

## Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana

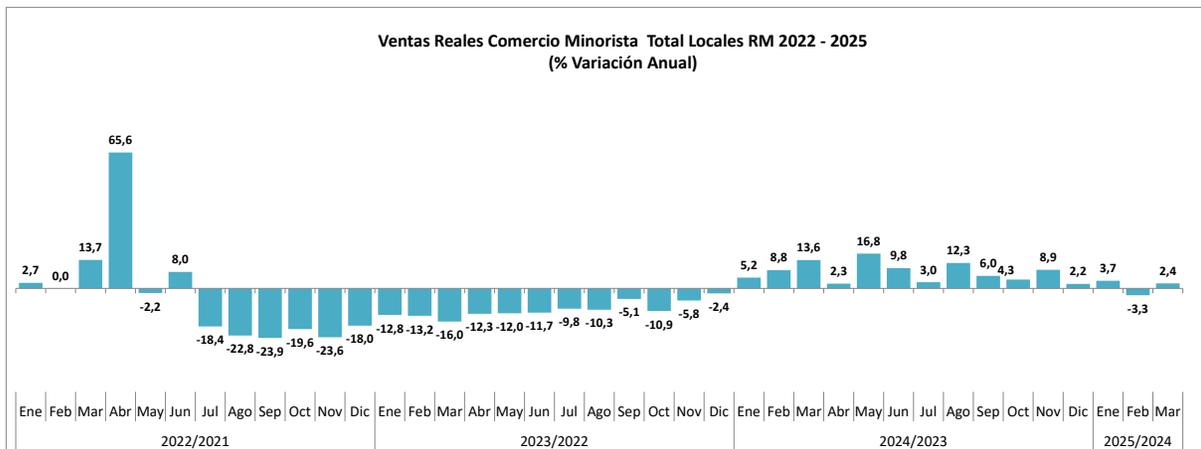
Marzo 2025

### 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 marzo un alza de 2,4%<sup>1</sup>, recuperándose tras la caída de febrero. De esta manera, los tres primeros meses del año acumulan un crecimiento de 1%.

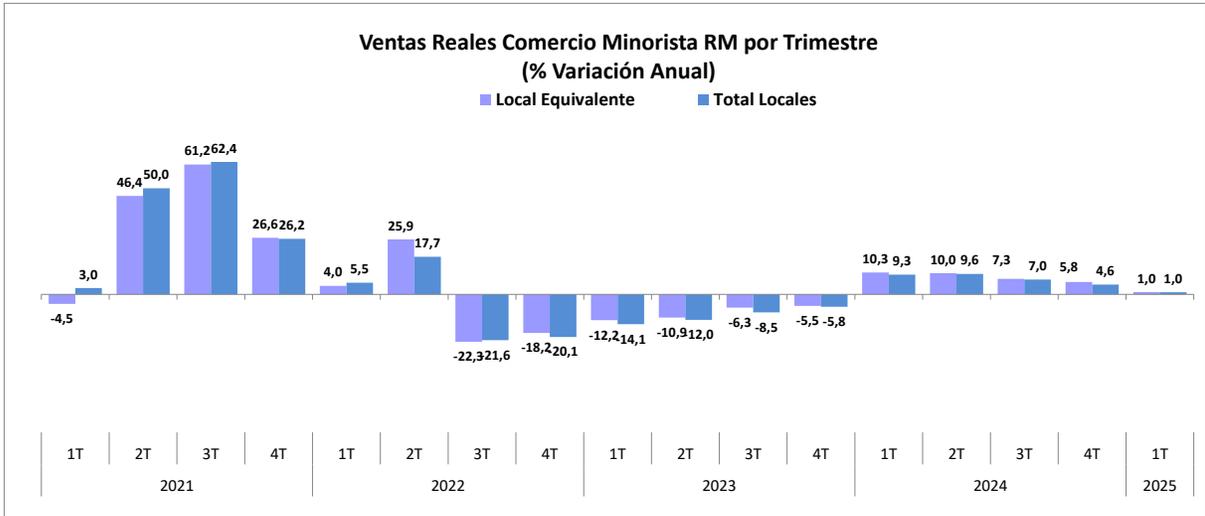
En términos de locales equivalentes el indicador marcó en el tercer mes del año un crecimiento de 3,1% real anual, acumulando en el primer trimestre un incremento de 1%.

Al analizar el comportamiento de los trimestres móviles, se evidencia un resultado en línea con el período anterior, sin marcar aún un quiebre en la tendencia levemente negativa que se viene evidenciando desde la segunda mitad de 2024.

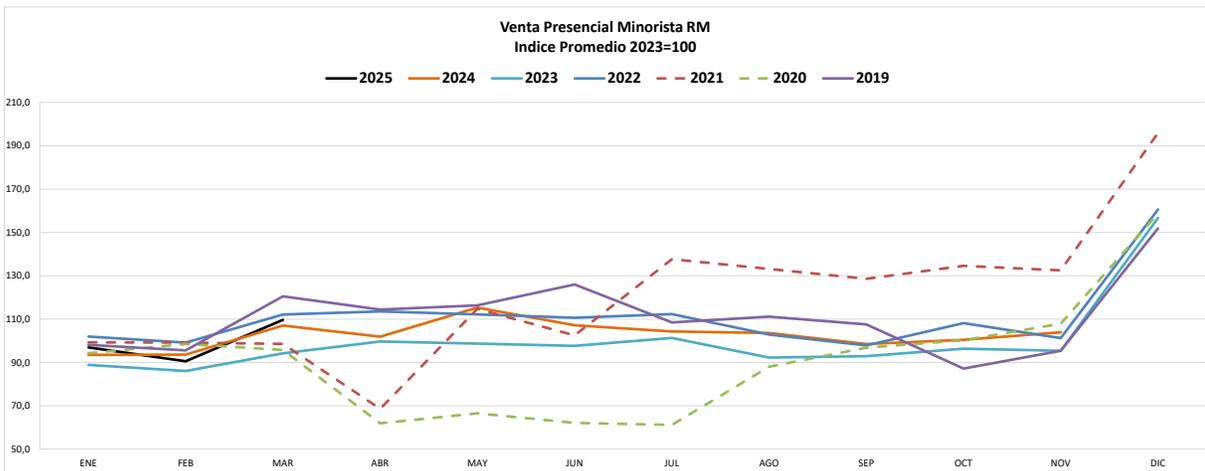


Fuente: Departamento de Estudios CNC

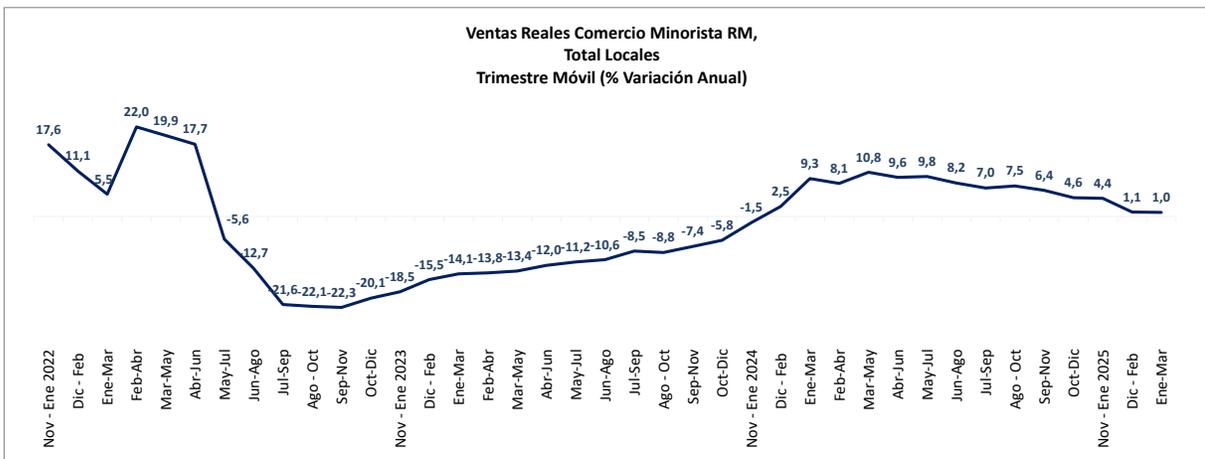
<sup>1</sup> Para llegar al resultado real, el índice de cada categoría analizada se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, luego se pondera cada una para llegar al resultado real final.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Perspectivas

Tras la caída de febrero, marcada en parte por un efecto calendario, las ventas presenciales minoristas de la RM se recuperan en marzo, en línea con un mes donde suele estar más activo el sector. El comportamiento por categoría fue heterogéneo, destacando alzas en Vestuario, Electrónica y Electrodomésticos, categorías que han venido destacando en los últimos meses.

La confianza de los consumidores (IPEC), aunque aún en terreno pesimista, tras mostrar una mejora a principios de año, se desacelera en marzo, marcada por una baja en las perspectivas económicas, pero vuelve a acelerarse levemente la disposición a comprar artículos para el hogar.

Como sector, el comercio, tras un complejo 2023, logró revertir su tendencia durante 2024, impulsado por una inflación más contenida, una leve mejora en las confianzas y el auge del turismo de compras argentino, fenómeno que ha seguido marcando positivamente al sector este año, pero debemos entender como transitorio. Para el 2025, el escenario sigue siendo desafiante. El Banco Central proyecta un crecimiento del 2% en el consumo privado, sin embargo, persisten riesgos relevantes: la incertidumbre internacional, el desempeño de la economía china y sus efectos sobre nuestra actividad podrían tensionar estas proyecciones. En este contexto, resulta clave avanzar en certezas, promover inversión y adoptar medidas que impulsen el crecimiento sostenido de nuestro país.

## Evolución por Categorías<sup>2</sup>

Las categorías marcan en marzo disímiles resultados, con bajas en la Línea Tradicional de Supermercados y Muebles, mientras que las demás marcan alzas, destacando Vestuario y Artefactos Eléctricos.

Vestuario marcó un alza de 11,3% real anual en marzo, acumulando en los tres primeros meses del año un crecimiento real de 4,7%. Dentro de la categoría destaca Vestuario Mujer que marcó un alza real de 16,2% anual, seguido de Vestuario Infantil con un incremento de 11,2%, por su parte, Vestuario Hombre marcó un aumento de 7,5% real anual en marzo.

Calzado creció un 2,9% real anual en el tercer mes del año, cerrando así el primer trimestre con una baja de 1,2%.

Por su parte, Artefactos Eléctricos destacó con un incremento de 11,1% real anual en marzo, cerrando el trimestre con un alza de 6,5%. Dentro del rubro destaca Electrónica con un alza de 17,6%, seguido de Electrodomésticos con un incremento real anual de 10,9%. Por su parte, Línea Blanca, marcó un incremento de 1,7% real en marzo, tras la fuerte contracción de febrero.

Línea Hogar evidenció en el tercer mes del año un crecimiento de 9,9% real anual en sus ventas y Muebles cayó en el margen un 0,6%. Dado estos resultados Línea Hogar evidenció un alza de 8,7% real en el primer cuarto de 2025 y Muebles una caída de 1,7%.

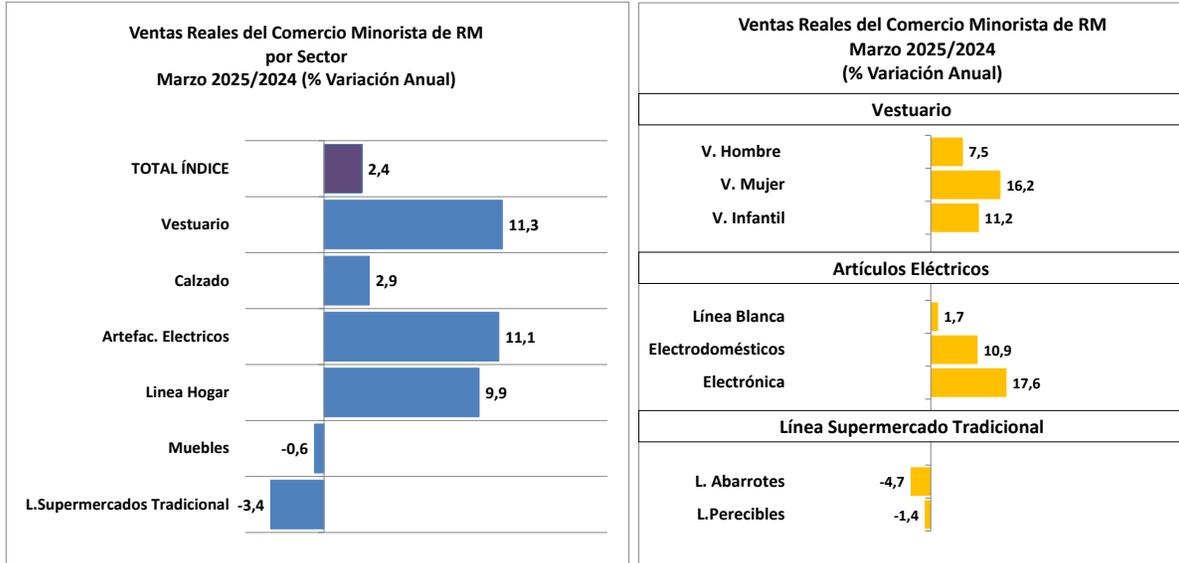
Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados marcó una baja de 3,4% real anual en sus ventas de marzo, donde Abarrotes se contrajo 4,7% y Perecibles cayó 1,4% real anual. Así, entre enero y

---

<sup>2</sup> 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.

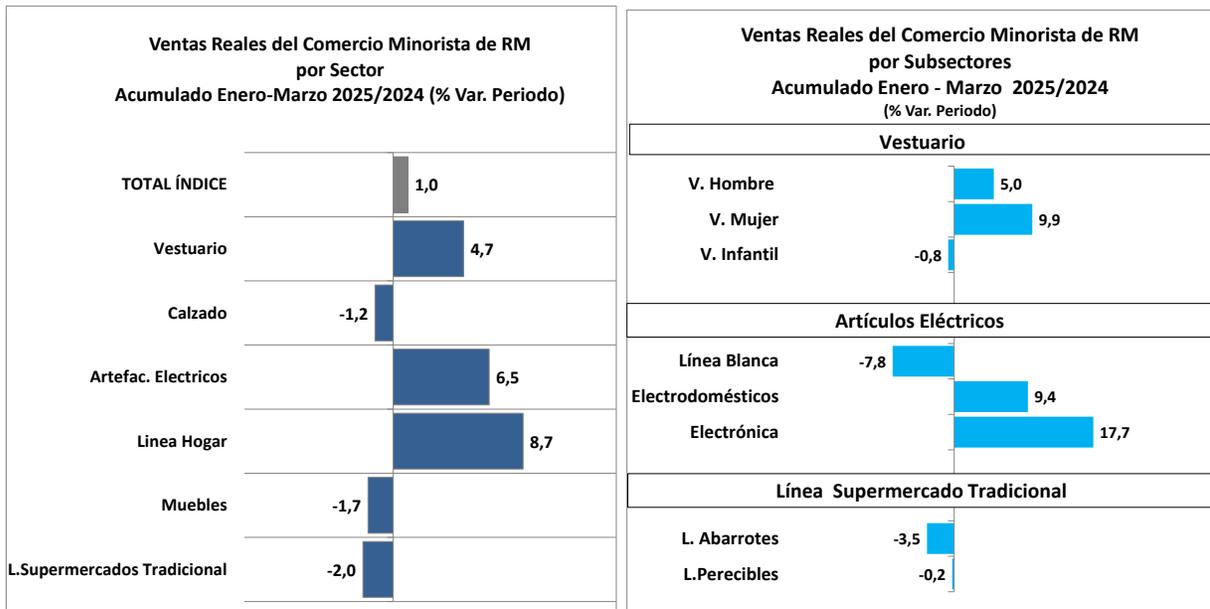
marzo la categoría alcanzó una caída en el margen de 2%, donde Abarrotes acumuló una baja de 3,5% y Perecible una baja marginal de 0,2%.

### Ventas Presenciales del Comercio Marzo 2025 – Evolución Categorías



Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Ventas del Comercio Acumuladas Marzo 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.2022/2021	2.7	13.9	26.9	-5.0	-13.2	-15.4	4.6	-3.9	1.2
Feb	0.0	3.2	27.8	-13.2	-25.3	-27.8	9.7	-5.4	3.5
Mar	13.7	73.4	71.1	15.7	3.6	-2.4	2.9	-10.7	-2.7
Abr	65.6	426.7	641.7	65.8	139.2	156.0	19.5	-1.9	10.6
Mav	-2.2	24.1	47.0	-14.8	-15.2	-11.8	-8.1	-19.7	-12.8
Jun	8.0	84.4	101.4	-10.7	33.3	-2.1	-9.6	-20.6	-14.1
Jul	-18.4	-27.4	-17.8	-34.1	-26.2	-30.2	-3.9	-5.4	-4.3
Ago	-22.8	-29.9	-25.2	-39.7	-35.9	-49.1	-9.2	-9.8	-9.2
Sep	-23.9	-27.1	-32.8	-42.9	-38.8	-51.5	-13.2	-12.5	-12.7
Oct	-19.6	-21.2	-31.0	-36.3	-24.5	-43.2	-11.8	-11.3	-11.5
Nov	-23.6	-26.8	-30.4	-40.7	-31.9	-40.5	-19.3	-3.5	-13.0
Dic	-18.0	-16.0	-13.5	-33.5	-24.5	-32.2	-17.3	-8.8	-13.8
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
Mav	-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
Mav	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	2.4	11.3	2.9	11.1	9.9	-0.6	-4.7	-1.4	-3.4

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.2022	2,7			2,7	0,9			0,9
FEB	0,0			1,3	-2,6			-0,8
MAR	13,7	5,5		5,5	13,6	4,0		4,0
ABR	65,6			16,7	84,9			18,2
MAY	-2,2			12,2	0,9			14,1
JUN	8,0	17,7	11,5	11,5	15,8	25,9	14,4	14,4
JUL	-18,4			5,8	-20,8			7,4
AGO	-22,8			1,3	-23,1			2,6
SEP	-23,9	-21,6		-2,0	-23,1	-22,3		-0,8
OCT	-19,6			-4,1	-18,3			-2,9
NOV	-23,6			-6,2	-20,9			-4,8
DIC	-18,0	-20,1	-20,8	-7,8	-16,2	-18,2	-20,1	-6,4
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	2,4	1,0		1,0	3,1	1,0		1,0

Fuente: Departamento de Estudios CNC