

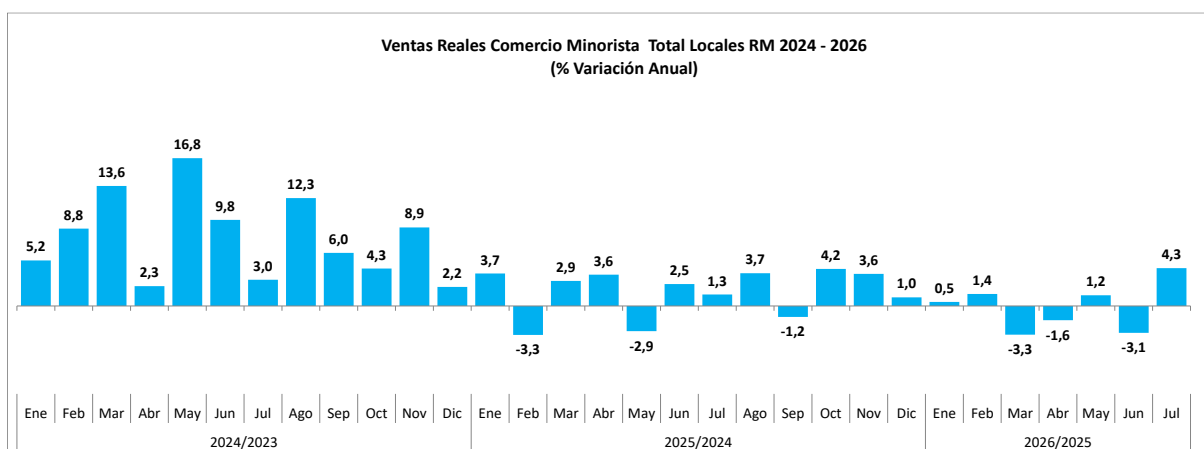
Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana - Julio 2026

Ventas del Comercio - Región Metropolitana

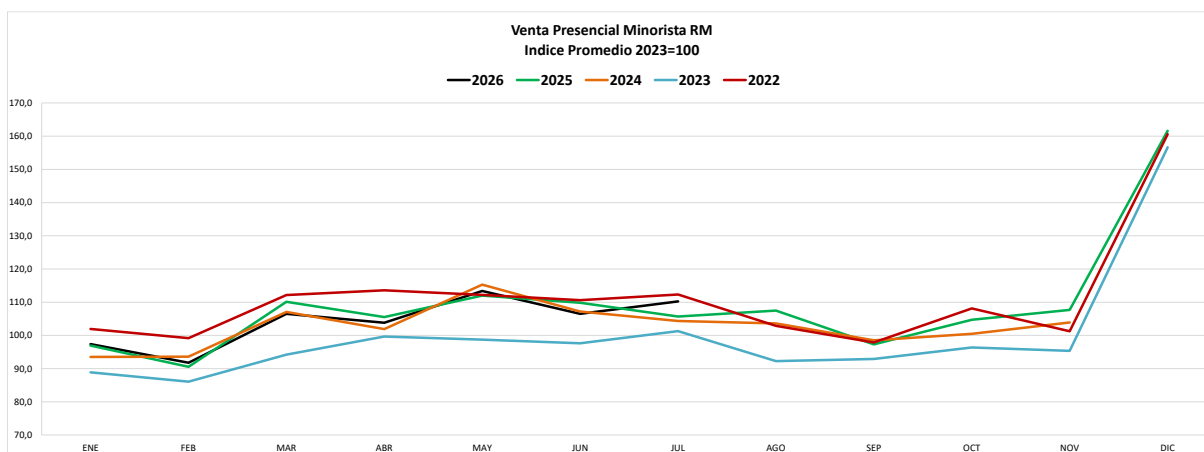
Según el Índice que elabora mensualmente el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana marcaron en julio un alza de 4,3% real anual, por sobre el resultado de junio y cerrando así enero-julio con una baja en el margen de 0,1%.

En términos de locales equivalentes el indicador marcó en julio un incremento de 2,0% real anual, cerrando los siete meses con un alza de 0,8%.

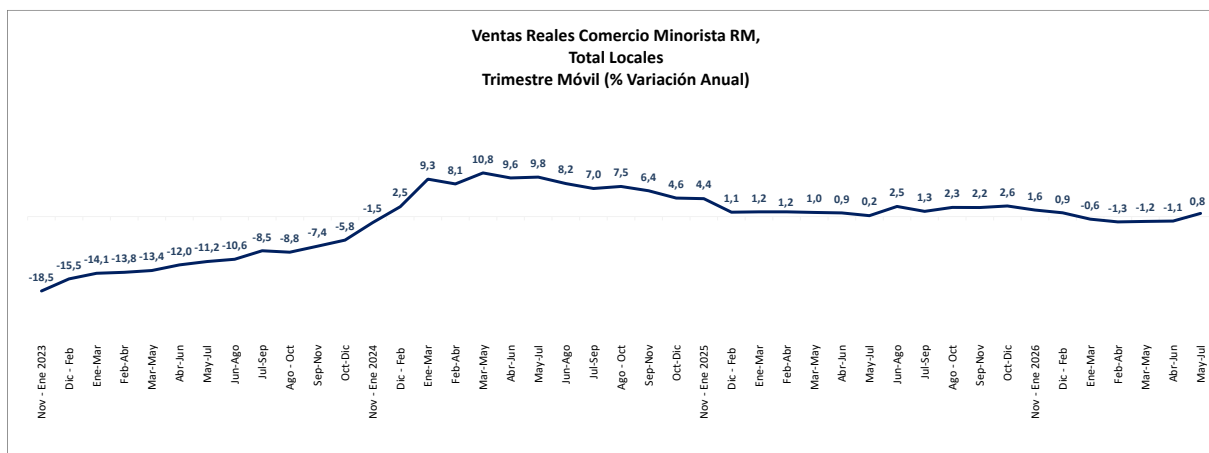
En cuanto a los trimestres móviles, se evidencia un alza marginal de 0,8% en mayo-julio, acelerándose levemente tras cuatro períodos de bajas, pero manteniéndose una tendencia más bien plana en lo que va del año.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

Las ventas presenciales del comercio minorista de la Región Metropolitana mostraron en julio un repunte de 4,3% real anual, tras la caída registrada en junio. Si bien el resultado constituye una señal positiva, aún no permite hablar de un cambio de tendencia: entre enero y julio las ventas acumulan una variación prácticamente nula (-0,1%) y el trimestre móvil mayo-julio crece apenas 0,8%, manteniendo una trayectoria más bien plana. A ello se suma una alta heterogeneidad entre categorías: Vestuario continúa mostrando mayor dinamismo, mientras Artefactos Eléctricos, especialmente Electrónica y Muebles, siguen rezagados. Esto refleja un consumo que se recupera de manera muy selectiva y sensible al precio, con hogares que priorizan sus decisiones de gasto, comparan alternativas y concentran una mayor parte de sus compras en promociones y eventos de descuento.

El escenario macroeconómico ofrece algunos apoyos para el segundo semestre, pero todavía con restricciones importantes. La inflación ha demorado su convergencia hacia la meta y no está exenta de riesgos futuros, por lo que continúa siendo un factor relevante para el poder adquisitivo de los hogares. A ello se suma una recuperación de los ingresos reales y un mayor dinamismo del crédito, que contribuyen a sostener el consumo. Sin embargo, la actividad económica continúa mostrando un bajo crecimiento, más allá de señales puntuales positivas, mientras el mercado laboral permanece debilitado, con desempleo elevado y una creación de empleo concentrada principalmente en ocupaciones informales. La confianza de los consumidores, por su parte, continúa en terreno pesimista. En este contexto, esperamos que la recuperación del comercio sea gradual y heterogénea, más cercana a una normalización que a un ciclo expansivo robusto. Para consolidar un mayor dinamismo será clave que la mejora de la actividad se traduzca en empleo formal e ingresos, fortaleciendo la capacidad de gasto de los hogares y permitiendo una recuperación más sostenida de la demanda.

Evolución por Categorías¹

En cuanto a las categorías estudiadas, Muebles marca una fuerte caída, Línea Hogar da cuenta de una baja en el margen y las demás categorías evidencian alzas de distinta magnitud.

Vestuario marcó un alza de 9,6% real anual en julio, acumulando en los siete meses del año un crecimiento real de 6,7%. Dentro de la categoría destaca Vestuario Mujer que registró un crecimiento de 10,8%, seguido por Vestuario Infantil con un alza de 29,4%, mientras que Vestuario Hombre evidenció una baja de 2,9% real anual.

Calzado, enfrentado a una menor base de comparación, evidenció en el séptimo mes del año un crecimiento de 13,4%. De esta manera, el rubro cerró el período enero-julio con una baja de 1,1% real.

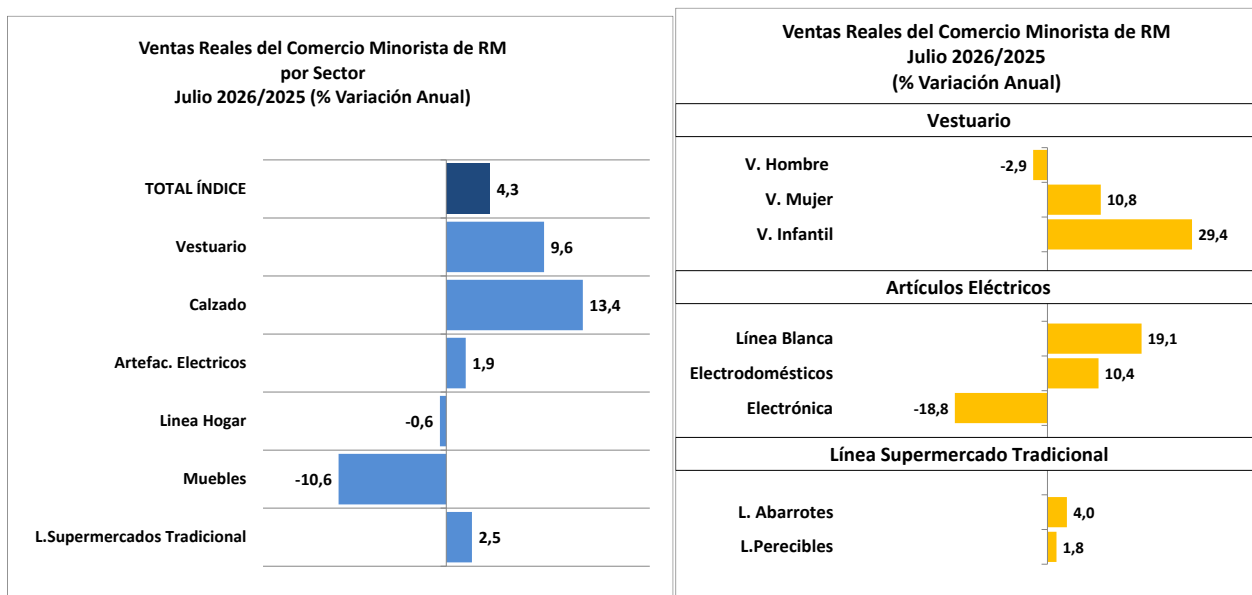
Por su parte, Artefactos Eléctricos marcó un alza de 1,9% en julio, tras siete períodos de caídas, cerrando al séptimo mes del año con una baja de 7,5%. Dentro del rubro, destaca la baja de 18,8% real anual en electrónica, acumulando a julio una contracción de 21,2%, luego Electrodomésticos y Línea Blanca repuntan con alza de 10,4% y 19,1% respectivamente, cerrando el período enero-julio con una baja de 0,9% en Electrodomésticos y un alza de 1,0% en Línea Blanca.

Línea Hogar evidenció en julio una caída en el margen de 0,6% y Muebles registró una fuerte contracción anual de 10,6% real. Dado estos resultados, Línea Hogar cierra con un alza en el margen de 0,1% real los siete primeros meses de 2026 y Muebles con una caída de 2,0%.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados marcó un alza de 2,5% real anual en sus ventas de julio, acelerándose levemente frente a meses previos. Así, entre enero y julio, la categoría alcanzó una contracción de 0,6% real, donde Abarrotes acumuló una caída de 0,6% y Perecible una baja de 0,2%.

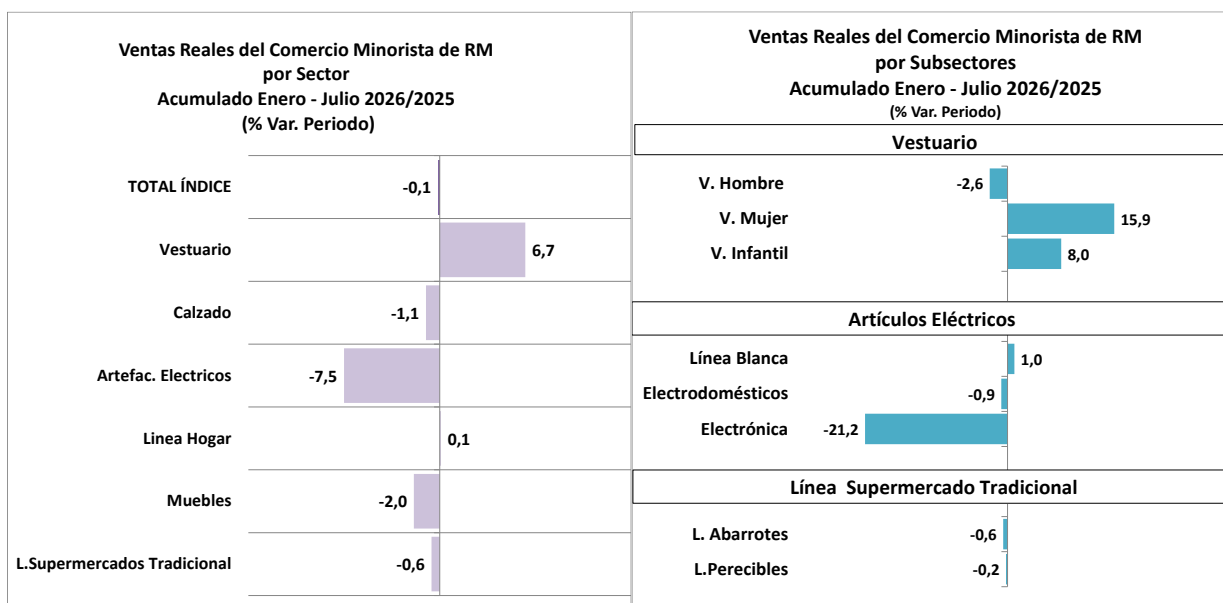
¹ Para llegar al resultado real cada categoría se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, donde se han producido caídas anuales en los precios de la mayoría de las categorías.

Ventas Presenciales del Comercio Julio 2026 – Evolución Categorías



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas del Comercio Acumuladas Enero - Julio 2026 – Evolución Sectores



Fuente: Departamento de Estudios CN

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.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	-3,3	-2,2	-4,8	-1,5	6,6	-2,5	-6,5	-2,2	-4,6
Mar	2,9	13,2	4,8	11,1	9,9	-0,6	-4,7	-1,4	-3,4
Abr	3,6	10,2	-2,2	-1,4	9,3	-9,1	5,0	1,4	3,2
May	-2,9	-3,6	-14,8	-12,1	-5,6	-4,5	4,2	4,6	4,3
Jun	2,5	10,1	-6,3	12,6	7,5	-7,1	-4,0	-2,2	-2,9
Jul	1,3	5,4	-11,6	5,4	2,1	-4,2	-0,4	0,8	0,4
Ago	3,7	13,0	2,7	2,4	-1,4	-5,6	1,2	2,6	2,2
Sep	-1,2	7,7	-9,4	1,1	-1,7	-1,6	-5,3	-2,9	-3,9
Oct	4,2	14,0	4,7	8,6	-0,1	-5,6	-1,4	2,1	0,6
Nov	3,6	14,2	-3,3	2,4	8,6	1,8	-0,5	0,9	0,3
Dic	1,0	12,5	0,1	-9,9	0,6	-10,8	-2,6	-3,2	-3,0
Ene.2026/2025	0,5	8,6	3,7	-6,4	4,0	-2,8	-1,3	-0,9	-1,2
Feb	1,4	12,5	2,3	-10,0	-2,7	-5,7	1,3	1,6	1,3
Mar	-3,3	3,6	-11,3	-12,2	-4,2	-0,1	-2,3	-1,7	-2,2
Abr	-1,6	4,4	-12,5	-8,2	-2,1	0,3	-1,7	0,4	-0,9
May	1,2	6,2	2,2	-7,4	5,7	1,9	1,2	0,9	0,9
Jun	-3,1	4,0	-2,5	-10,5	0,2	3,8	-5,6	-3,4	-4,8
Jul	4,3	9,6	13,4	1,9	-0,6	-10,6	4,0	1,8	2,5

Variaciones Ventas del Comercio Minorista RM (%)

	Índice Total Locales - Variación (%)				Índice Local Equivalente - Variación (%)			
	Anual	Trimestral	Semestral	Acumulada	Anual	Trimestral	Semestral	Acumulada
2021				32,3				28,9
2022				-7,8				-6,4
2023				-10,0				-8,6
2024				7,4				8,2
2025				1,5				3,3
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	1,3			1,1	3,2			2,4
AGO	3,7			1,4	5,2			2,7
SEP	-1,2	1,3		1,1	1,7	3,4		2,6
OCT	4,2			1,4	6,6			3,0
NOV	3,6			1,6	6,0			3,3
DIC	1,0	2,6	2,0	1,5	3,2	4,9	4,2	3,3
ENE.2026	0,5			0,5	3,3			3,3
FEB	1,4			0,9	3,7			3,5
MAR	-3,3	-0,6		-0,6	-1,0	1,8		1,8
ABR	-1,6			-0,9	-0,2			1,3
MAY	1,2			-0,4	1,8			1,4
JUN	-3,1	-1,1	-0,9	-0,9	-3,3	-0,5	0,6	0,6
JUL	4,3			-0,1	2,0			0,8

Fuente: Departamento de Estudios CNC