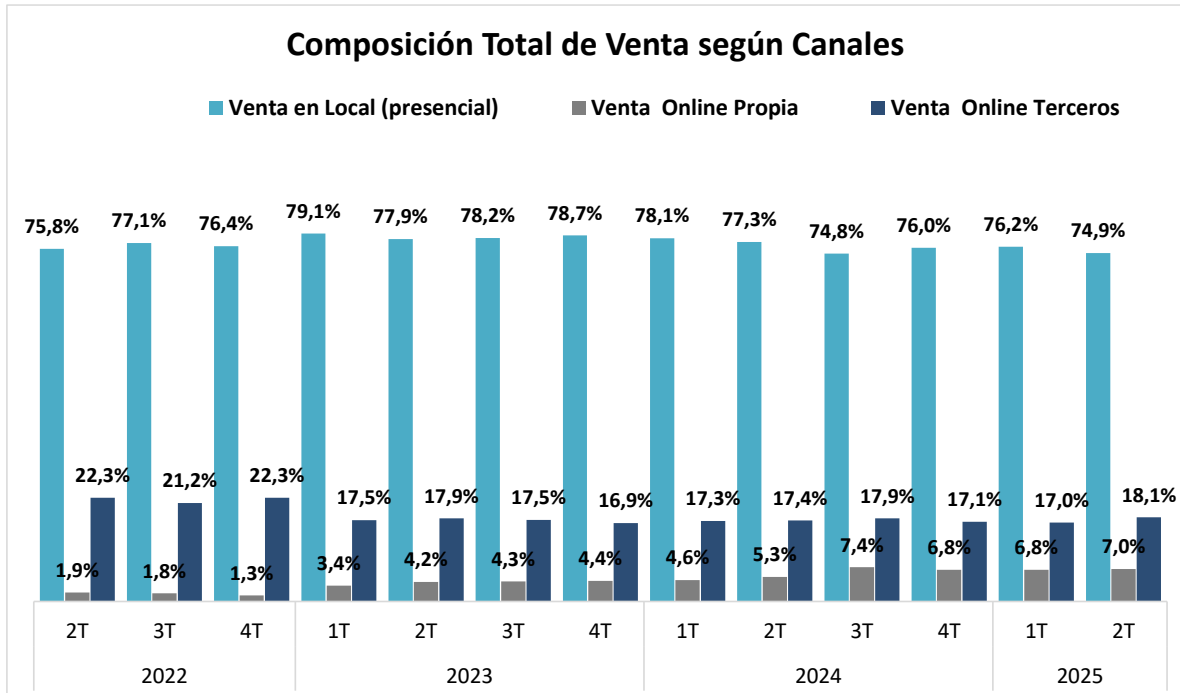
Canal de Ventas

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 2025, a nivel nacional un 74,9% de las ventas son presenciales, levemente bajo lo registrado en el trimestre anterior, luego un 7,0% se realizan a través de canales digitales propios y un 18,1% 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 76,9% versus 73,6% en RM. Respecto a la venta online a través de canales propios, en regiones alcanza un 6,2% y en RM un 7,5%, en línea con el periodo anterior. En cuanto a otras plataformas externas, en regiones obtienen una participación de 16,9% de las ventas y en RM un 18,9%, sin mayores variaciones respecto a los períodos anteriores.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



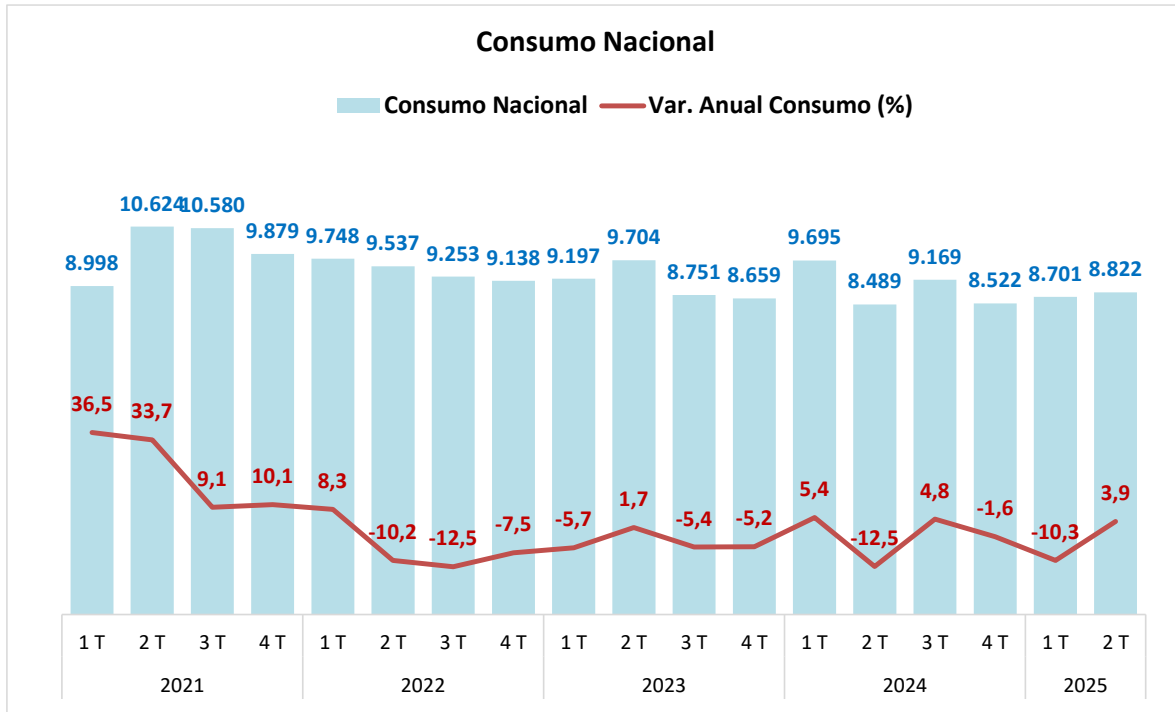
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Consumo Promedio

El consumo promedio por boleta (expresado en pesos de junio 2025) alcanzó los \$8.822 creciendo un 3,9% real respecto a igual trimestre de 2024 y dando cuenta de un alza trimestral de 1,4%.

En la Región Metropolitana, el consumo promedio por boleta durante el segundo cuarto del año fue de \$8.662 experimentando un crecimiento de 0,2% real anual y un incremento de 2,9% trimestral. Por su parte, en regiones el consumo promedio durante el mismo período alcanzó los \$8.981, con un alza de 7,7% real respecto a igual trimestre de 2024 y marcando una baja de 0,1% respecto al trimestre anterior.

En cuanto al número de boletas se ve un alza de 0,3% anual, con un incremento de 7,9% en regiones y una baja de 4,5% en RM.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Consumo Promedio Trimestral por Boleta (En Pesos, junio 2025)

Período	Nacional		RM		Regiones	
	Promedio	% Var.	Promedio	% Var.	Promedio	% Var.
Prom. 2016	6.073	3,9	6.363	3,1	5.789	4,8
Prom. 2017	6.466	6,5	6.762	6,3	6.177	6,7
Prom. 2018	6.388	-1,2	6.634	-1,9	6.144	-0,5
Prom. 2019	6.553	2,6	6.760	1,9	6.347	3,3
Prom. 2020	8.302	26,7	8.941	32,3	7.662	20,7
Prom. 2021	10.020	20,7	10.283	15,0	9.758	27,4
Prom. 2022	9.419	-6,0	9.600	-6,6	9.238	-5,3
Prom. 2023	9.078	-3,6	9.302	-3,1	8.854	-4,2
Prom. 2024	8.969	-1,2	9.429	1,4	8.509	-3,9
2020						
1 T	6.593	-0,4	6.797	0,7	6.390	-1,5
2 T	7.945	25,2	8.524	29,5	7.367	20,5

3 T	9.695	45,7	11.120	60,8	8.269	29,3
4 T	8.973	36,1	9.323	37,3	8.623	34,9
2021						
1 T	8.998	36,5	8.980	32,1	9.017	41,1
2 T	10.624	33,7	11.105	30,3	10.143	37,7
3 T	10.580	9,1	10.805	-2,8	10.355	25,2
4 T	9.879	10,1	10.241	9,8	9.517	10,4
2022						
1 T	9.748	8,3	10.003	11,4	9.493	5,3
2 T	9.537	-10,2	9.849	-11,3	9.226	-9,0
3 T	9.253	-12,5	9.238	-14,5	9.267	-10,5
4 T	9.138	-7,5	9.309	-9,1	8.967	-5,8
2023						
1 T	9.197	-5,7	9.250	-7,5	9.144	-3,7
2 T	9.704	1,7	10.412	5,7	8.996	-2,5
3 T	8.751	-5,4	8.749	-5,3	8.754	-5,5
4 T	8.659	-5,2	8.795	-5,5	8.524	-4,9
2024						
1 T	9.695	5,4	10.557	14,1	8.833	-3,4
2 T	8.489	-12,5	8.641	-17,0	8.336	-7,3
3 T	9.169	4,8	9.860	12,7	8.478	-3,1
4 T	8.522	-1,6	8.657	-1,6	8.388	-1,6
2025						
1 T	8.701	-10,3	8.414	-20,3	8.987	1,7
2 T	8.822	3,9	8.662	0,2	8.981	7,7

Fuente: Departamento de Estudios CNC