

Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana

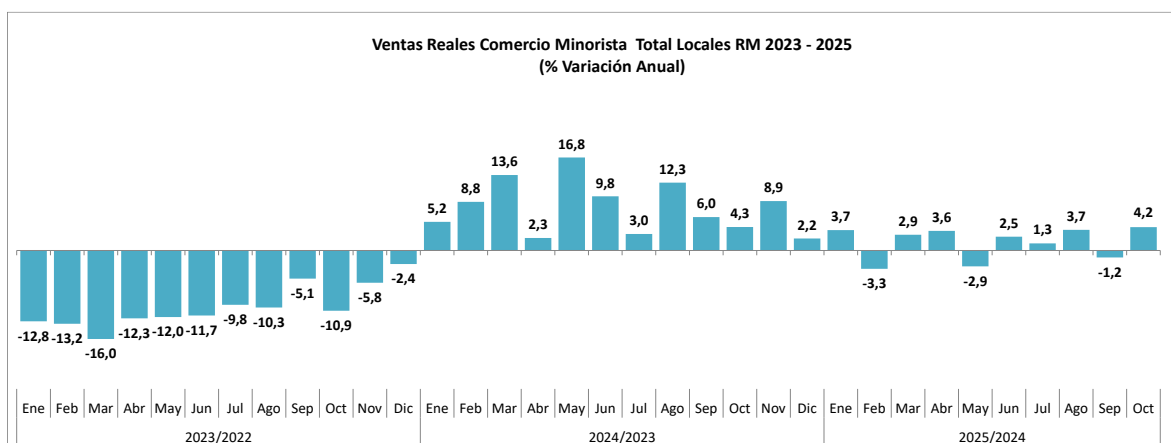
Octubre 2025

Ventas del Comercio - Región Metropolitana

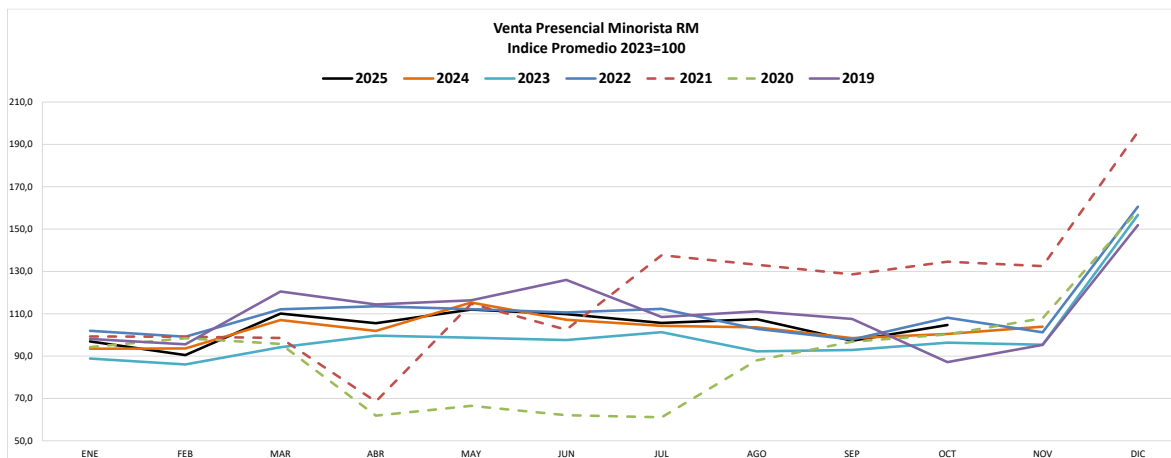
Según el Índice que elabora mensualmente el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana marcaron en octubre un alza de 4,2% real anual, acelerándose frente al resultado previo y cerrando el período enero-octubre con un crecimiento del 1,4%.

En términos de locales equivalentes, el indicador marcó en el noveno mes del año un crecimiento de 6,6% real anual, acumulando a octubre un incremento de 3,0%.

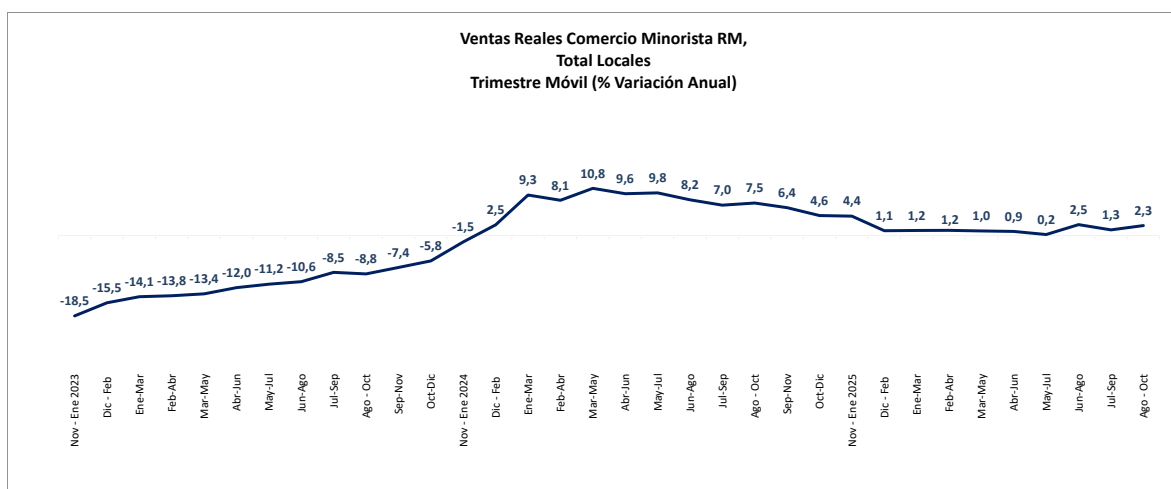
En cuanto al tercer trimestre móvil, agosto-octubre da cuenta de un alza de 2,3%, levemente sobre el anterior, pero manteniendo una tendencia relativamente plana durante el año.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

Si bien las ventas presenciales de la Región Metropolitana crecieron 4,2% real anual, parte de ese dinamismo proviene de condiciones de calendario más favorables y de una base de comparación debilitada, más que de un cambio significativo en el ánimo o capacidad de gasto de los hogares. Octubre de 2025 contó con un viernes adicional, que además fue feriado, impulsando el flujo hacia el comercio, particularmente en centros comerciales y zonas de alto tránsito. Estos días libres asociados a fin de semana suelen elevar tanto las visitas como la conversión.

A ello se suma que en octubre de 2024 el comercio estuvo cerrado el domingo 27 por las elecciones, lo que redujo considerablemente la base de comparación. Este año ese domingo sí estuvo operativo, aportando un día adicional de ventas. Dado que el fin de semana concentra una proporción

relevante de la facturación presencial, esta diferencia incide directamente en el crecimiento anual de octubre.

Junto a estos factores, el IPEC mostró una aceleración en septiembre, pero volvió a desacelerarse en octubre, retrocediendo en dos dimensiones sensibles para el comercio, la situación económica personal y la disposición a comprar artículos para el hogar, ambas relevantes para explicar el comportamiento más cauto del consumidor frente a compras de mayor desembolso.

En cuanto al desempeño por categorías, el crecimiento de octubre estuvo impulsado principalmente por Vestuario y Artefactos Eléctricos, ambas apoyadas en bases de comparación más bajas frente al año pasado, mientras que Línea Hogar y Muebles mostraron resultados más débiles. Considerando el trimestre móvil agosto-octubre, la actividad mantiene un avance moderado y estable, confirmando una tendencia de fondo donde el crecimiento sigue siendo acotado y selectivo entre categorías.

Evolución por Categorías¹

En octubre destacan las categorías de Vestuario, Calzado y Artículos Eléctricos, mientras que las demás categorías dan cuenta de bajas o resultados en el margen.

Vestuario marcó un crecimiento de 14% real anual, donde destaca nuevamente Vestuario Mujer con un alza de 23,3%, seguido más atrás de Vestuario Hombre y Vestuario Infantil con alzas de 9% cada uno. Por su parte, Calzado registró un incremento real anual de 4,7% en el mes de octubre. De esta manera, la categoría Vestuario acumuló en el período enero-octubre un alza real de 7,0% y Calzado una baja del 4,4%.

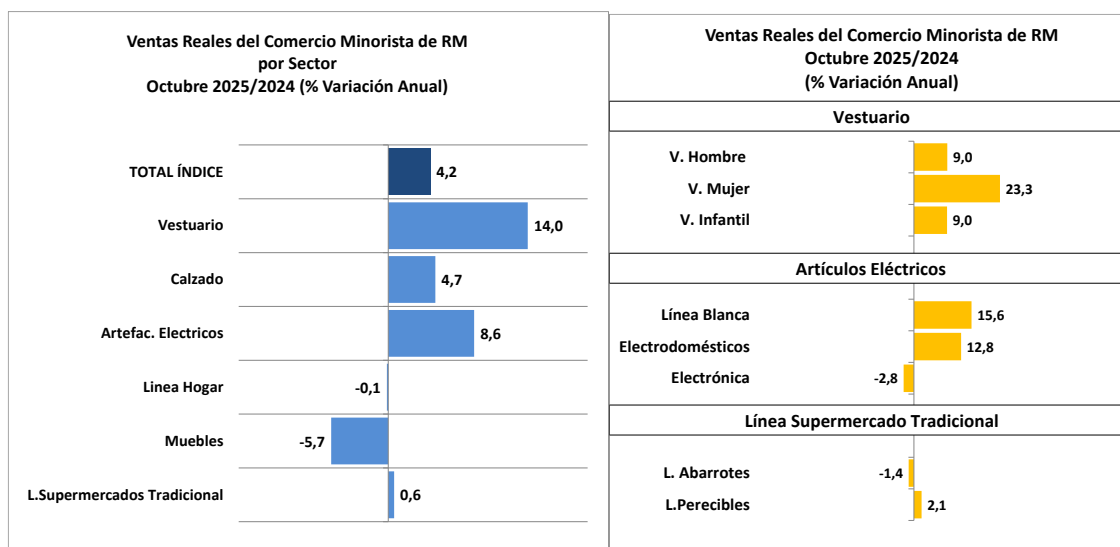
Artefactos Eléctricos registró un alza de 8,6% real anual en el décimo mes del año, con Línea Blanca y Electrodomésticos creciendo 15,6% y 12,8% respectivamente, en parte por una menor base de comparación, mientras que la categoría de Electrónica, enfrentada a una base de comparación alta, evidencia una baja de 2,8% real anual. De esta manera, el rubro cierra el período enero-octubre con un incremento real anual de 3,1%.

Línea Hogar evidenció en el décimo mes del año una baja real en el margen de 0,1% y Muebles una caída del 5,7%. Con ello, las categorías acumulan a octubre un crecimiento del 3,5% en el caso de Línea Hogar, mientras que Muebles cierra con una caída del 4,3%.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados marcó un alza marginal de 0,6% real anual en sus ventas de octubre, dando cuenta de una caída de 1,4% real anual en Abarrotes y un crecimiento anual de 2,1% en la categoría Perecible. De esta manera, en el acumulado enero-octubre, la Línea Tradicional de Supermercados presenta una baja marginal de 0,2% real, donde Abarrotes acumula una baja del 1,2% y Perecible un alza real anual de 0,6%.

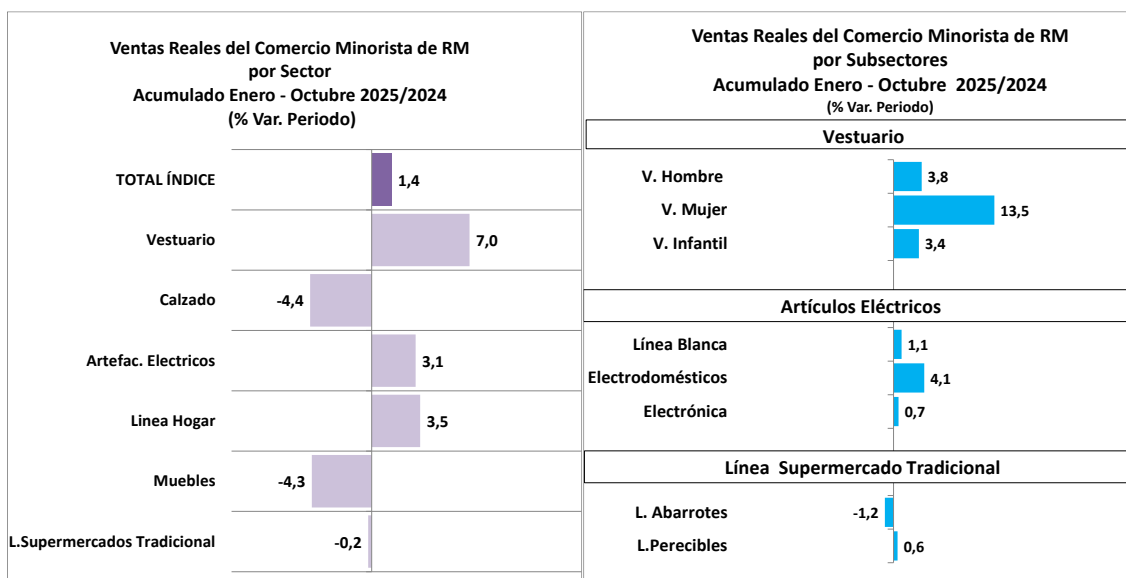
¹ Para llegar al resultado real cada categoría se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, donde se han producido caídas anuales en los precios de la mayoría de las categorías.

Ventas Presenciales del Comercio Octubre 2025 – Evolución Categorías



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas del Comercio Acumuladas a Octubre 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	-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	-5,7	-1,4	2,1	0,6

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	1,3			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

Fuente: Departamento de Estudios CNC