

Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana

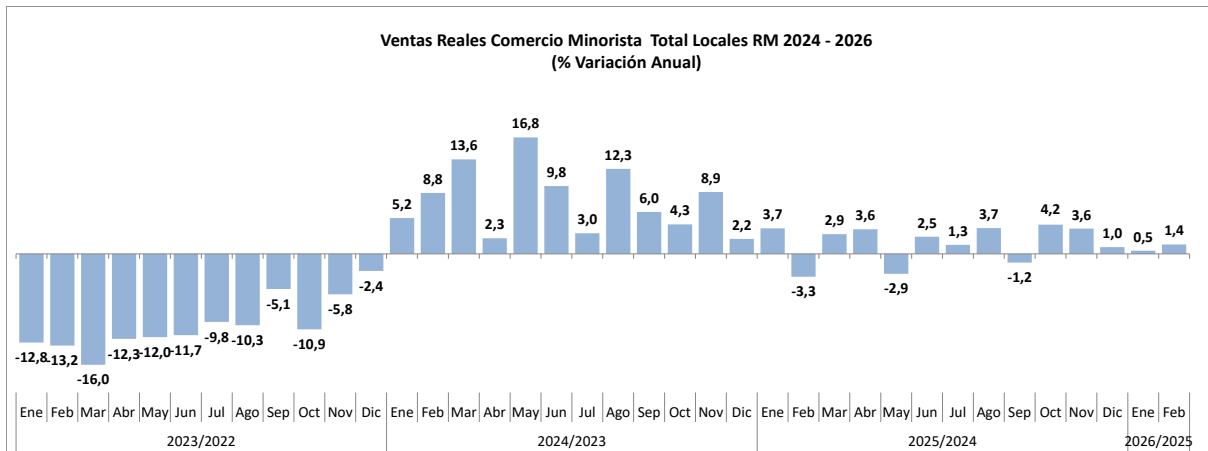
Enero-Febrero 2026

Ventas del Comercio - Región Metropolitana

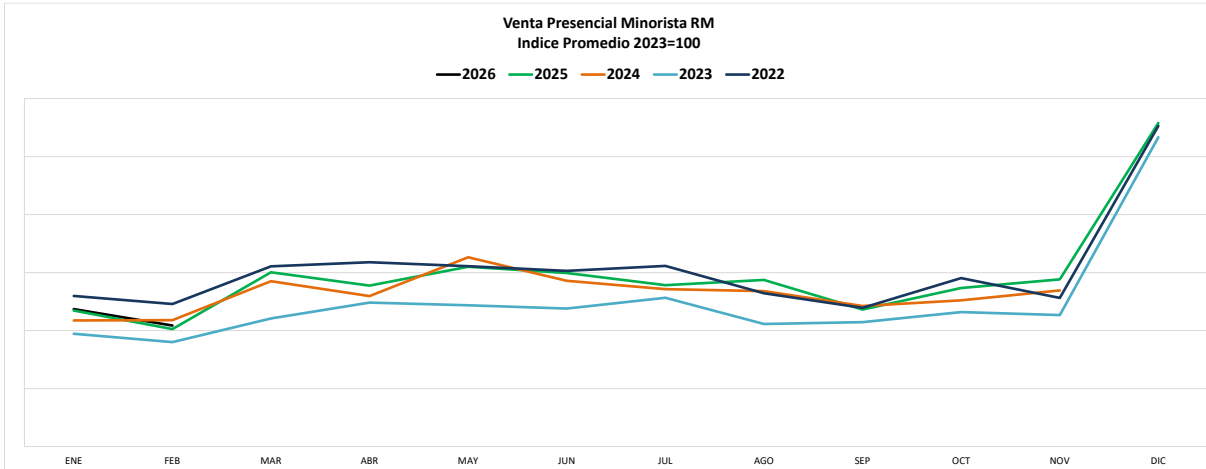
Según el Índice que elabora mensualmente el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana marcaron en enero un alza de 0,5% y en febrero un crecimiento real anual de 1,4%. De esta manera, los dos primeros meses del año acumulan un crecimiento de 0,9%.

En términos de locales equivalentes el indicador marcó en el primer mes del año un crecimiento de 3,8% real anual y un incremento de 4,2% en el segundo, acumulando en ambos meses un alza de 4,0%.

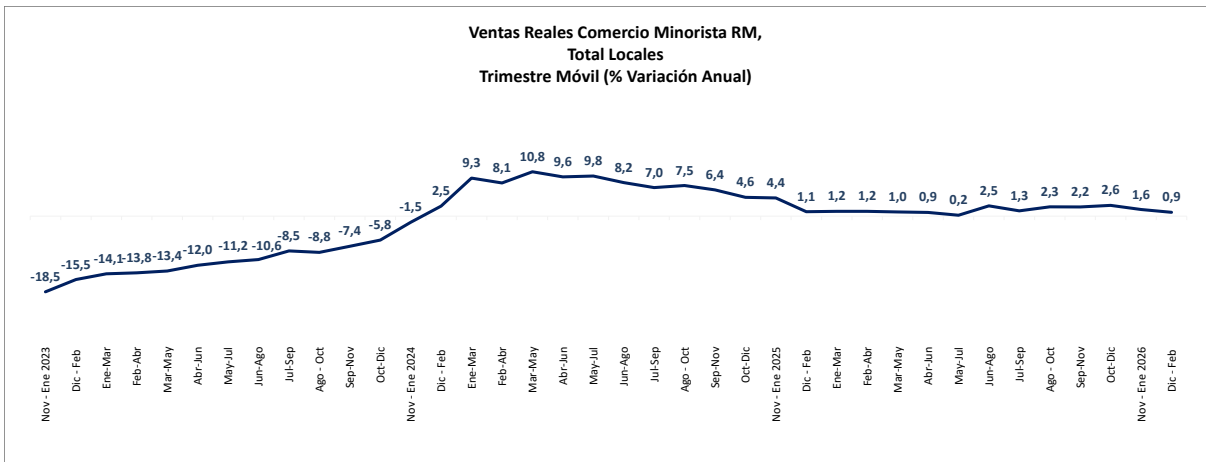
En cuanto al trimestre móvil diciembre-febrero, se registró un alza de 0,9%, evidenciando una tendencia levemente negativa en los últimos dos períodos.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

Hacia adelante, el desempeño del comercio minorista seguirá enfrentando un escenario de recuperación acotada. Si bien en los dos primeros meses de 2026 las ventas presenciales de la Región Metropolitana acumulan un alza real de 0,9%, el comportamiento por categoría continúa siendo heterogéneo, con un mayor impulso en bienes más asociados a vestuario y una debilidad más marcada en rubros durables como artefactos eléctricos y muebles, lo que da cuenta de un consumo aún selectivo y sin una expansión generalizada.

Hacia adelante, el desempeño del comercio minorista seguirá enfrentando un escenario de recuperación acotada. El IPoM de marzo 2026 corrigió levemente a la baja las perspectivas para el gasto de los hogares, en un contexto de mayor incertidumbre externa. El Banco Central señala que, aunque el consumo había mostrado una recuperación de la mano de mejores expectativas y del crecimiento de los ingresos, este escenario se vuelve más desafiante por el deterioro internacional,

reduciendo además la proyección de crecimiento del PIB para 2026 a un rango de 1,5% a 2,5%, desde el 2% a 3% previsto en diciembre.

En este contexto, el alza de los precios internacionales de los combustibles aparece como un nuevo riesgo de corto plazo para el consumo. Este shock llevará a un aumento importante de la inflación en los próximos meses, pudiendo ubicarse en torno a 4% anual, tras haber marcado 2,4% en febrero.

Para el comercio, esto tiene un doble efecto. Por una parte, impacta directamente el presupuesto de los hogares, al elevar un gasto básico y altamente visible como el transporte. Por otra, genera efectos indirectos sobre costos logísticos, distribución y precios de distintos bienes y servicios, especialmente en sectores más intensivos en transporte. De persistir este escenario, podría afectar las decisiones de compra, postergando gastos no esenciales y reforzando una conducta de consumo más cauta.

Así, las perspectivas para los próximos meses apuntan a un comercio que podría seguir creciendo, pero de forma moderada y desigual, sostenido más por factores puntuales y por categorías específicas que por una recuperación amplia del consumo. En este escenario, será clave monitorear la evolución de la inflación, la duración del shock externo sobre combustibles y su traspaso a precios internos, en un contexto donde el consumo aún depende de un mercado laboral que sigue mostrando fragilidad y de una confianza de los hogares que todavía no logra consolidarse plenamente

Evolución por Categorías¹

Vestuario marcó un alza de 8,6% real anual en enero y luego un incremento de 12,5% real anual en febrero, acumulando en los dos primeros meses del año un crecimiento real de 10,4%. Dentro de la categoría destaca Vestuario Mujer que acumula un incremento de 18,1% en los dos primeros meses del año, seguido de Vestuario Infantil con un acumulado de 10,4%, por su parte, Vestuario Hombre marcó un alza de 3,2% en enero-febrero 2026, frente a igual período de 2025.

Calzado creció un 3,7% real anual en enero y un 2,3% en febrero. De esta manera el rubro cierra los dos primeros meses del año con un alza de 3,0%.

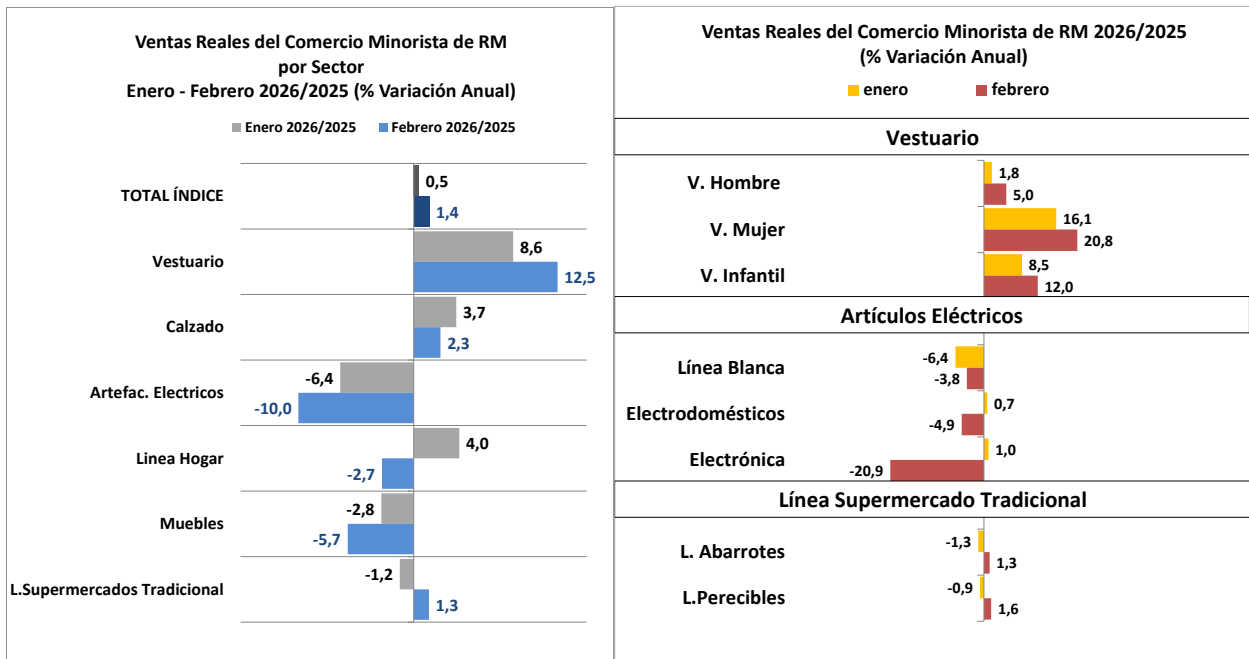
Por su parte, Artefactos Eléctricos marca un negativo resultado, en parte por una mayor base de comparación, cayendo un 6,4% real anual en enero y 10% en febrero, cerrando en el acumulado de ambos meses con una baja de 8,1%. Dentro del rubro, destaca la caída acumulada (enero-febrero) de 20,7% en electrónica, luego Electrodomésticos marca una baja de 1,7% en enero-febrero y Línea Blanca una contracción de 1,3% al comparar con enero-febrero 2025.

Línea Hogar evidenció en enero un crecimiento de 4,0% real anual en sus ventas y luego una caída de 2,7% en febrero. Muebles cayó 2,8% real anual en enero y bajó 5,7% en febrero. Dado estos resultados Línea Hogar evidenció un alza marginal de 0,7% real en los dos primeros meses de 2026 y Muebles una caída de 4,3%.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados marcó una baja de 1,2% real anual en sus ventas de enero y luego en febrero evidenció un alza de 1,3% real anual. Así, entre enero y febrero la categoría alcanzó un nulo incremento, donde Abarrotes acumuló nulo crecimiento y Perecible un alza real anual marginal 0,3%.

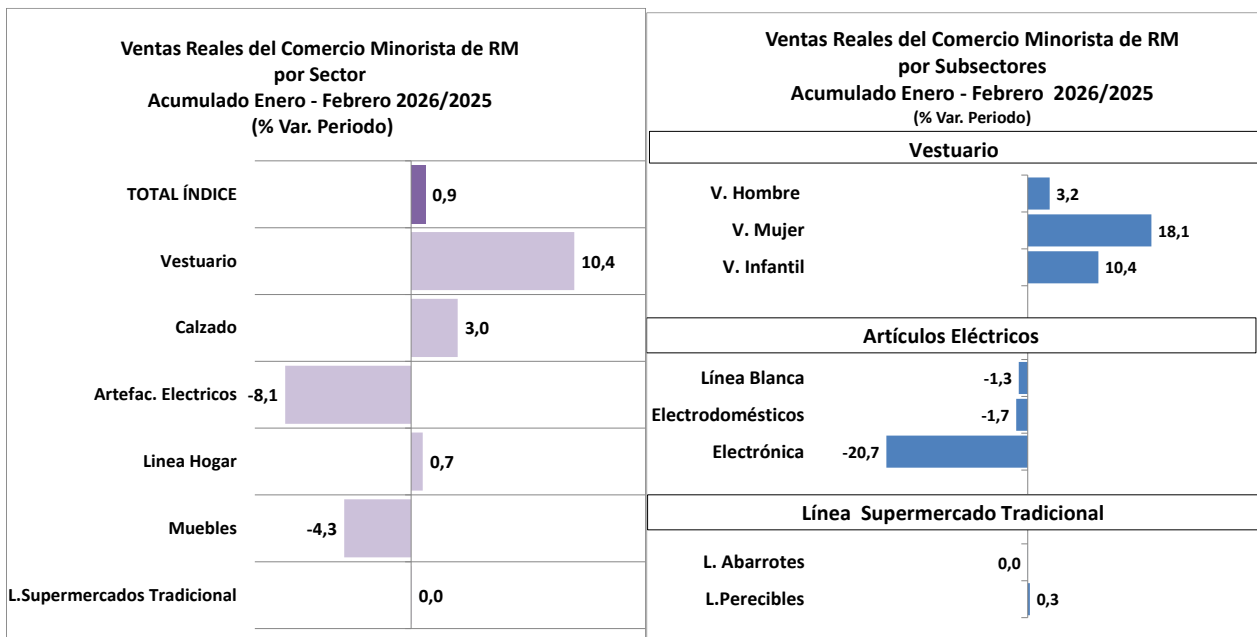
¹ Para llegar al resultado real cada categoría se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, donde se han producido caídas anuales en los precios de la mayoría de las categorías.

Ventas Presenciales del Comercio Enero - Febrero 2026 – Evolución Categorías



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas del Comercio Acumuladas Enero - Febrero 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.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	-5,6	-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

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	3,8			3,8
FEB	1,4			0,9	4,2			4,0

Fuente: Departamento de Estudios CNC