

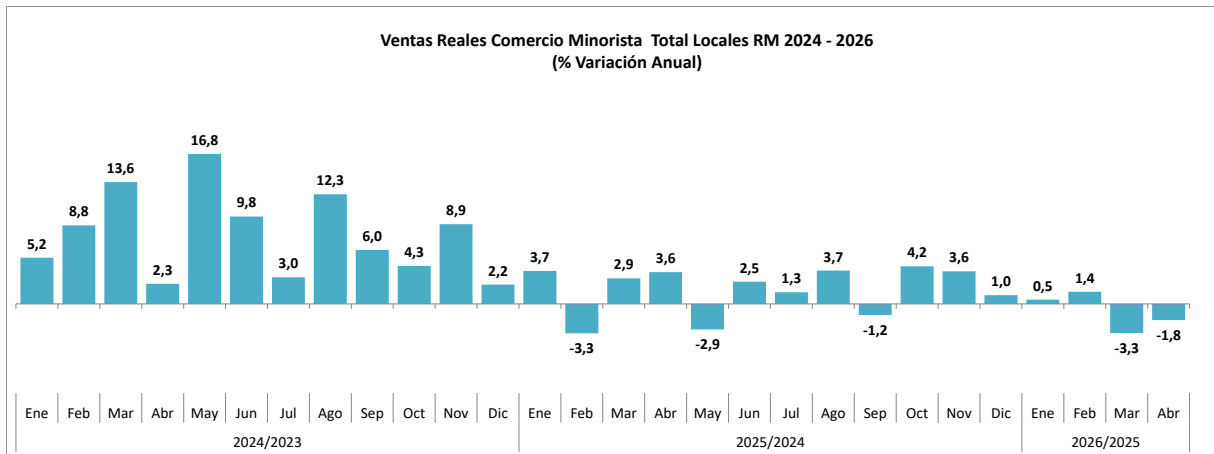
Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana - Abril 2026

Ventas del Comercio - Región Metropolitana

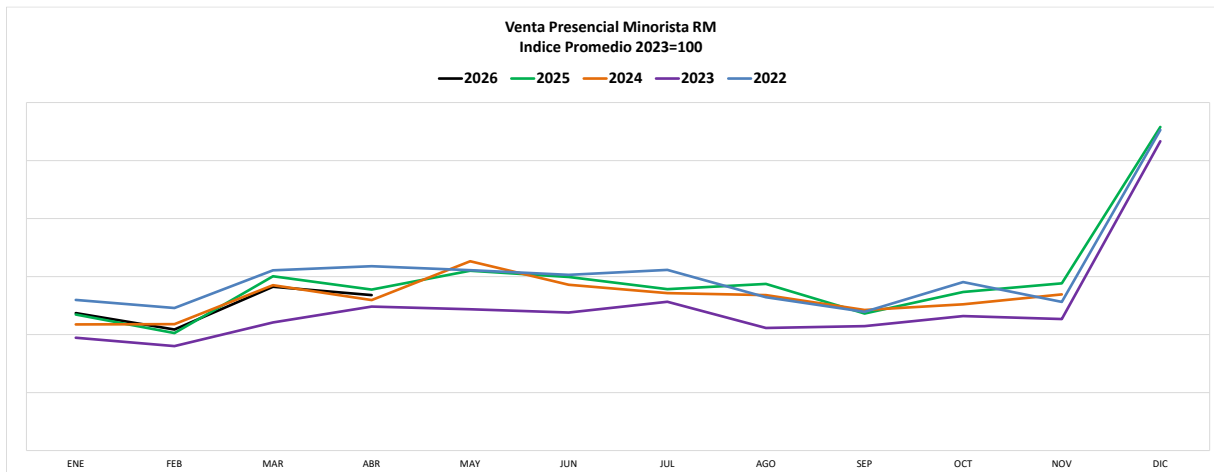
Según el Índice que elabora mensualmente el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana marcaron en abril una baja de 1,8% real anual, cerrando así los cuatro primeros meses del año con una baja en el margen de 0,9%.

En términos de locales equivalentes el indicador marcó en abril una baja de 0,6% real anual, cerrando los cuatro meses con un alza de 1,2%.

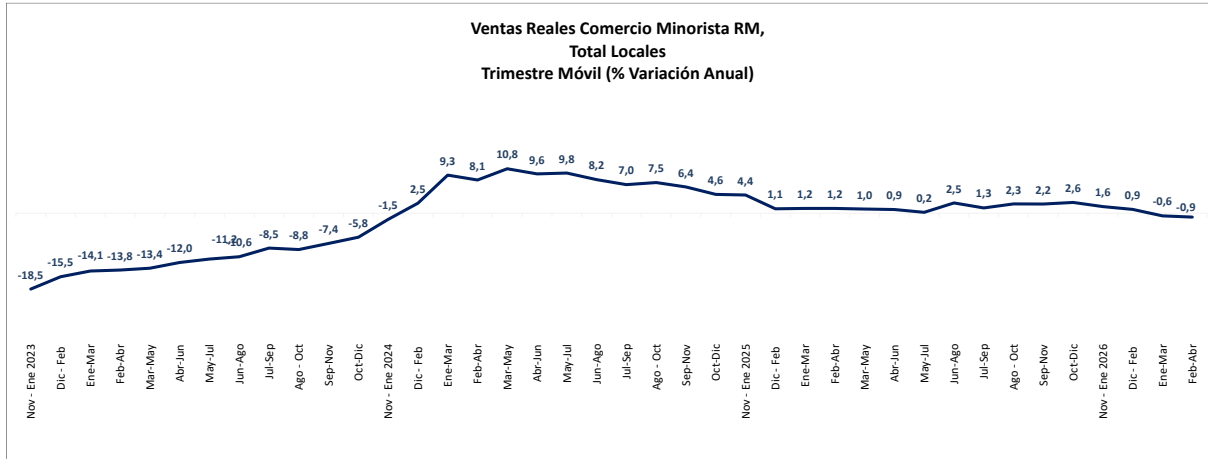
En cuanto a los trimestres, febrero-abril da cuenta de una baja de 0,9%, marginalmente mayor a la caída del período previo y dando cuenta de una tendencia levemente negativa en los últimos cuatro trimestres móviles.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

Los resultados de abril continúan evidenciando un escenario de consumo debilitado y selectivo, donde el comercio minorista presencial mantiene un desempeño acotado y cierra los primeros cuatro meses del año con una caída en el margen. Si bien parte de los resultados responde a bases de comparación aún exigentes en algunas categorías, dado el dinamismo observado durante parte de 2025, también se observa una moderación más estructural en las decisiones de gasto de los hogares.

En este contexto, los consumidores continúan priorizando compras esenciales y postergando decisiones asociadas a bienes durables o de mayor valor, fenómeno que se refleja con claridad en las fuertes caídas de categorías ligadas al consumo discrecional, como artefactos eléctricos y calzado. Por el contrario, segmentos más vinculados al consumo cotidiano muestran una mayor estabilidad relativa, aunque aún con resultados acotados.

A nivel macroeconómico, abril estuvo marcado por un escenario de mayores presiones inflacionarias. La inflación anotó una variación mensual de 1,3%, la más alta desde julio de 2022, acumulando un alza de 2,7% en lo que va del año y de 4,0% anual. Este escenario ha vuelto a tensionar el presupuesto de los hogares y afecta directamente las decisiones de consumo, especialmente en categorías no esenciales y de mayor valor.

En paralelo, la confianza de los consumidores registró un fuerte deterioro durante abril. El Índice de Percepción de la Economía (IPEC de GFK) cayó 9,4 puntos, reflejando una visión más pesimista respecto de la situación económica actual y futura. Destaca especialmente la fuerte baja en la percepción sobre la situación económica actual del país, junto con caídas relevantes en las expectativas económicas a 12 meses y a cinco años. Asimismo, las expectativas de consumo de artículos para el hogar disminuyeron 8,4 puntos, evidenciando una menor disposición de los hogares a realizar compras y reforzando un comportamiento de consumo más prudente y contenido.

Por su parte, el entorno económico continúa marcado por una mayor incertidumbre, tanto a nivel local como internacional, afectando las decisiones de gasto e inversión. Esto ha derivado en un consumidor

más sensible a precios, promociones y condiciones comerciales, favoreciendo decisiones de compra más selectivas.

Hacia adelante, la evolución del comercio seguirá estrechamente ligada a la capacidad de moderar las presiones inflacionarias y recuperar gradualmente la confianza de los hogares. Mientras persista un escenario de cautela económica y presión sobre el presupuesto familiar, es esperable que el sector continúe mostrando un desempeño débil y heterogéneo entre categorías.

Evolución por Categorías¹

En cuanto a las categorías estudiadas, se registró crecimiento anual en Vestuario y alzas en el margen en Línea Hogar y Muebles, mientras que los demás rubros evidenciaron bajas de distinta magnitud.

Vestuario marcó un alza de 4,4% real anual en abril, acumulando en los cuatro primeros meses del año un crecimiento real de 6,9%. Dentro de la categoría destaca Vestuario Mujer que registró un crecimiento de 11,5%, seguido de Vestuario Infantil con un alza de 10,6% real anual, mientras que Vestuario Hombre marcó una baja real anual de 6,8%.

Calzado evidenció en el cuarto mes del año una fuerte caída real anual de 12,5%. De esta manera, el rubro cerró el período enero-abril con una baja de 4,6% real.

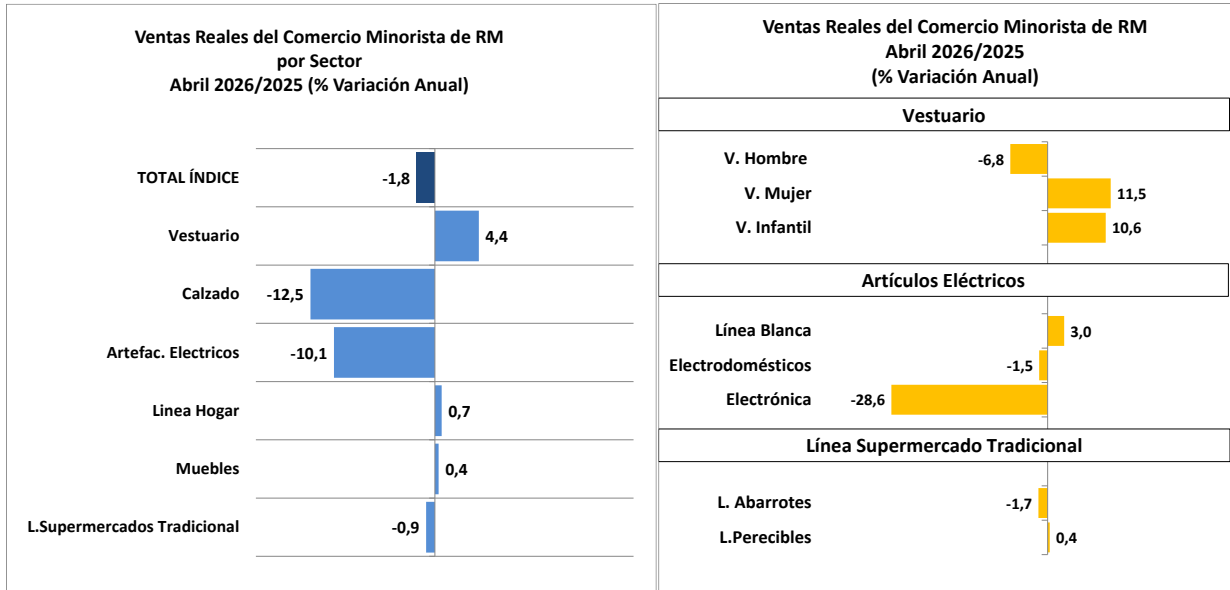
Por su parte, Artefactos Eléctricos marcó un negativo resultado, cayendo un 10,1% real anual en abril y cerrando con una baja de 9,7% en enero-abril. Dentro del rubro, destaca la baja de 28,6% real anual en electrónica, en parte por una mayor base de comparación, acumulando a abril una contracción de 23,8%, luego Electrodomésticos marca una baja de 1,5% en abril y Línea Blanca un alza de 3% real anual, cerrando entre enero y abril con bajas de 3,7% y 0,2% cada uno.

Línea Hogar evidenció en abril un alza marginal de 0,7% real anual en sus ventas y Muebles registró un crecimiento, también en el margen, de un 0,4%. Dado estos resultados Línea Hogar cierra con una baja en el margen de 0,6% real los cuatro primeros meses de 2026 y Muebles con una caída de 2,0%.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados marcó una baja de 0,9% real anual en sus ventas de abril. Así, en los primeros cuatro meses del año la categoría alcanzó una contracción en el margen de 0,8% real, donde Abarrotes acumuló una caída de 1,1% y Perecible una baja de 0,2%.

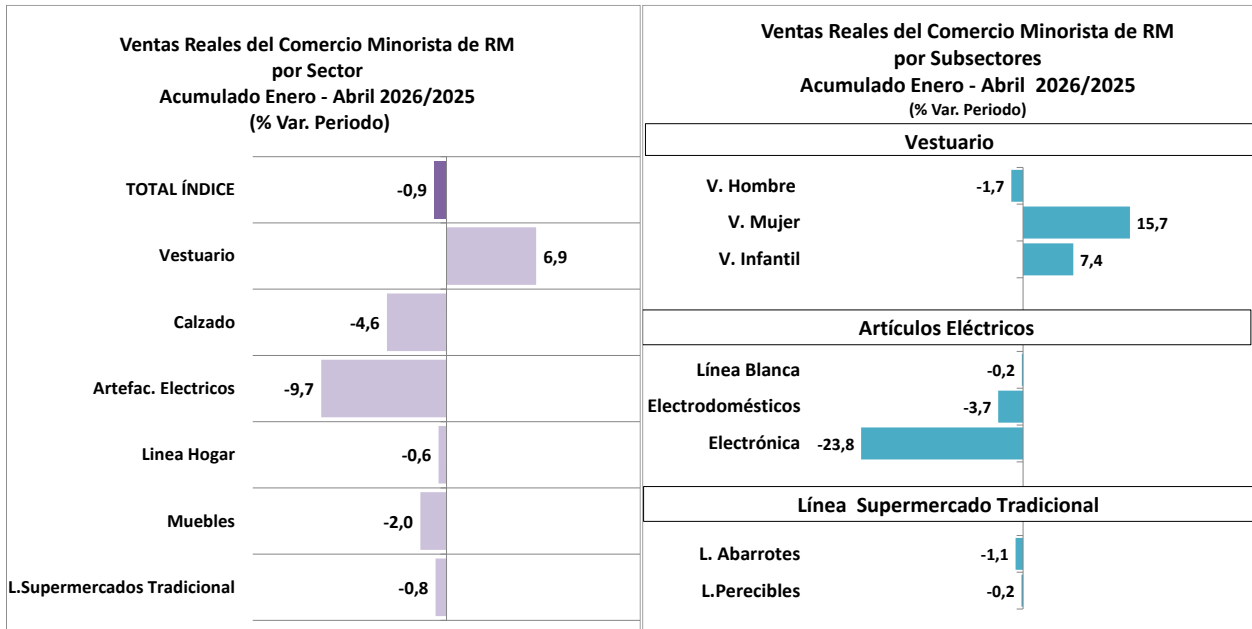
¹ Para llegar al resultado real cada categoría se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, donde se han producido caídas anuales en los precios de la mayoría de las categorías.

Ventas Presenciales del Comercio Abril 2026 – Evolución Categorías



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas del Comercio Acumuladas Enero - Abril 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	Percibibles	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	-1,8	4,4	-12,5	-10,1	0,7	0,4	-1,7	0,4	-0,9

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	-1,8			-0,9	-0,6			1,2

Fuente: Departamento de Estudios CNC