

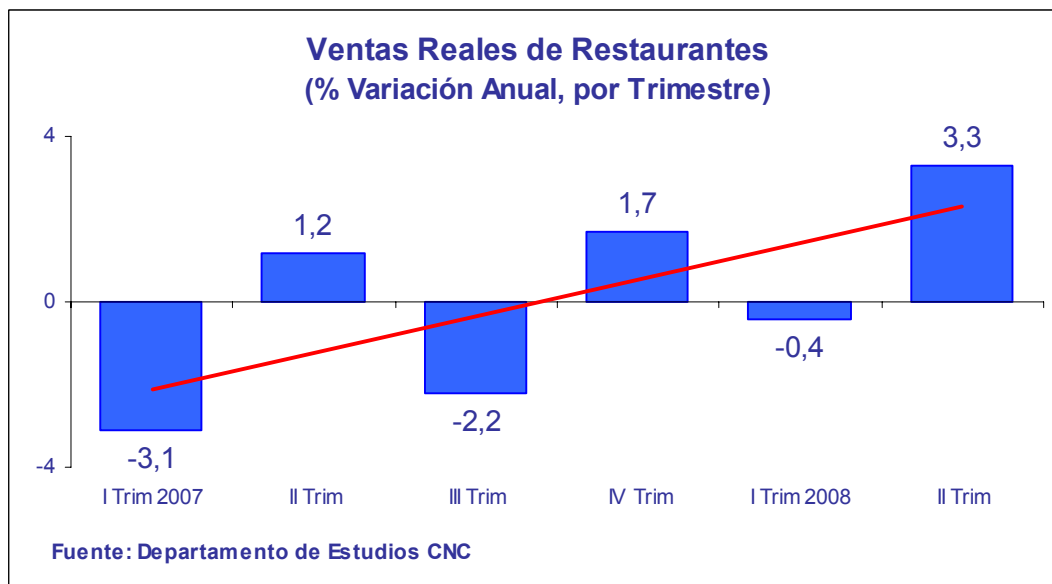
INDICE DE VENTAS DE RESTAURANTES

Segundo Trimestre 2008

Las ventas reales de restaurantes mostraron un repunte en el segundo trimestre de 2008, al aumentar en un 3,3% respecto del mismo período de 2007, 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.

Este crecimiento constituye el mejor resultado que se registra desde el segundo trimestre de 2006 (3,4%), y está demostrando que se consolida la tendencia creciente observada a partir de los inicios de 2007, a pesar de las dispares variaciones entre los trimestres, con altos y bajos (tendencia serrucho).

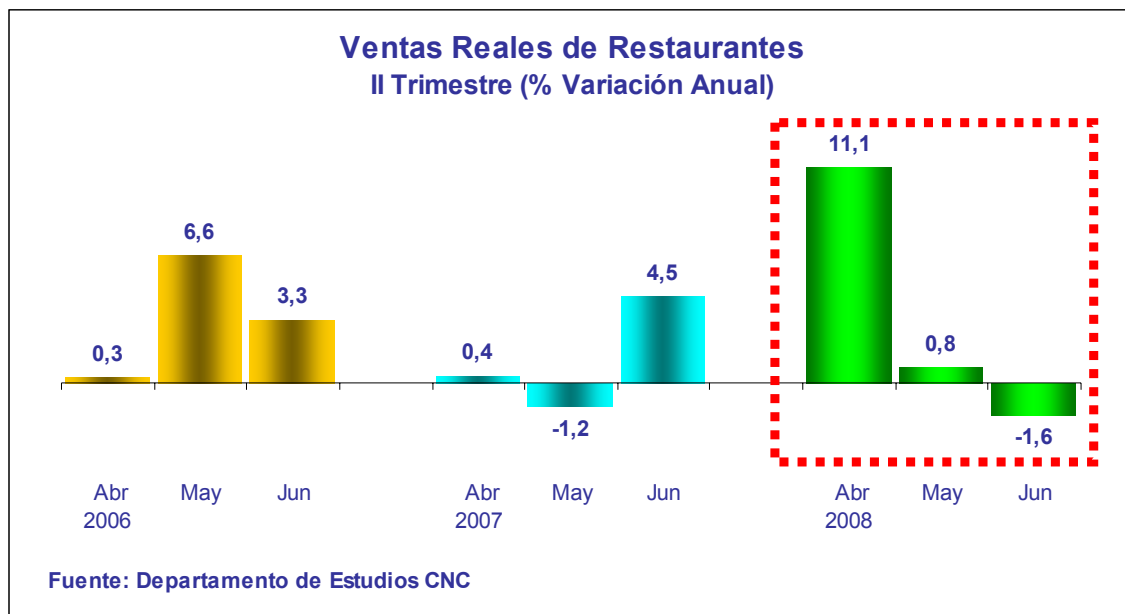
Es así como el primer semestre de 2008 cerró con un crecimiento promedio de 1,5% en relación de igual período del año anterior, superando la caída acumulada en los primeros seis meses de 2007 (-1,0%). Este positivo desempeño contrasta con la desaceleración que ha experimentado el consumo durante este año, especialmente el relativo a bienes de consumo básico.



Un factor que influyó en el comportamiento del segundo trimestre de este año, y que a su vez incidió en el resultado del primero, fue el feriado de Semana Santa, que cambió de abril a marzo entre 2007 y 2008, lo que se refleja en los resultados de esos

dos meses. La actividad gastronómica sufrió una importante caída en marzo, que alcanzó a un 5,6% anual, para repuntar significativamente en abril, llegando a un nivel de 11,1% anual, dando como resultado un aumento promedio de 2,3% en el bimestre marzo – abril, tasa que se ajusta a la trayectoria observada.

Al analizar las variaciones anuales de los otros dos meses que componen el segundo trimestre se aprecia un leve crecimiento en mayo del 0,8% anual y una contracción en junio de 1,6% anual, influida en parte por la base de comparación, considerando que en junio de 2007 la actividad creció en 4,5% anual. No obstante, también se debe tener en cuenta que el sector se ha visto afectado por la alta inflación que ha mermado el ingreso disponible de los consumidores. Así lo indica el bajo incremento de mayo, mes en que se celebra el Día de la Madre, y que tiende a aumentar la demanda por el servicio gastronómico, sumado a que el factor estadístico no era una limitante este año.



Perspectivas

El sector gastronómico es un sector muy dinámico, donde permanentemente se observa la instalación de nuevos restaurantes y polos para ellos, dado que siempre hay mercado y nichos para esta industria. Sin embargo, parte importante de estas aperturas, más que una nueva instalación son traspasos de llave en que se mantiene la inversión y sólo cambia el dueño, producto y el cliente objetivo, haciendo altamente competitivo este sector.



Por otra parte, hay una serie de factores que han incidido en el desempeño del sector, entre ellos, la normativa regulatoria implementada (ley de tabaco, producción limpia, y requerimientos de calidad), que repercute en los costos y por ende en los resultados de las empresas. Igualmente, la coyuntura económica interna y externa, así como la elevada inflación, con altos precios de los alimentos, que encarecen los productos preparados con estos insumos, con el consiguiente aumento en los costos, reducción en los márgenes e impacto en las ventas.

La perspectiva para lo que queda del 2008, es mantener la tendencia dispar en los próximos trimestres, para cerrar el año con un aumento en las ventas en torno al 1%.

Cuadro N° 1
Ventas Reales de Restaurantes
(% Variación Trimestral)

Años	% Variación Trimestral				Año
	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre	
1997	-1,6	3,9	-0,7	3,9	1,5
1998	-1,6	-5,5	-8,4	-21,2	-9,7
1999	-19,0	-17,3	-10,1	-0,8	-11,9
2000	3,4	1,1	-3,6	2,6	0,9
2001	-6,1	-11,7	-8,0	-12,1	-9,6
2002	-5,3	-4,1	-5,8	-1,2	-4,0
2003	-4,8	-2,0	1,5	8,0	1,0
2004	2,5	-1,0	4,4	-0,8	1,1
2005	6,5	5,6	2,8	0,3	3,5
2006	3,8	3,4	2,7	-4,0	1,2
2007	-3,1	1,2	-2,2	1,7	-0,5
2008	-0,4	3,3			

FUENTE: Departamento de Estudios CNC

Cuadro N° 2
Ventas Reales de Restaurantes
(% Variación Anual)

Mes	% Variación Anual						
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Enero	-4,7	-5,8	2,4	6,7	-0,7	0,6	0,9
Febrero	-1,3	-5,7	-1,9	9,7	2,7	-2,7	4,9
Marzo	-8,9	-3,1	5,9	4,0	8,8	-6,5	-5,6
Abril	-1,2	-4,4	7,0	4,3	0,3	0,4	11,1
Mayo	-5,2	-2,1	-4,6	8,1	6,6	-1,2	0,8
Junio	-5,5	0,5	-4,9	4,3	3,3	4,5	-1,6
Julio	-9,5	2,7	9,2	-2,9	2,1	-2,4	
Agosto	-3,1	-1,5	1,9	-1,0	8,2	0,8	
Septiembre	-4,6	3,9	2,0	14,3	-2,4	-5,3	
Octubre	0,1	5,2	-3,4	-1,8	3,2	-1,4	
Noviembre	0,4	12,4	-2,0	1,5	-4,6	4,9	
Diciembre	-3,5	6,9	2,5	1,1	-9,5	1,8	

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Cuadro N° 3
Indice de Ventas Reales de Restaurantes
Base Año 2007=100

	Indice Real	Variaciones Reales (%)		
		Mensual	Anual	Acumulada
Prom. 2002	94,0	-	-	-4,0
Prom. 2003	94,9	-	-	1,0
Prom. 2004	96,0	-	-	1,1
Prom. 2005	99,4	-	-	3,5
Prom. 2006	100,5	-	-	1,2
Prom. 2007	100,0	-	-	-0,5
2007				
Enero	96,9	-16,1	0,6	0,6
Febrero	78,9	-18,5	-2,7	-0,9
Marzo	105,4	33,6	-6,5	-3,1
Abril	93,6	-11,2	0,4	-2,2
Mayo	97,1	3,8	-1,2	-2,0
Junio	98,6	1,6	4,5	-1,0
Julio	99,9	1,2	-2,4	-1,2
Agosto	108,9	9,1	0,8	-0,9
Septiembre	89,2	-18,1	-5,3	-1,4
Octubre	105,0	17,6	-1,4	-1,4
Noviembre	108,9	3,7	4,9	-0,8
Diciembre	117,6	8,0	1,8	-0,5
2008				
Enero	97,7	-16,9	0,9	0,9
Febrero	82,8	-15,3	4,9	2,7
Marzo	99,5	20,2	-5,6	-0,4
Abril (P)	104,0	4,5	11,1	2,5
Mayo (P)	97,9	-5,9	0,8	2,1
Junio (P)	97,0	-0,9	-1,6	1,5

(P): Provisorio

Fuente: Departamento de Estudios CNC