

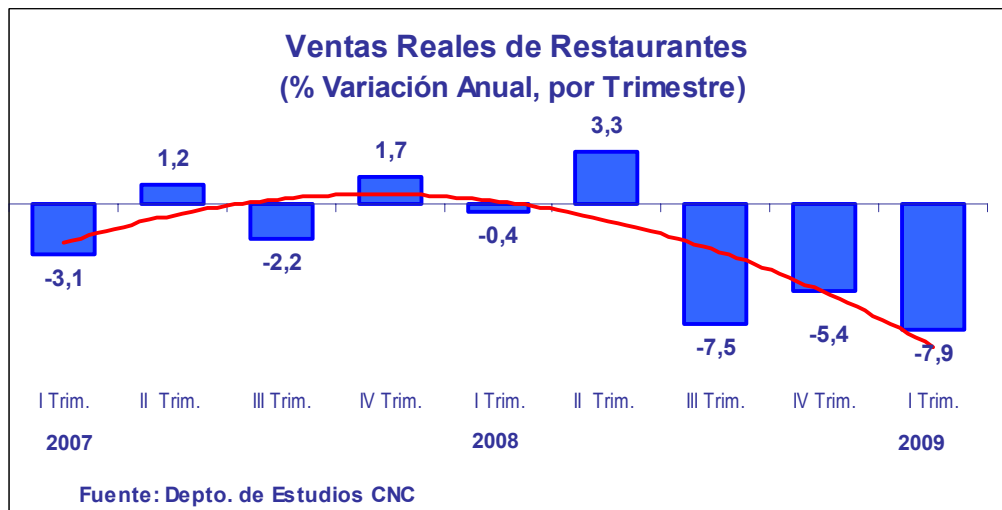
Santiago de Chile, 7 de mayo de 2009

Se Acelera Contracción Ventas de Restaurantes

- Ventas reales de restaurantes cayeron 7,9% en primer trimestre 2009
- Para el año se anticipa una disminución de entre -6% y -8%, mayor a la anotada el 2008.

En 7,9% disminuyeron las ventas reales de restaurantes en el primer trimestre de 2009, en comparación con igual período de 2008, según la muestra que compone el Índice de Ventas de Restaurantes de la Región Metropolitana, elaborado por el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile y la colaboración de Achiga.

Con este resultado se completaron tres trimestres consecutivos de variaciones negativas en el ámbito gastronómico, panorama consistente con lo observado en general en las ventas de bienes y servicios debido a la contracción experimentada por el consumo desde el último trimestre de 2008, provocada principalmente por el agravamiento de la crisis externa y sus consecuencias en la economía mundial.

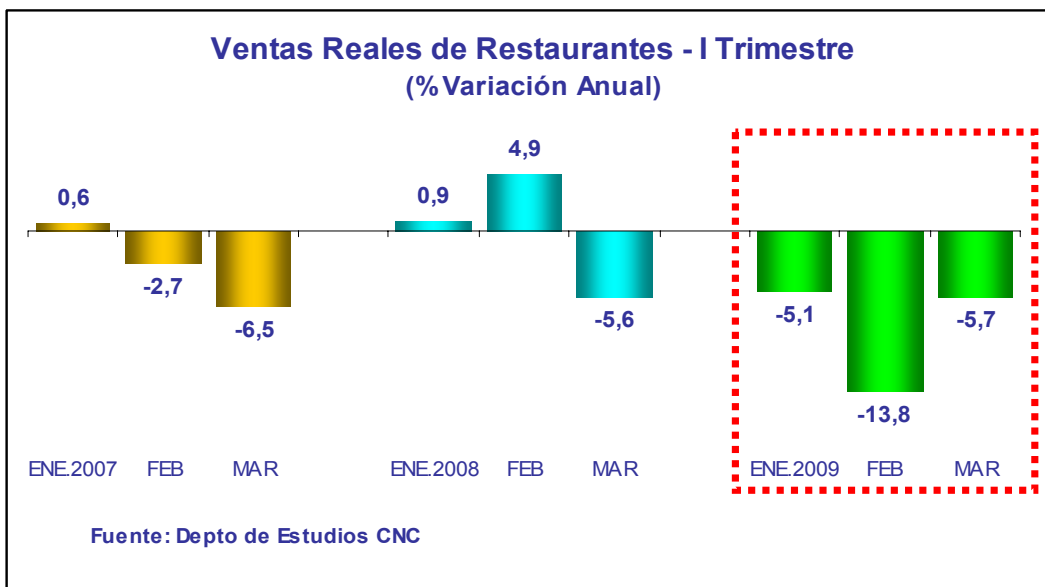


Sin embargo, no se percibe una restricción significativa en la afluencia de público, sino más bien en el consumo promedio por persona, junto con un desvío de la demanda hacia establecimientos que presentan una oferta más económica.

Es así como una de las estrategias aplicadas por los restaurantes para atraer clientes se sustenta en las promociones y convenios de descuentos con diversas entidades, lo que si bien genera un mayor movimiento de personas en los restaurantes, implica también un menor gasto unitario. Por otra parte, en este sector existe una oferta masiva y diversificada con una alta competencia, lo que también se traduce en menores precios.

Al analizar las variaciones anuales de los tres primeros meses del año se observa que la mayor caída correspondió a febrero, con -13,8%, a pesar de la celebración en ese mes del Día de los Enamorados, fecha en que las parejas han tendido a festejar con salidas a restaurantes. Un factor que influyó en la disminución fue la mayor base de comparación, ya que en febrero de 2008 la actividad gastronómica creció en 4,9%, contrastando con las reducciones registradas en enero y marzo de dicho año.

En los otros dos primeros meses de 2009, enero y marzo, las contracciones fueron relativamente más moderadas, de entre 5% y 6% anual, resultados que se esperaban, considerando el negativo panorama económico y la importante restricción observada en el consumo interno, así como el menor ingreso de turistas de larga distancia durante el primer trimestre de este año, dado el complicado escenario internacional.



Perspectivas

La actividad económica global ha experimentado una importante contracción en los primeros meses de este año, debido principalmente a los impactos de la crisis externa, siendo la demanda interna una de las variables más afectadas. Así lo reflejan los resultados de los indicadores de ventas de bienes y servicios, entre ellos, el consumo en el sector gastronómico.



Se estima que el panorama negativo se prolongaría en los próximos meses, período en que por un efecto estacional aumenta el desempleo, variable que ha mostrado una significativa tendencia al alza, afectando las expectativas de los consumidores y su estructura de consumo. A ello se suma que la reactivación de la economía recién se podría empezar a notar en la última parte de 2009.

Frente a una mayor restricción en el gasto y considerando el carácter prescindible del servicio gastronómico, se proyecta que la actividad de los restaurantes seguiría exhibiendo un comportamiento negativo en el segundo trimestre, probablemente peor que el observado en el primer trimestre, para repuntar hacia finales del año, influido por el mejoramiento de la situación económica, pero también por la menor base de comparación, considerando la caída registrada en el segundo semestre de 2008.

Se anticipa que en 2009 las ventas del servicio de restaurantes presentarían un resultado inferior al obtenido en 2008, previéndose una contracción promedio de entre -6% y -8%.