

Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana

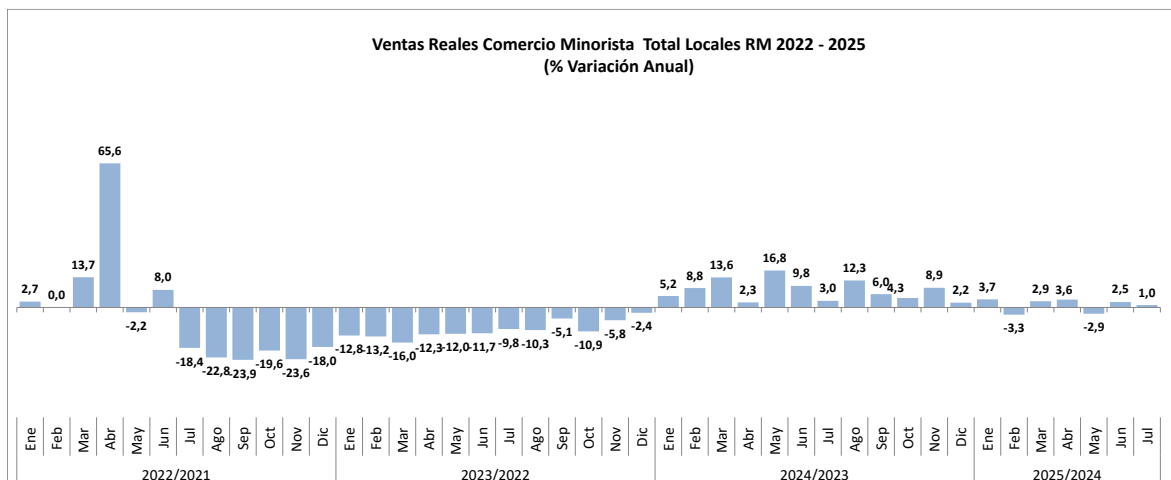
Julio 2025

Ventas del Comercio - Región Metropolitana

Según el Índice que elabora mensualmente el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana marcaron en julio un crecimiento real anual de 1,0%¹, marcando una baja con respecto al mes anterior y con ello, cierra los primeros siete meses del año con un crecimiento del 1,0%.

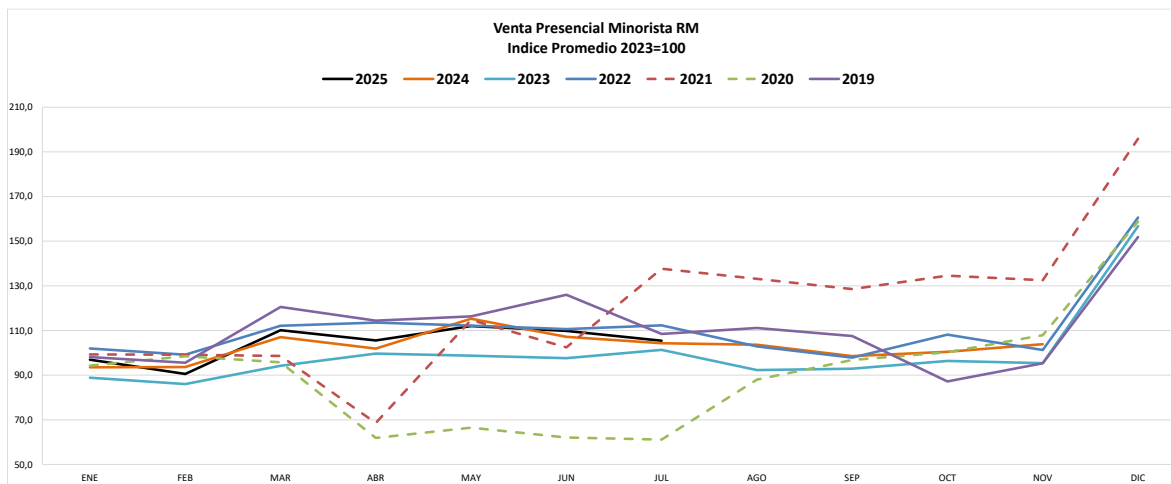
En términos de locales equivalentes el indicador marcó en el séptimo mes del año un crecimiento de 3,4% real anual, acumulando entre enero y julio un incremento de 2,4%.

La curva de los trimestres móviles desciende levemente para alcanzar un resultado casi nulo del 0,1% en el trimestre mayo – julio 2025 comparado con igual periodo del año anterior.

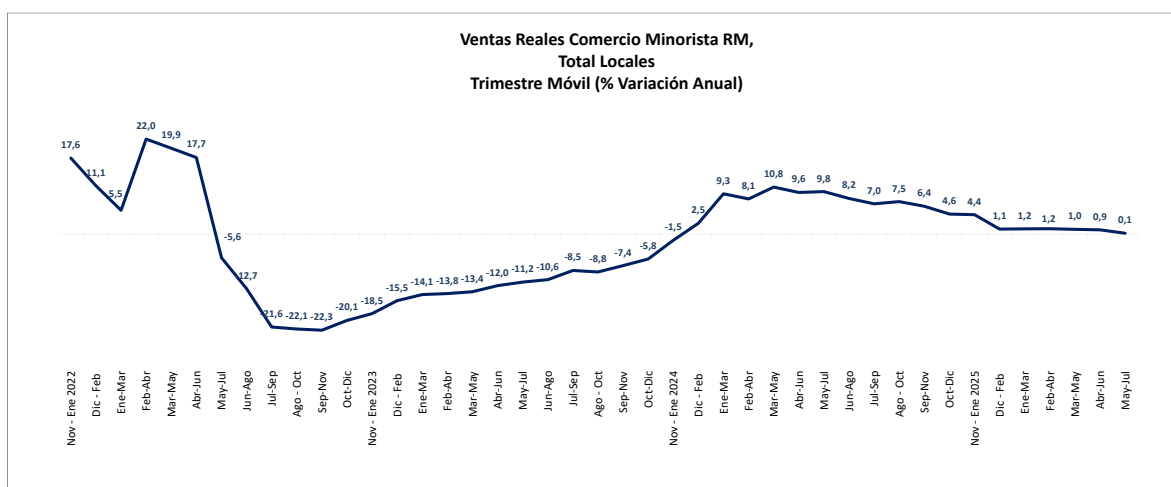


Fuente: Departamento de Estudios CNC

¹ Para llegar al resultado real, el índice de cada categoría analizada se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, luego se pondera cada una para llegar al resultado real final.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

En julio, las ventas presenciales del comercio minorista de la Región Metropolitana registraron un leve crecimiento, pero con señales de desaceleración respecto de meses anteriores, acumulando un resultado moderado en lo que va del año. El comportamiento por categorías mostró contrastes, Vestuario y Artefactos Eléctricos lideraron el dinamismo, especialmente en moda femenina y Línea Blanca y Electrodomésticos, mientras que Calzado y Muebles volvieron a retroceder. Por su parte, los bienes de consumo masivo en supermercados tradicionales se mantuvieron prácticamente estancados, evidenciando un gasto aún cauto.

Estos resultados se enmarcan en un contexto macroeconómico de consumo privado creciendo en torno al 2% según el IPoM del Banco Central, impulsado por mayores ingresos reales, menores tasas de interés y cierta recuperación de la inversión. Sin embargo, el escenario sigue condicionado por

un mercado laboral frágil, con un empleo asalariado privado que no logra repuntar con fuerza, lo que limita la capacidad de gasto de los hogares.

La confianza de los consumidores (IPEC) se mantiene en terreno pesimista pese a una leve mejora en el margen durante julio. Las expectativas económicas hacia adelante muestran señales más positivas, pero la percepción de la situación personal cayó y, particularmente, disminuyó levemente la disposición a comprar bienes para el hogar. Esta brecha entre expectativas futuras y situación presente se traduce en un consumo aún cauteloso, donde los hogares priorizan bienes esenciales y promociones, postergando decisiones de gasto más discrecional.

En síntesis, el comercio enfrenta un escenario de crecimiento moderado y heterogéneo, con dinamismo en ciertas categorías ligadas a moda y línea blanca, pero con retrocesos en rubros sensibles a la confianza y la capacidad de endeudamiento. De cara al segundo semestre, la estabilización macroeconómica y la baja de la inflación aportan un marco más favorable, pero la confianza deprimida y la incertidumbre laboral siguen siendo los principales frenos para una recuperación más robusta del consumo.

Evolución por Categorías²

Calzado y Muebles marcan bajas anuales en sus ventas presenciales, mientras que las demás categorías marcan alzas de distinta magnitud.

Vestuario marcó un crecimiento de 4,1% real anual, donde destaca Vestuario Mujer con un alza de 13%, mientras que Vestuario Hombre tiene un crecimiento casi nulo del 0,1% y Vestuario Infantil una baja del 1,7%. Por su parte, Calzado registró una caída real anual de 11,9%, evidenciando una baja superior a lo registrado en el mes de junio. De esta manera, Vestuario acumuló en el período enero-julio un alza real de 5,0% y Calzado una baja del 5,7% en el periodo.

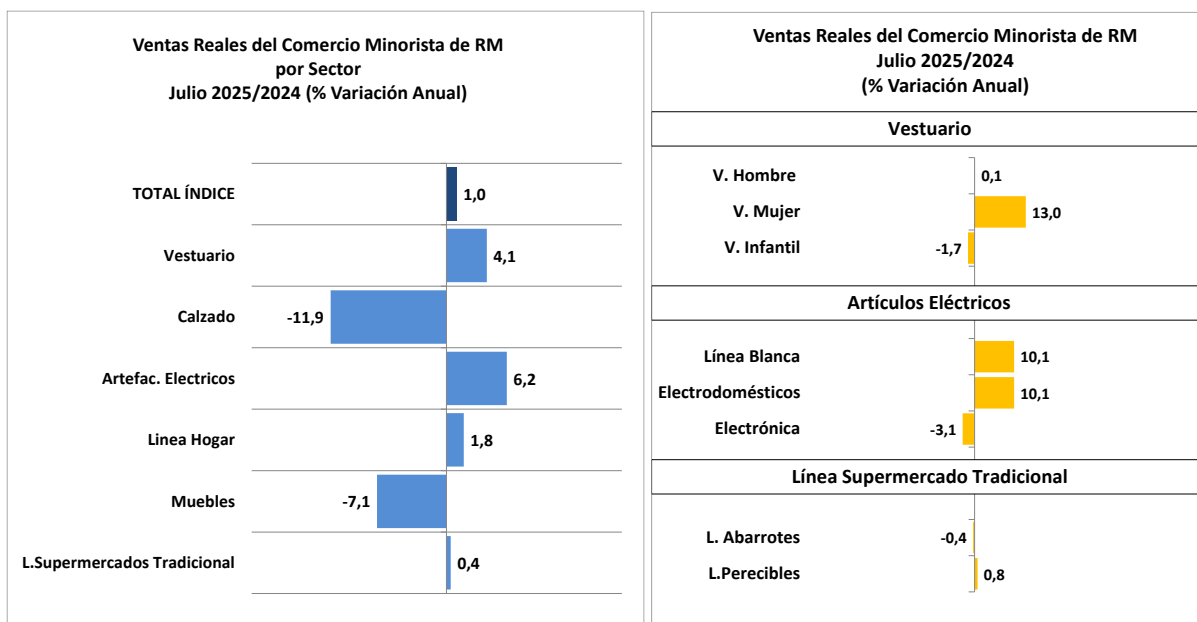
Artefactos Eléctricos registró un alza de 6,2% real anual en el séptimo mes del año, con Línea Blanca y Electrodomésticos creciendo 10,1% en ambas categorías, mientras que Electrónica presenta una baja del 3,1%. De esta manera, la categoría cierra el período enero-julio con un incremento real anual de 2,9%.

Línea Hogar evidenció en julio un incremento real anual de 1,8% y Muebles una baja del 7,1%. Con ello las categorías acumulan al séptimo mes del año, un crecimiento del 5,2% en el caso de Línea Hogar, mientras que Muebles cierra con una caída del 4,6%.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados marcó un incremento marginal de 0,4% real anual en sus ventas de julio, dando cuenta de una baja de 0,4% real anual en abarrotes y una leve alza del 0,8% en la categoría Perecible. En el acumulado a julio, supermercado tradicional presenta una caída del 0,2%, donde Abarrotes acumula una baja del 0,9% y Perecible un alza real anual de 0.6%.

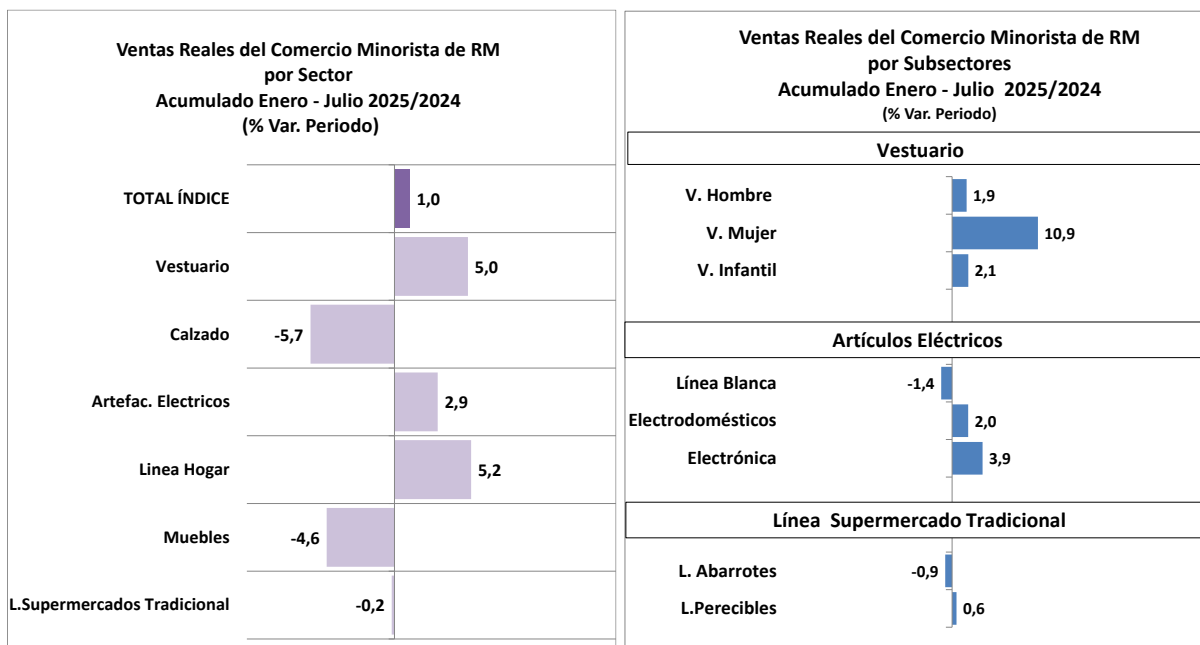
² Para llegar al resultado real cada categoría se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, donde se han producido caídas anuales en los precios de la mayoría de las categorías.

Ventas Presenciales del Comercio Julio 2025 – Evolución Categorías



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas del Comercio Acumuladas Julio 2025 – Evolución Sectores



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Variaciones Ventas Totales Presenciales del Comercio Minorista RM por Categoría (%)

Var. Anual (%)	Total Índice	Vestuario	Calzado	Artefac. Eléctricos	Línea Hogar	Muebles	Línea Tradicional Supermercados		
							Abarrotes	Perecibles	Total
Ene.2023/2022	-12,8	3,7	1,9	-34,8	-23,7	-32,0	-16,9	-6,1	-12,5
Feb	-13,2	-7,8	-1,2	-27,7	-22,2	-28,1	-16,6	-2,9	-11,4
Mar	-16,0	-22,7	-18,4	-27,7	-19,4	-24,5	-15,9	3,6	-8,5
Abr	-12,3	-17,7	-19,4	-23,3	-19,2	-33,3	-12,7	12,9	-3,3
May	-12,0	-14,9	-19,6	-23,0	-21,2	-26,0	-12,6	12,4	-3,3
Jun	-11,7	-14,9	-16,8	-21,5	-20,9	-31,4	-7,5	-0,9	-5,1
Jul	-9,8	-13,5	-19,2	-12,2	-15,2	-20,9	-9,3	1,0	-5,4
Ago	-10,3	-12,6	-17,3	-9,6	-14,0	-18,9	-12,0	-2,3	-8,4
Sep	-5,1	-9,7	-10,2	-2,5	5,4	-6,6	-7,3	2,5	-3,7
Oct	-10,9	-12,6	-22,5	-5,3	-5,9	-4,7	-14,5	-4,0	-10,6
Nov	-5,8	-7,9	-17,0	-6,7	-2,5	-3,3	-6,9	1,6	-3,7
Dic	-2,4	-3,4	-13,5	2,3	3,4	-7,0	-4,2	3,1	-1,5
Ene.2024/2023	5,2	10,8	-2,1	21,0	-0,9	-2,8	1,4	-0,4	0,5
Feb	8,8	11,9	0,0	21,3	8,3	8,1	7,6	2,7	5,3
Mar	13,6	24,3	9,2	14,0	10,4	5,7	14,6	7,5	11,2
Abr	2,3	11,3	6,6	13,7	1,5	-1,6	-5,8	-3,6	-5,3
May	16,8	34,3	34,6	29,8	29,1	-3,3	2,5	1,7	1,8
Jun	9,8	17,3	9,6	17,0	23,2	28,4	2,8	2,3	1,9
Jul	3,0	4,2	-3,8	6,9	3,9	8,2	1,0	2,8	1,2
Ago	12,3	17,5	2,4	23,4	22,0	30,7	5,8	8,0	6,3
Sep	6,0	11,0	-0,2	8,0	8,6	10,9	2,3	6,5	3,9
Oct	4,3	8,7	6,7	12,0	4,7	2,4	-1,9	4,2	0,6
Nov	8,9	12,6	14,0	18,5	10,2	9,6	2,4	6,6	4,1
Dic	2,2	1,3	-2,5	15,6	15,1	14,3	-4,5	1,2	-1,8
Ene.2025/2024	3,7	4,8	-1,2	9,2	9,6	-2,2	1,3	3,1	2,2
Feb	0,2	1,4	-3,2	3,9	8,1	-2,3	-2,7	0,5	-1,2
Mar	1,2	5,4	-0,6	6,5	8,7	-1,7	-3,5	-0,2	-2,0
Abr	1,8	6,7	-1,0	4,4	8,9	-3,4	-1,4	0,2	-0,8
May	0,7	4,0	-4,5	0,3	5,3	-3,6	-0,3	1,1	0,2
Jun	1,0	5,1	-4,8	2,4	5,7	-4,2	-1,0	0,5	-0,3
Jul	1,0	5,0	-5,7	2,9	5,2	-4,6	-0,9	0,6	-0,2

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Variaciones Ventas del Comercio Minorista RM (%)

	Índice Total Locales - Variación (%)				Índice Local Equivalente - Variación (%)			
	Anual	Trimestral	Semestral	Acumulada	Anual	Trimestral	Semestral	Acumulada
2019				-4,5				-5,3
2020				-18,0				-21,3
2021				32,3				28,9
2022				-7,8				-6,4
2023				-10,0				-8,6
2024				7,4				8,2
ENE.2023	-12,8			-12,8	-11,4			-11,4
FEB	-13,2			-13,0	-11,5			-11,4
MAR	-16,0	-14,1		-14,1	-13,5	-12,2		-12,2
ABR	-12,3			-13,6	-13,1			-12,4
MAY	-12,0			-13,3	-10,0			-11,9
JUN	-11,7	-12,0	-13,0	-13,0	-9,6	-10,9	-11,5	-11,5
JUL	-9,8			-12,5	-6,7			-10,8
AGO	-10,3			-12,3	-7,5			-10,4
SEP	-5,1	-8,5		-11,5	-4,4	-6,3		-9,8
OCT	-10,9			-11,5	-10,2			-9,9
NOV	-5,8			-11,0	-5,3			-9,5
DIC	-2,4	-5,8	-7,1	-10,0	-2,3	-5,5	-5,8	-8,6
ENE.2024	5,2			5,2	7,0			7,0
FEB	8,8			7,0	9,7			8,4
MAR	13,6	9,3		9,3	13,7	10,3		10,3
ABR	2,3			7,4	4,4			8,7
MAY	16,3			9,3	15,4			10,1
JUN	9,8	9,6	9,5	9,5	9,5	10,0	10,1	10,1
JUL	3,0			8,5	3,7			9,1
AGO	12,3			8,9	13,1			9,6
SEP	6,0	7,0		8,6	5,3	7,3		9,2
OCT	4,3			8,2	3,9			8,6
NOV	8,9			8,2	9,1			8,7
DIC	2,2	4,6	5,7	7,4	4,9	5,8	6,5	8,2
ENE.2025	3,7			3,7	3,0			3,0
FEB	-3,3			0,2	-3,4			-0,2
MAR	2,9	1,2		1,2	3,3	1,1		1,1
ABR	3,6			1,8	3,4			1,7
MAY	-2,9			0,7	0,6			1,5
JUN	2,5	0,9	1,0	1,0	6,1	3,3	2,3	2,3
JUL	1,0			1,0	3,4			2,4

Fuente: Departamento de Estudios CNC