

VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA DE REGIONES DE VALPARAÍSO, BIOBÍO Y LA ARAUCANÍA

MARZO 2026

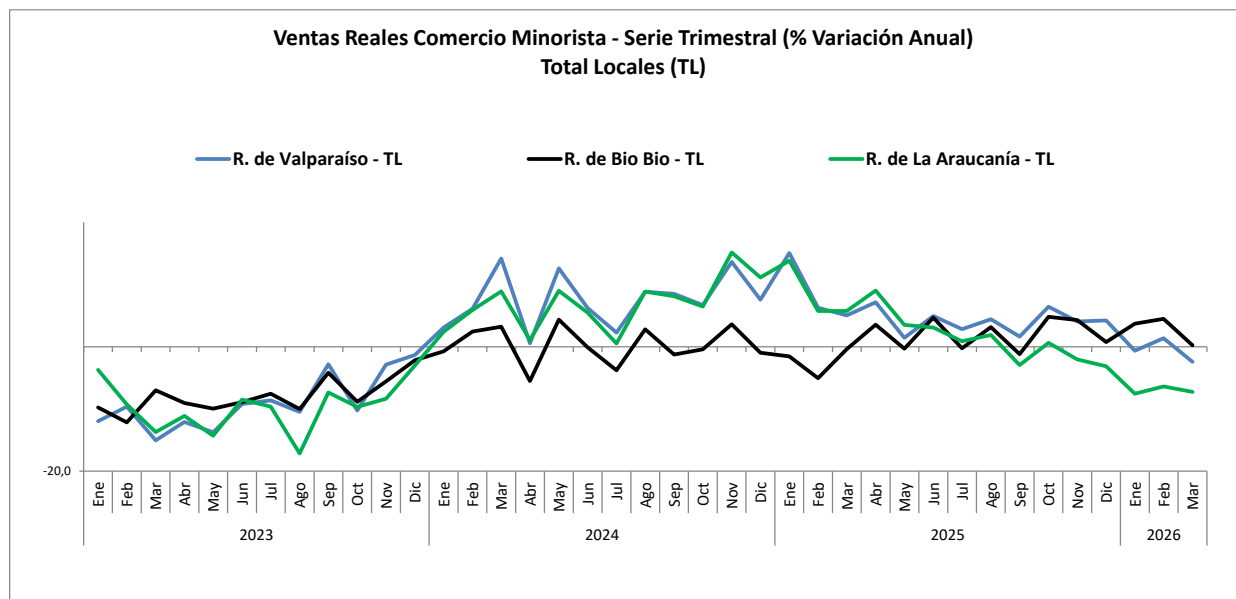
Resultados Generales

Las ventas presenciales del comercio minorista de las regiones de Valparaíso, Biobío y La Araucanía, según el índice que elabora mensualmente la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), marcaron débiles resultados en marzo, con caídas anuales en Valparaíso y La Araucanía y un alza marginal en Biobío.

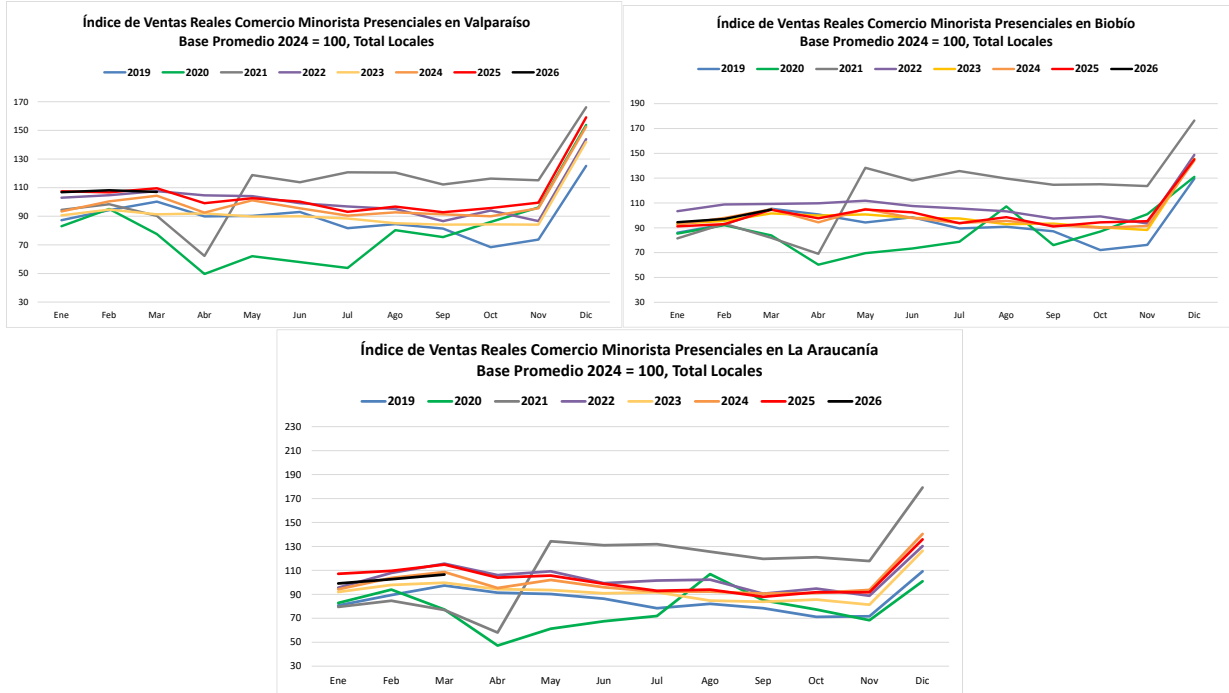
En la Región de Valparaíso, las ventas reales del comercio minorista cayeron un 2,4% real anual en marzo, alcanzando así en los tres primeros meses del año una baja marginal de 0,6%

En la Región del Biobío, las ventas del retail registraron un crecimiento marginal de 0,2% real anual en el tercer mes del año, acumulando en el trimestre un alza de 2,7%.

Por último, en la Región de La Araucanía, la actividad comercial minorista evidenció una baja de 7,3% real anual en marzo, cerrando el primer cuarto del año con una contracción de 7,1% real.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

Los resultados de marzo confirman una desaceleración más evidente del consumo regional, en un contexto donde la demanda interna continúa mostrando señales de debilidad y mayor cautela por parte de los hogares. Si bien aún existen categorías que sostienen parcialmente la actividad, particularmente aquellas vinculadas a consumo más necesario o algunos segmentos de vestuario, el desempeño general del comercio minorista presencial evidencia una pérdida de dinamismo, especialmente en bienes discrecionales y durables.

A nivel regional, el escenario es heterogéneo, aunque con una tendencia común de debilitamiento. Valparaíso y La Araucanía registran caídas en marzo, mientras Biobío muestra un crecimiento prácticamente plano, consolidando en todos los casos una trayectoria de menor impulso en los últimos trimestres móviles.

Por categorías, destaca la debilidad en bienes durables y semidurables, con fuertes contracciones en artefactos eléctricos, línea hogar y calzado en varias regiones, lo que da cuenta de un consumidor más prudente y selectivo en sus decisiones de gasto. Parte de estos resultados responde también a mayores bases de comparación, particularmente tras el fuerte impulso que generó el turismo de compras argentino en regiones como Valparaíso y La Araucanía durante 2024 y parte de 2025, fenómeno que elevó significativamente las ventas en categorías como vestuario, tecnología y bienes para el hogar.

Este menor dinamismo del consumo también se relaciona con un entorno macroeconómico aún desafiante. El mercado laboral continúa mostrando señales de debilidad, con menor creación de empleo formal y una mayor presencia de informalidad, factores que limitan la capacidad de gasto de los hogares.

A ello se suma un consumidor que enfrenta un escenario de mayor cautela, donde las confianzas volvieron a deteriorarse durante abril, afectadas por una percepción más negativa de la situación económica y por mayores preocupaciones respecto a precios, combustibles y costo de vida.

Junto a esto, ha crecido la incertidumbre asociada al escenario externo y a los mayores costos operacionales. El alza en combustibles, mayores costos logísticos y un entorno internacional más volátil han comenzado a generar presiones adicionales sobre las empresas y los hogares. Esto ocurre en un contexto donde la inflación ha mostrado mayor persistencia en algunos componentes y donde los hogares continúan priorizando gastos esenciales por sobre compras de mayor valor.

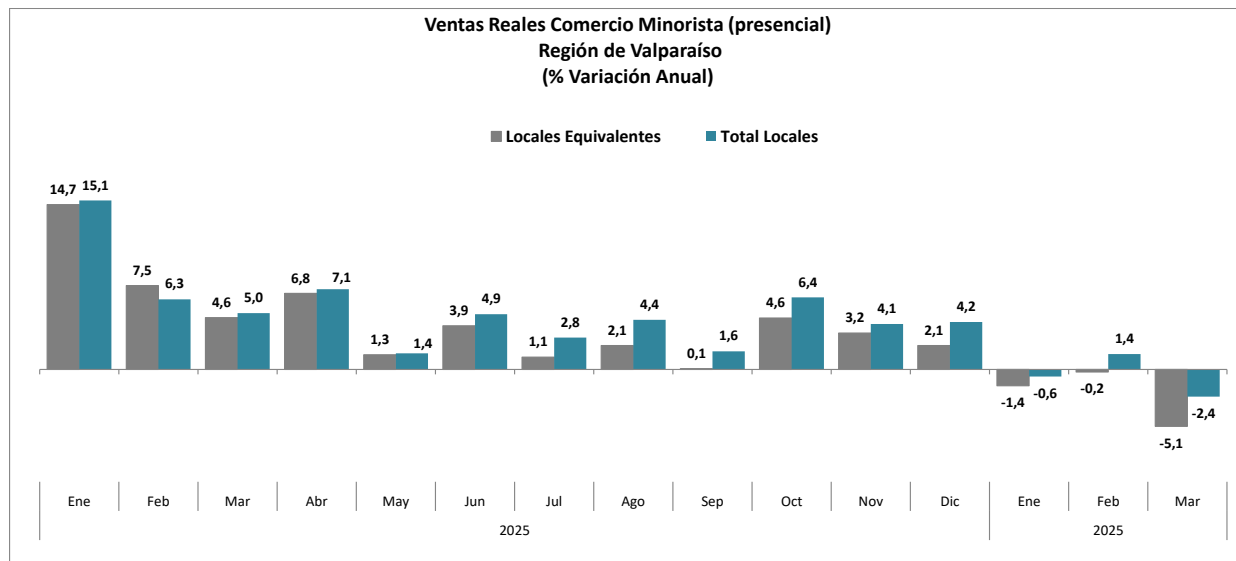
De esta manera, hacia adelante se espera que el comercio continúe enfrentando un escenario de crecimiento acotado y altamente dependiente de la evolución del empleo, las confianzas y las condiciones financieras.

Región de Valparaíso

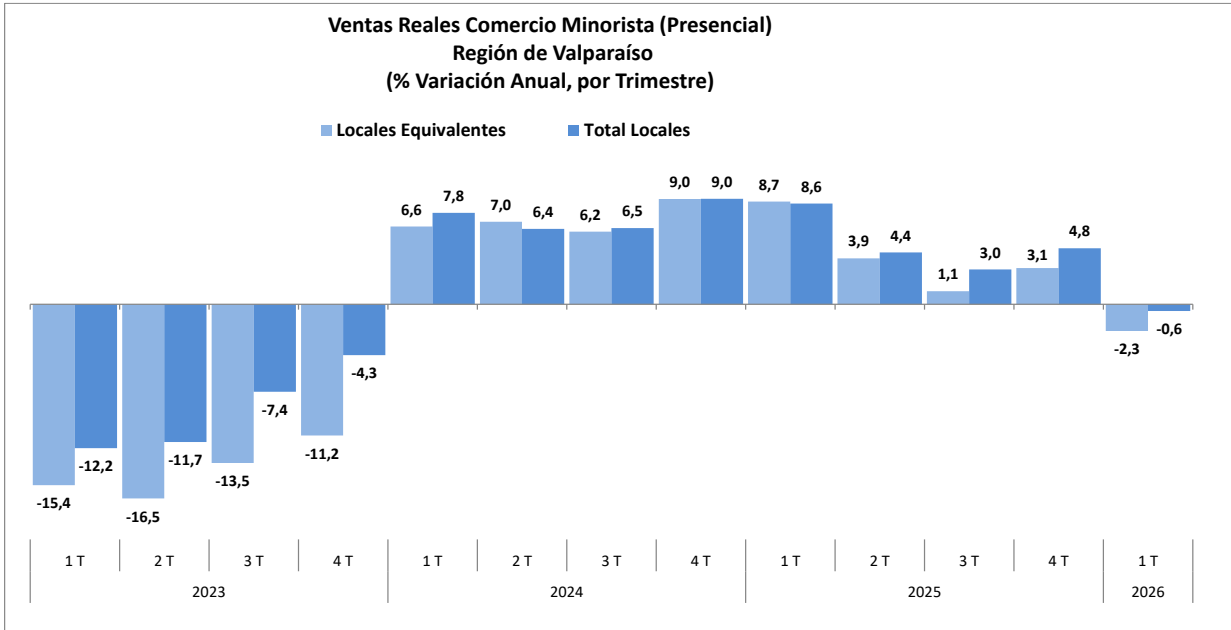
Las ventas presenciales minoristas de la Región de Valparaíso marcaron en marzo una baja real anual de 2,4%, desacelerándose frente a febrero y cerrando el primer trimestre del 2026 con una caída en el margen de 0,6%, resultado negativo que no se evidenciaba desde 2023.

En términos de locales equivalentes las ventas de la región marcaron una baja de 5,1% real anual en marzo, acumulando en el trimestre una contracción de 2,3%.

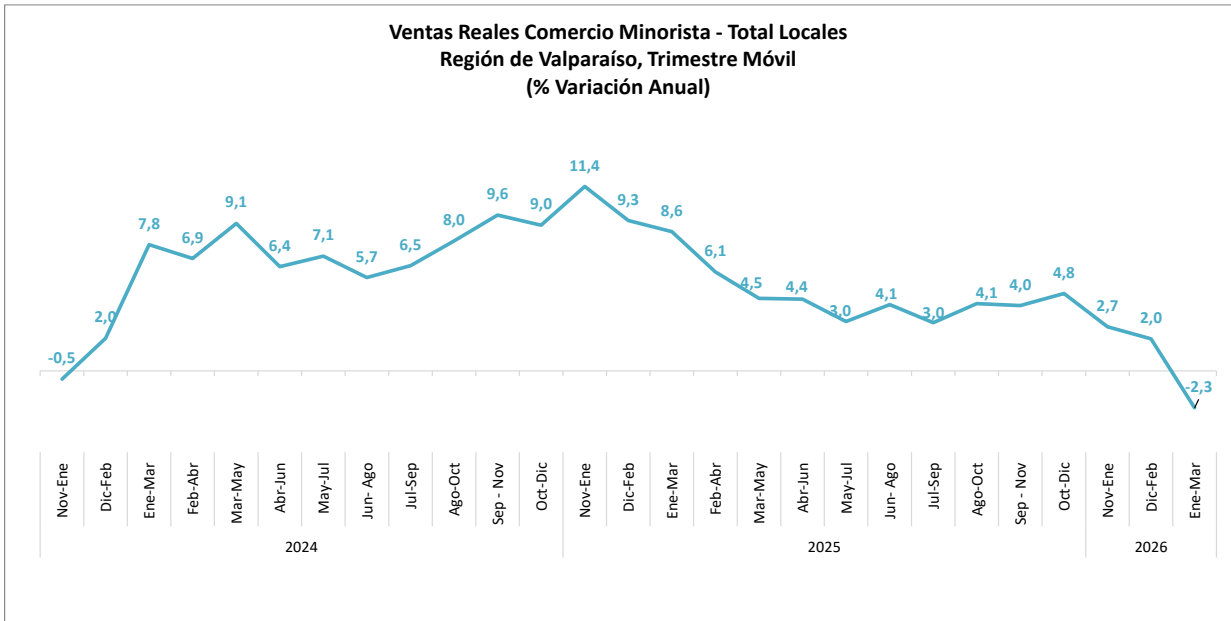
En cuanto a la evolución de los trimestres móviles, se agudiza la desaceleración evidenciada en los períodos previos, marcando una tendencia negativa en los últimos trimestres móviles.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Categorías

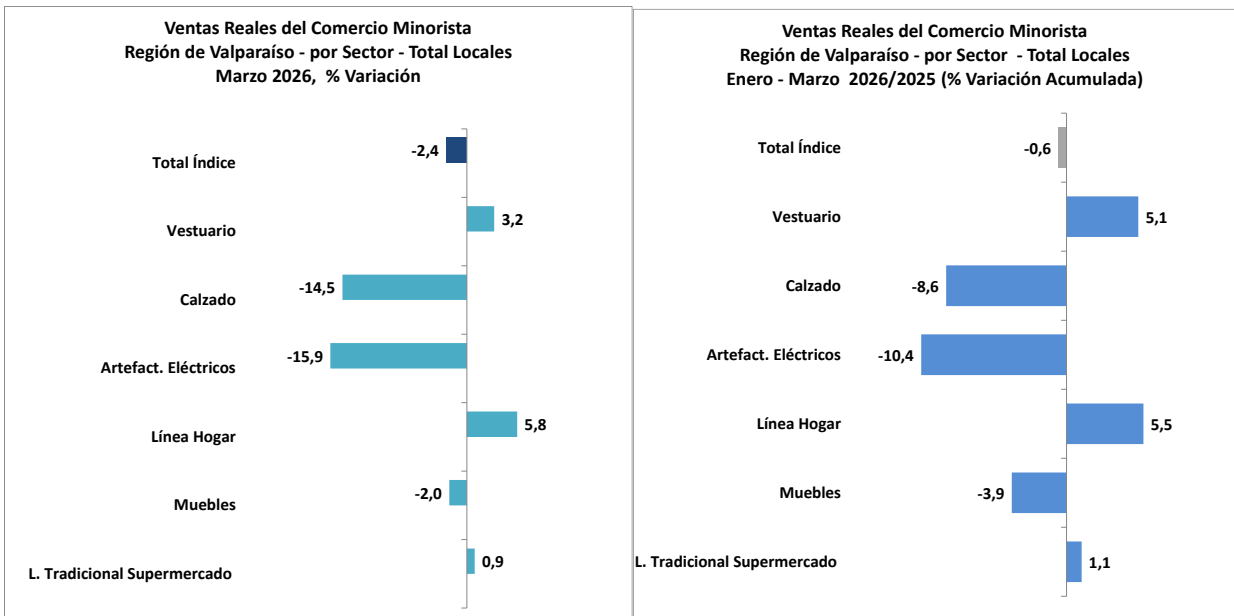
Al analizar las ventas presenciales de los distintos rubros, con fuertes bajas en Calzado y Artefactos Eléctricos, en parte por mayores bases de comparación, y resultados mixtos en las demás categorías.

Vestuario marcó en marzo un alza de 3,2% real anual, cerrando enero-marzo con un crecimiento de 5,1% real. Por su parte, Calzado cayó un 14,5% en el tercer mes del año, cerrando el primer trimestre con una baja de 8,6%.

Artefactos Eléctricos evidenció una caída de 15,9% en marzo, cerrando así los tres primeros meses del año con una baja real de 10,4%.

Por su parte, Línea Hogar registró en marzo un alza real anual de 5,8%, mientras que Muebles cayó un 2,0%. De esta manera, en el primer trimestre del año Línea Hogar acumuló un crecimiento de 5,5% y Muebles una baja de 3,9%.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados da cuenta de un alza real marginal de 0,9% en el tercer mes del año, cerrando enero-marzo con un crecimiento de 1,1%.



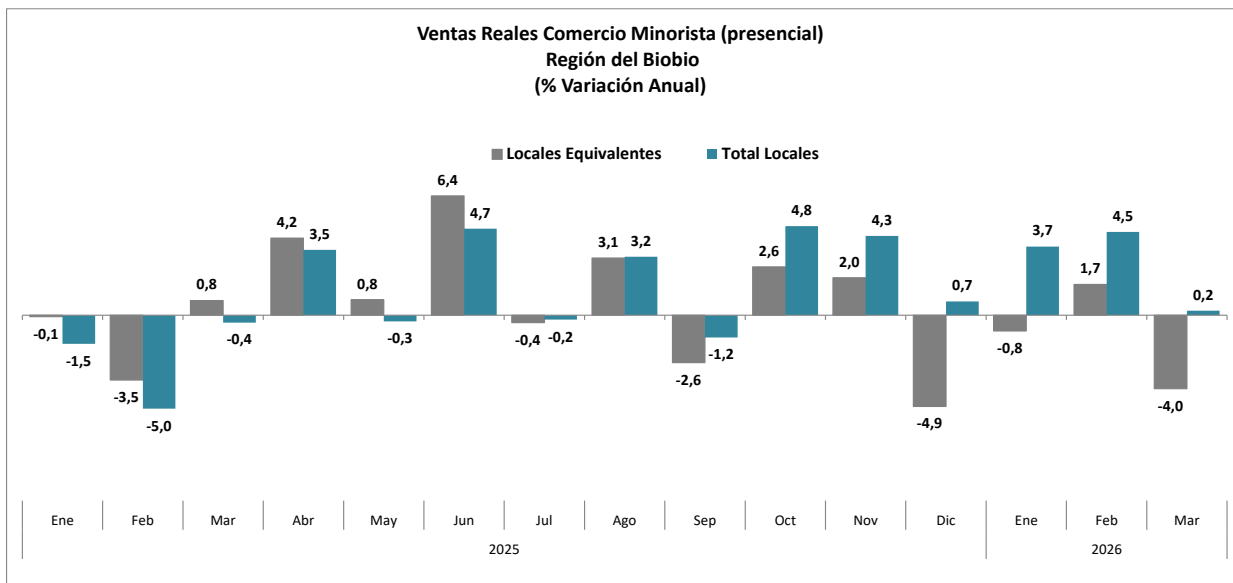
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Región del Biobío

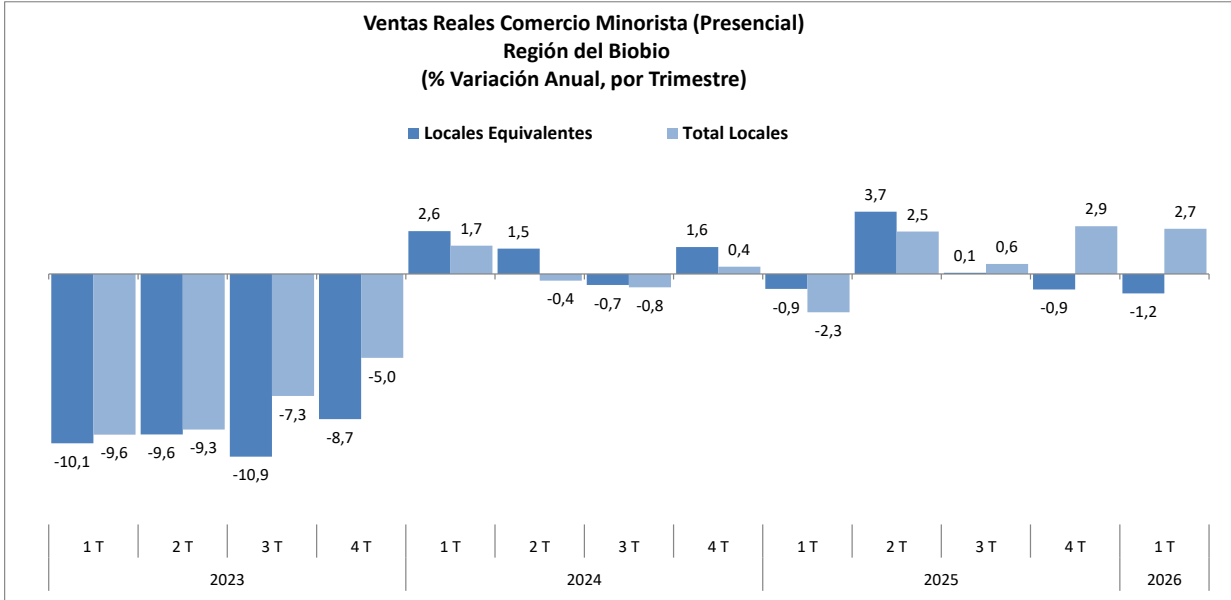
Las ventas presenciales del comercio minorista de la Región del Biobío marcaron en marzo un alza marginal de 0,2% real anual, cerrando el primer trimestre de este año con un crecimiento de 2,7% real.

En término de locales equivalentes, el tercer mes del año marcó una baja de 4,0% real anual, cayendo en el trimestre un 1,2% real.

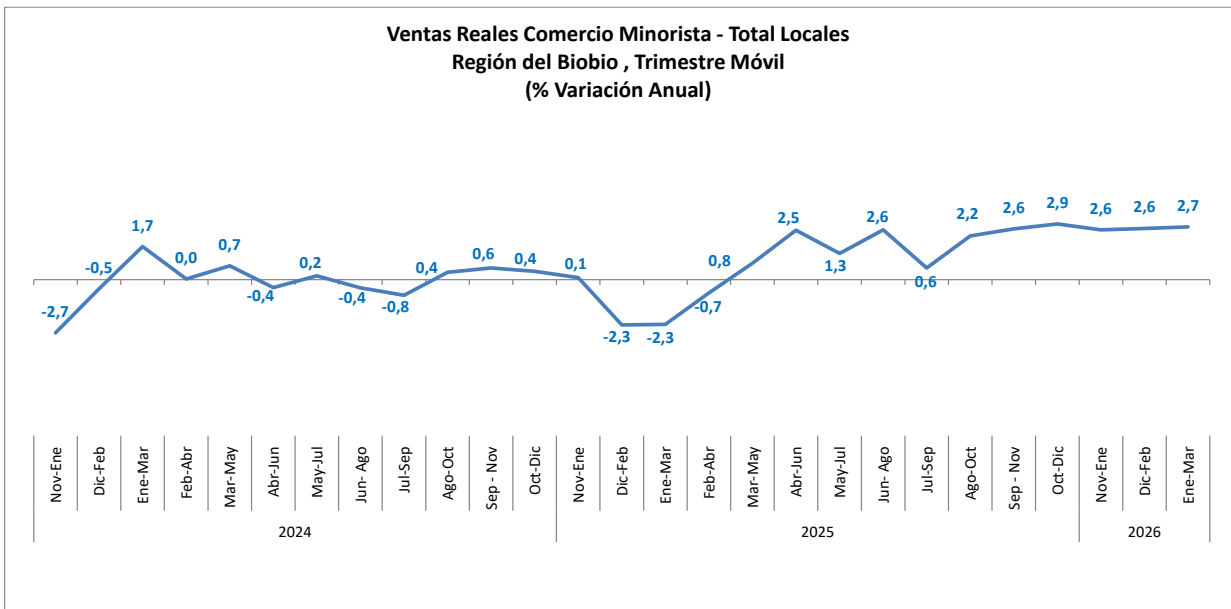
En cuanto al resultado del trimestre móvil se evidencia un resultado en línea con el período anterior, reafirmado una tendencia más bien plana desde agosto-octubre 2025.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Categorías

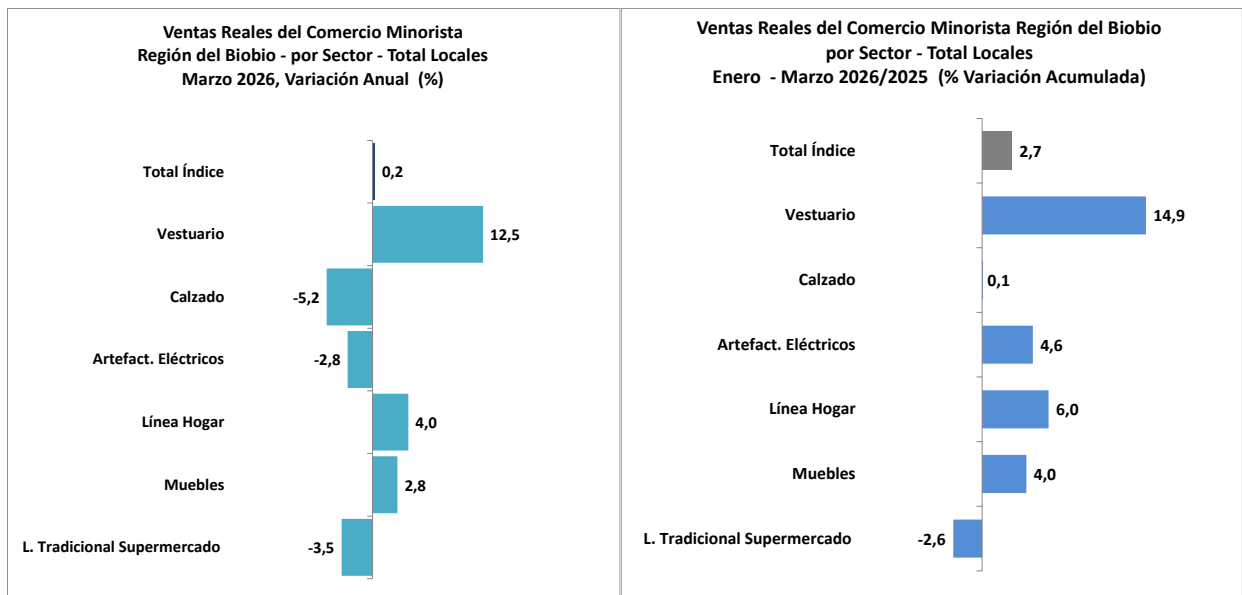
Dentro de los rubros estudiados, se evidencian bajas en Calzado, Artefactos Eléctricos y en la Línea Tradicional de Supermercados, mientras que las demás categorías marcan alzas de distinta magnitud.

Vestuario marcó un alza real anual de 12,5% en marzo y Calzado dio cuenta de una baja real anual de 5,2%. De esta manera, Vestuario cierra los tres primeros meses del año con un alza de 14,9% real y Calzado con un incremento en el margen de 0,1%.

Artefactos Eléctricos registró en marzo una contracción real anual de 2,8%, acumulando en los tres primeros meses del año un crecimiento de 4,6% real.

Línea Hogar evidenció un alza real anual de 4,0% en marzo y Muebles un incremento de 2,8%. Así, ambas categorías cierran el primer trimestre del 2026 con alzas reales de 6,0% y 4,0%, respectivamente.

La Línea Tradicional de Supermercados evidenció en el tercer mes del año una baja de 3,5% real anual, acumulando a marzo una caída de 2,6%.



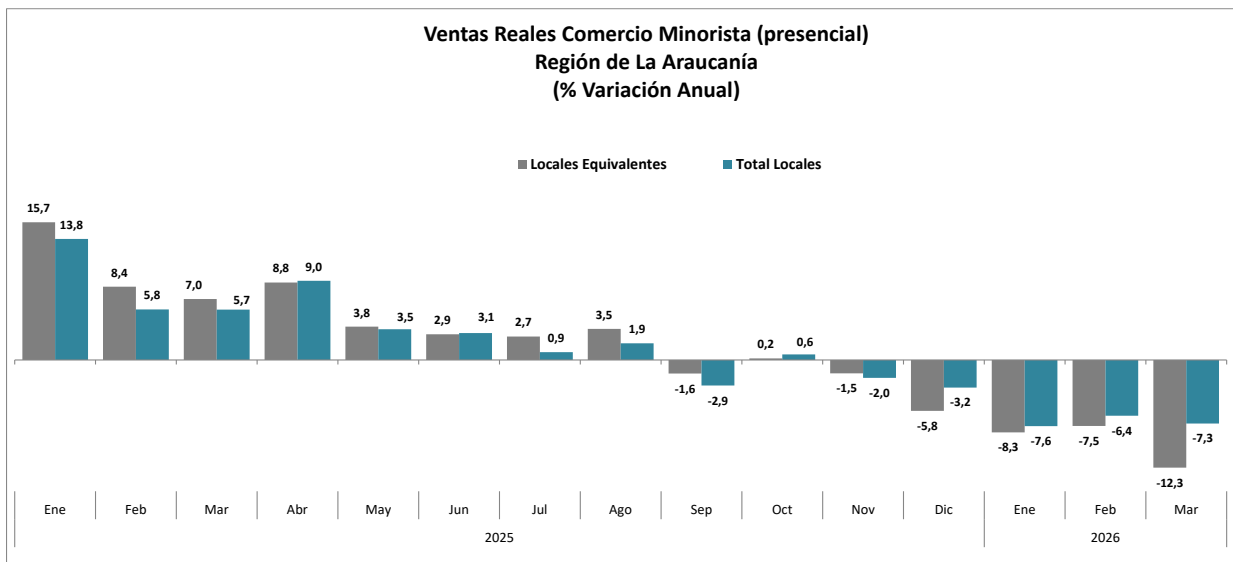
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Región de La Araucanía

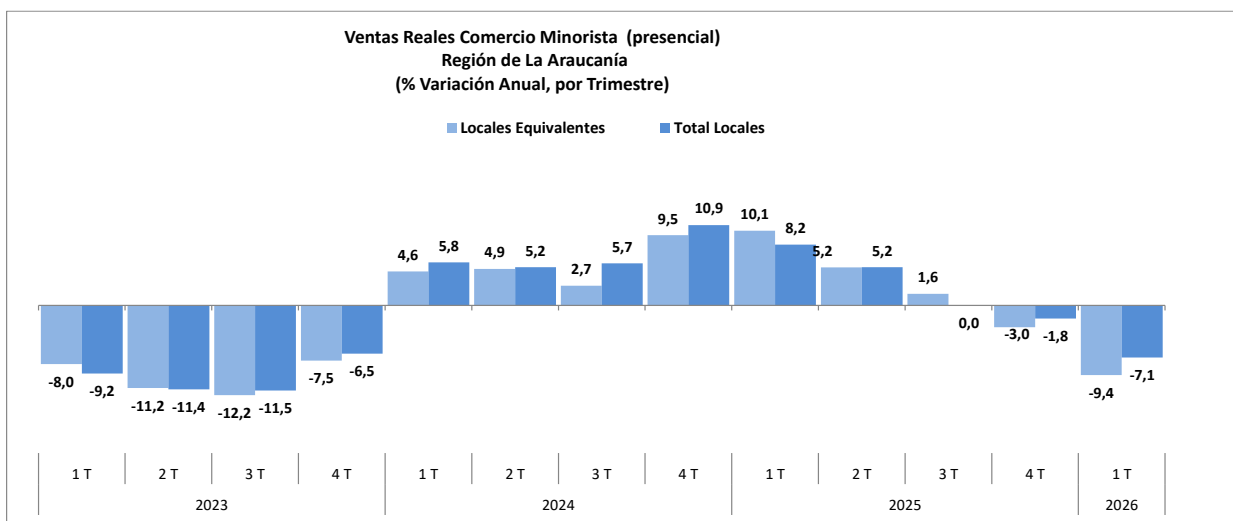
Las ventas presenciales del comercio minorista de la Región de La Araucanía marcaron una caída real anual de 7,3% en marzo, cerrando así el primer trimestre del año con una baja de 7,1%.

En términos de locales equivalentes se evidenció una contracción de 12,3% real anual en el tercer mes del año, acumulando entre enero y marzo una baja de 9,4% real.

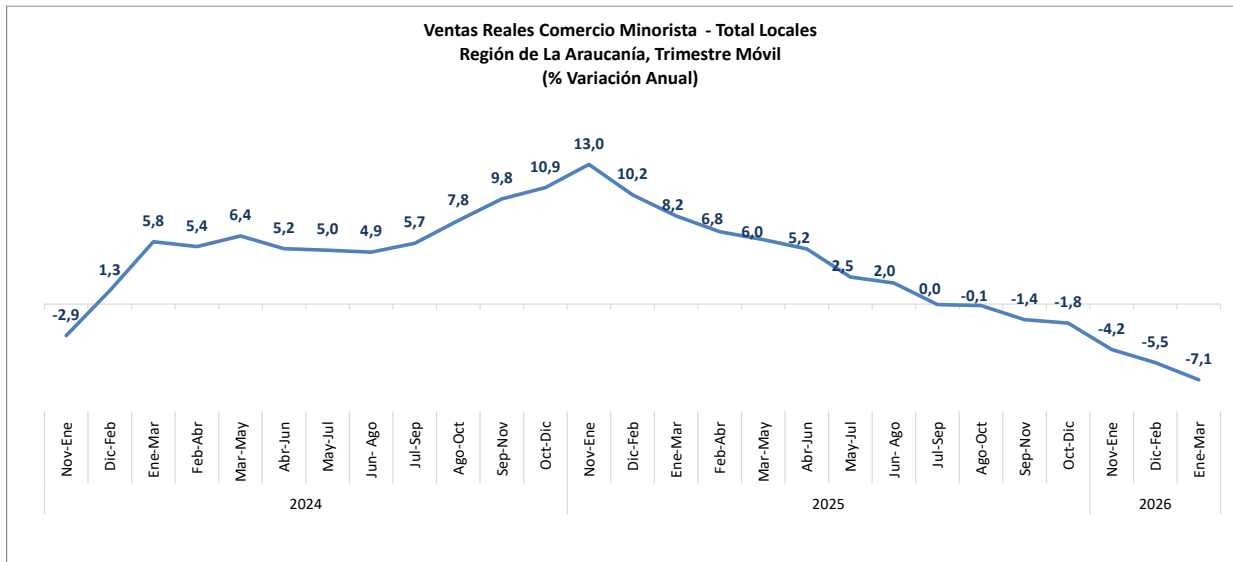
En cuanto al trimestre móvil se acentúa la tendencia negativa que ya lleva evidenciándose desde principios de 2025, con caídas en los últimos seis períodos.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Categorías

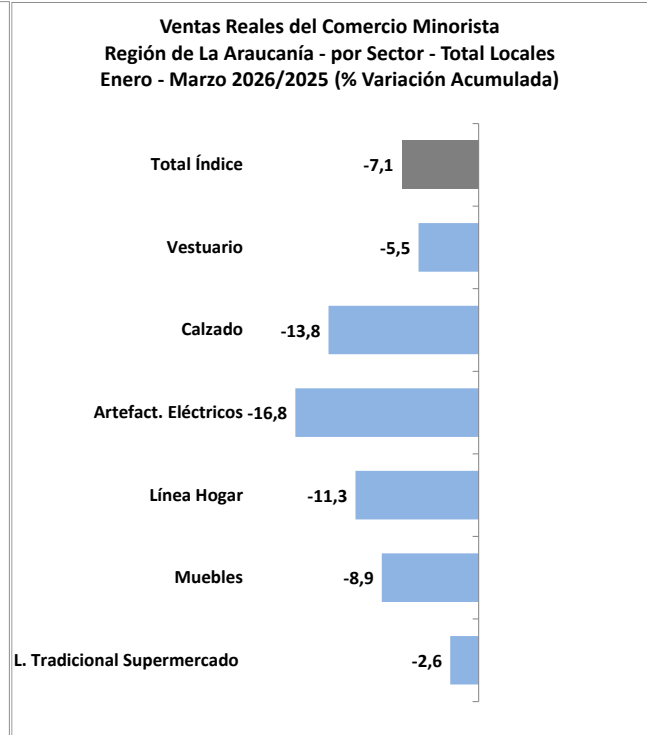
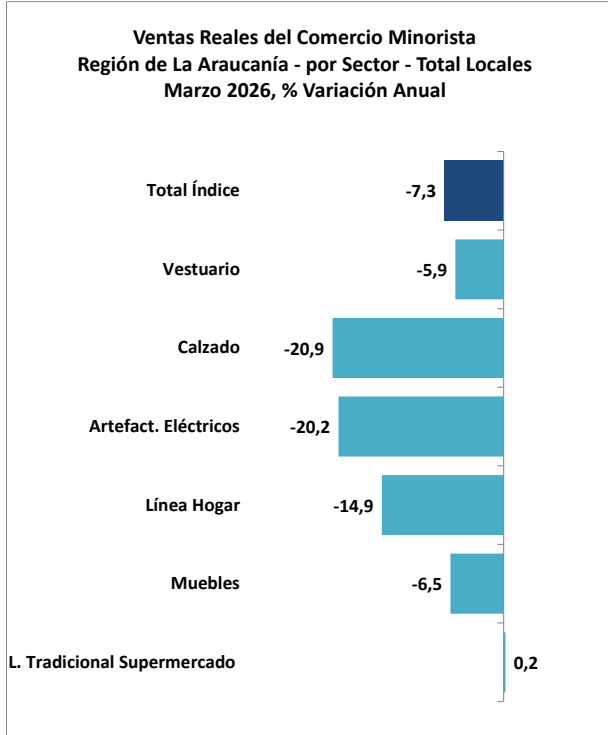
A excepción de la Línea Tradicional de Supermercados, todas las categorías marcan bajas anuales de hasta dos dígitos en sus ventas presenciales en el tercer mes del año, influidas en parte por mayores bases de comparación.

Vestuario marcó una caída real anual de 5,9% en marzo, acumulando en el primer trimestre una baja de 5,5%. Por su parte, Calzado registró una fuerte contracción anual de 20,9% en el tercer mes del año, cerrando enero-marzo con una caída de 13,8% real.

Artículos Eléctricos registró una baja real anual de 20,2% en marzo, acumulando en los tres primeros meses una caída de 16,8% real.

Línea Hogar registró una caída real anual de 14,9% en marzo y Muebles marcó una baja de 6,5% real. Ambas categorías cierran los tres primeros meses del año con disminuciones reales de 11,3% y 8,9% respectivamente.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados marcó un alza real marginal de 0,2% en marzo, cerrando el primer cuarto del año con una caída real de 2,6%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC