

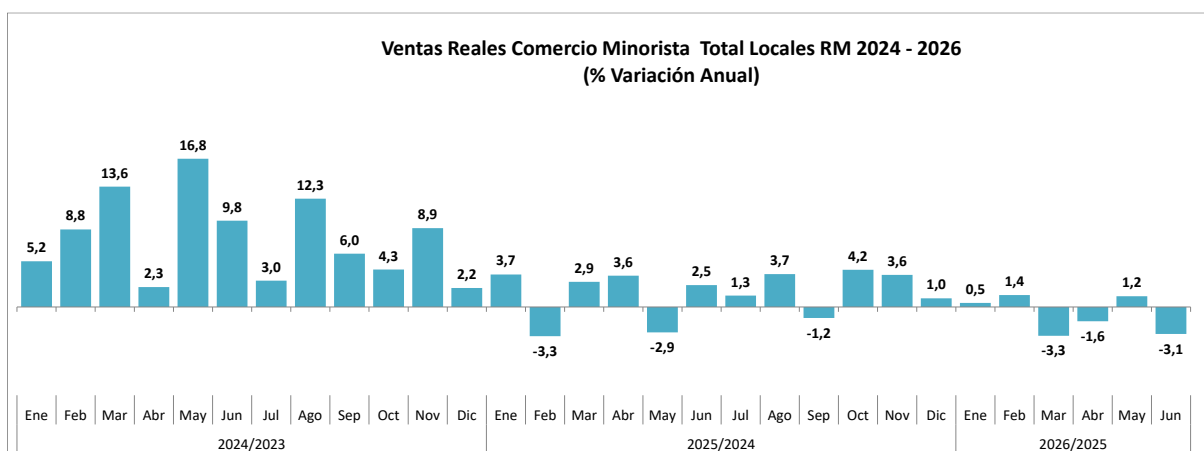
Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana - Junio 2026

Ventas del Comercio - Región Metropolitana

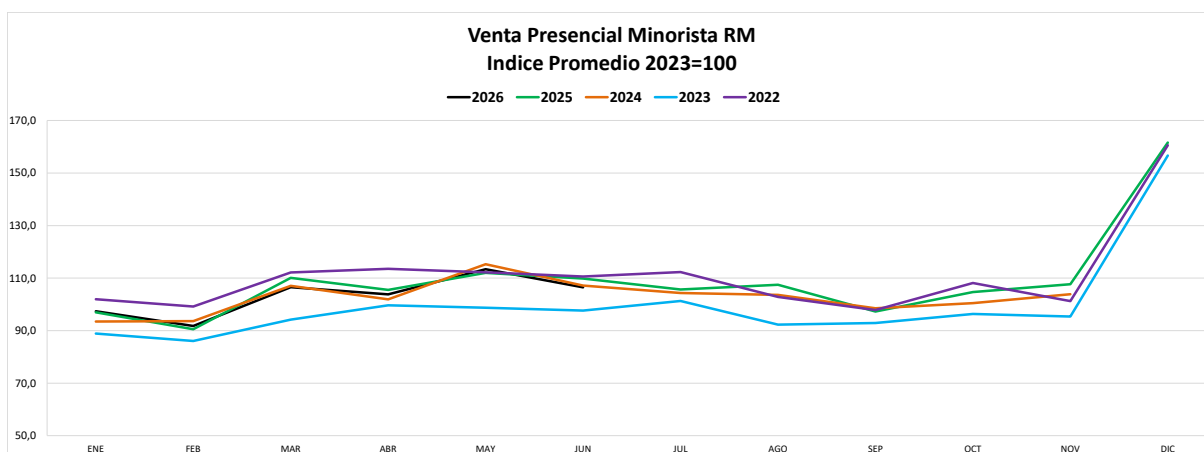
Según el Índice que elabora mensualmente el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana marcaron en junio una baja de 3,1% real anual, cerrando así el primer semestre del año con una baja en el margen de 0,9%.

En términos de locales equivalentes el indicador marcó en junio una caída de 3,3% real anual, cerrando los seis primeros meses con un alza de 0,6%.

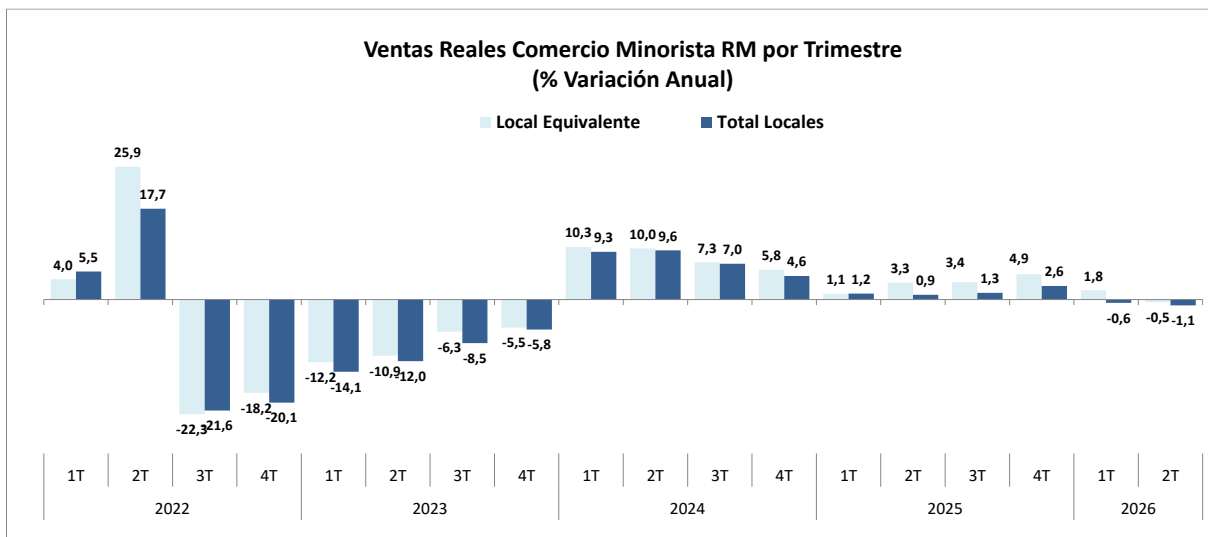
El segundo trimestre del año dio cuenta de una baja de 1,1%, bastante en línea con el primer trimestre dando cuenta de un débil 2026. En cuanto a los trimestres móviles, se evidencia una tendencia bastante plana en los últimos cuatro períodos.



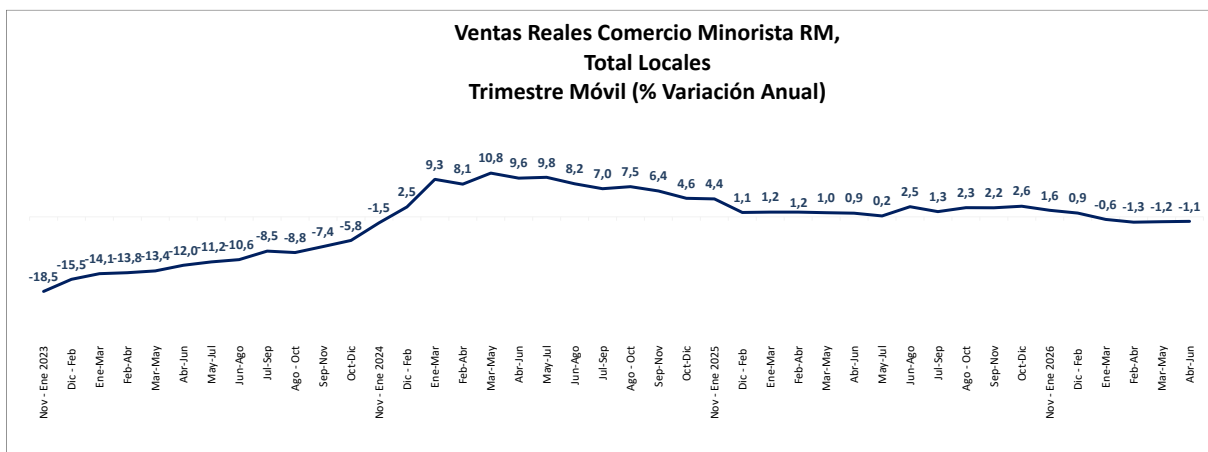
Fuente: Departamento de Estudios CNC



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 evidenciaron en junio una contracción anual, cerrando el primer semestre con una baja de 0,9% real y confirmando un 2026 marcado por un desempeño débil y sin una tendencia clara de recuperación. Si bien bases de comparación más exigentes en algunas categorías, particularmente en Artefactos Eléctricos, junto con factores de calendario, como la distribución de los días hábiles y feriados, pudieron incidir marginalmente en el resultado del mes, el comportamiento de las ventas responde principalmente a un consumidor que sigue enfrentando un entorno económico complejo. La persistencia de una inflación elevada continúa presionando el presupuesto de los hogares y afectando su poder adquisitivo, mientras la economía mantiene un bajo dinamismo y el mercado laboral sigue mostrando señales de fragilidad, con una generación de empleo concentrada principalmente en ocupaciones informales. Todo ello limita la capacidad de consumo de las familias. A esto se suma un deterioro en

la confianza de los consumidores. Desde abril, el IPEC ha evidenciado una caída en la percepción de la situación económica del país, de la situación económica personal y en las expectativas de consumo de bienes para el hogar. En este contexto, más que reducir completamente su consumo, los hogares están cambiando la forma en que consumen, planifican más sus compras, comparan precios, esperan promociones y concentran una mayor parte de su gasto en eventos de descuento.

Hacia adelante, el desempeño del comercio continuará dependiendo de una recuperación más sólida de la actividad económica, de un mercado laboral con mayor creación de empleo formal y de una mejora sostenida en la confianza de los consumidores. Mientras estos factores no muestren avances más significativos, es esperable que el consumo mantenga un crecimiento acotado y altamente selectivo, con un consumidor cada vez más racional y planificado, que privilegia la mejor relación entre precio, calidad y conveniencia.

Evolución por Categorías¹

En cuanto a las categorías estudiadas, Vestuario y Muebles evidencian un crecimiento anual, Línea Hogar un nulo incremento y las demás categorías marcan bajas de distinta magnitud.

Vestuario marcó un alza de 4,0% real anual en junio, acumulando en los seis primeros meses del año un crecimiento real de 6,2%. Dentro de la categoría destaca Vestuario Mujer que registró un crecimiento de 16,0% seguido por Vestuario Infantil con un alza de 5,7%, mientras que Vestuario Hombre evidenció una baja de 5,7% real anual.

Calzado evidenció en el sexto mes del año una caída de 2,5%. De esta manera, el rubro cerró el período enero-junio con una baja de 3,0% real.

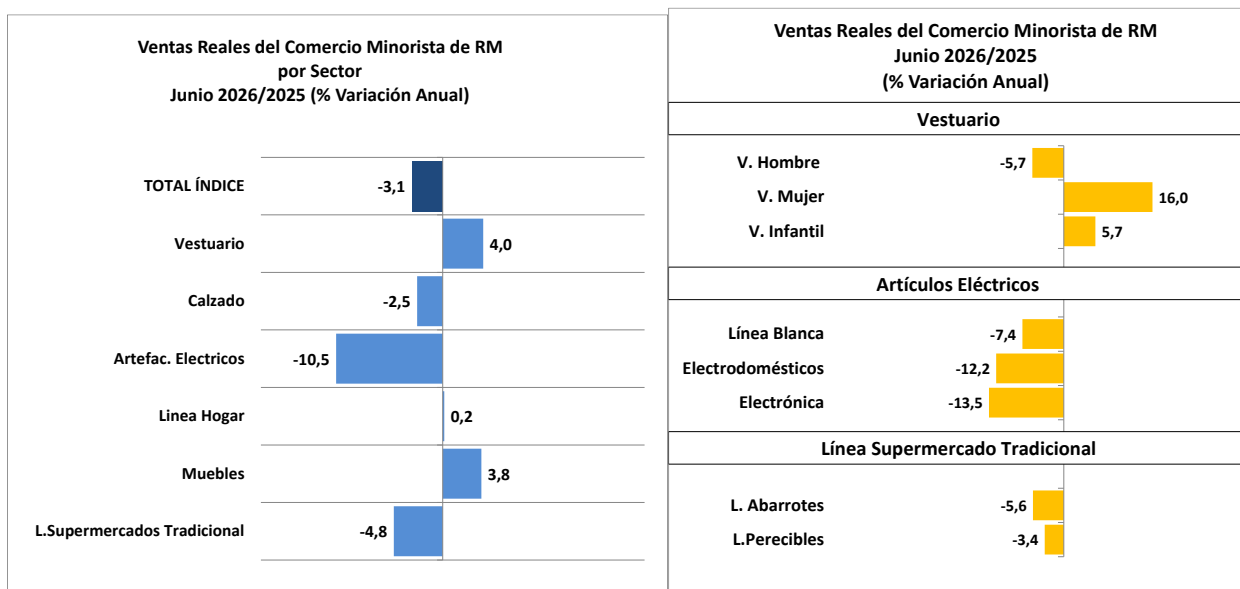
Por su parte, Artefactos Eléctricos marcó un negativo resultado, cayendo un 10,5% real anual en junio y cerrando el semestre con una baja de 9,1%. Dentro del rubro, destaca la baja de 13,5% real anual en electrónica, acumulando a junio una contracción de 21,7%, luego Electrodomésticos marca una caída de 12,2% en junio y Línea Blanca una baja de 7,4% real anual, cerrando el primer semestre con bajas de 2,8% y 1,9% respectivamente.

Línea Hogar evidenció en junio un nulo incremento en sus ventas (0,2%) y Muebles, enfrentado a una menor base de comparación, registró un crecimiento de 3,8%. Dado estos resultados Línea Hogar cierra con un alza en el margen de 0,2% real los seis primeros meses de 2026 y Muebles con una caída de 0,6%.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados marcó una baja de 4,8% real anual en sus ventas de junio, desacelerándose frente a meses previos. Así, en el primer semestre del año la categoría alcanzó una contracción de 1,2% real, donde Abarrotes acumuló una caída de 1,4% y Perecible una baja de 0,6%.

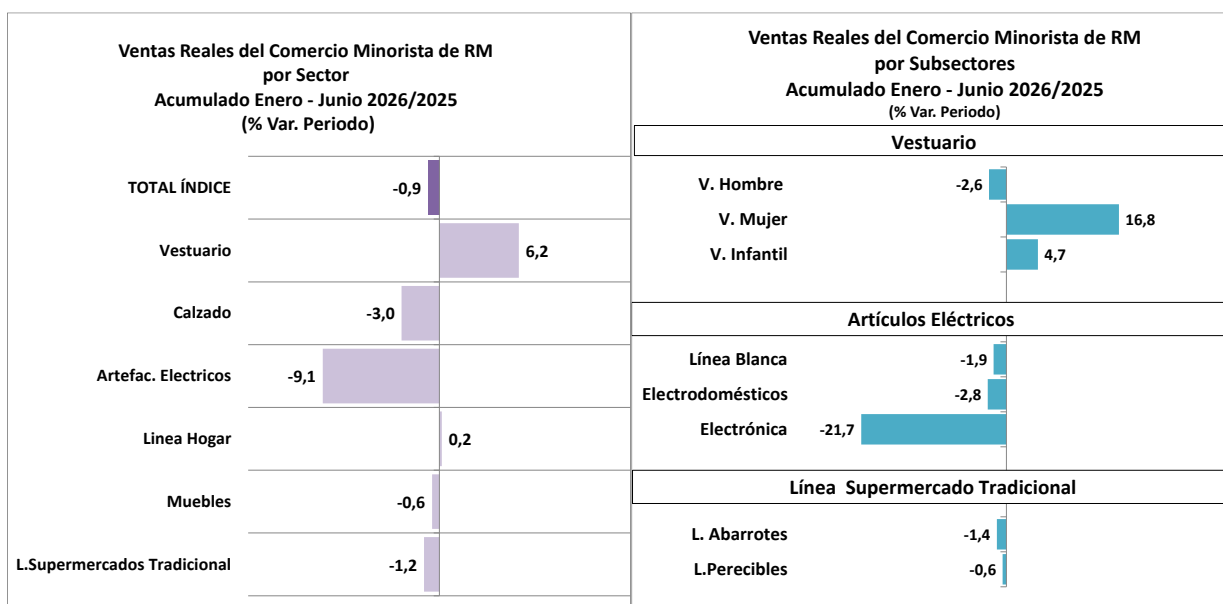
¹ Para llegar al resultado real cada categoría se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, donde se han producido caídas anuales en los precios de la mayoría de las categorías.

Ventas Presenciales del Comercio Junio 2026 – Evolución Categorías



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas del Comercio Acumuladas Enero - Junio 2026 – 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.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

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

Fuente: Departamento de Estudios CNC