

Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana

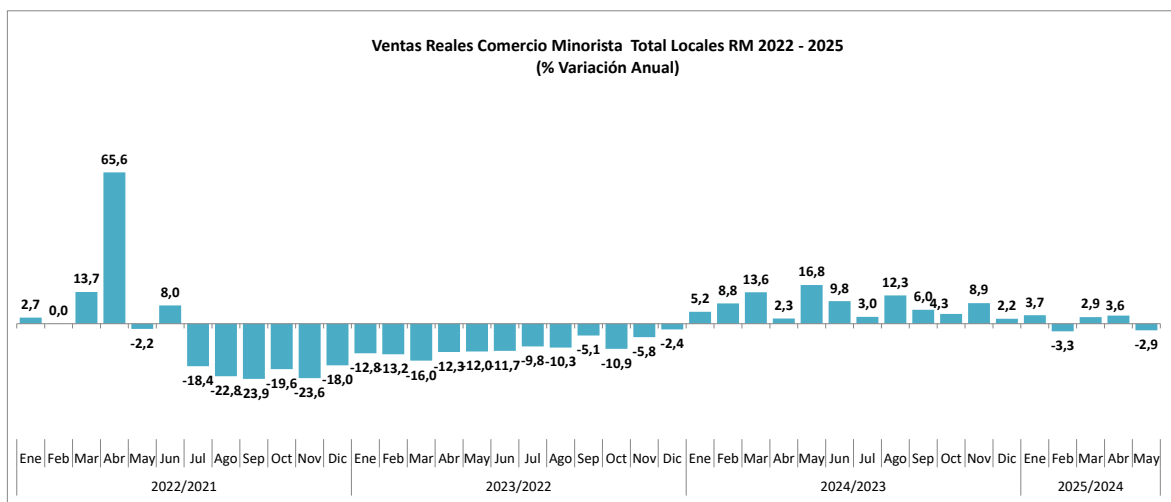
Mayo 2025

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 mayo una baja real anual de 2,9%¹, acumulando de esta manera en los cinco primeros meses del año un crecimiento de 0,7%.

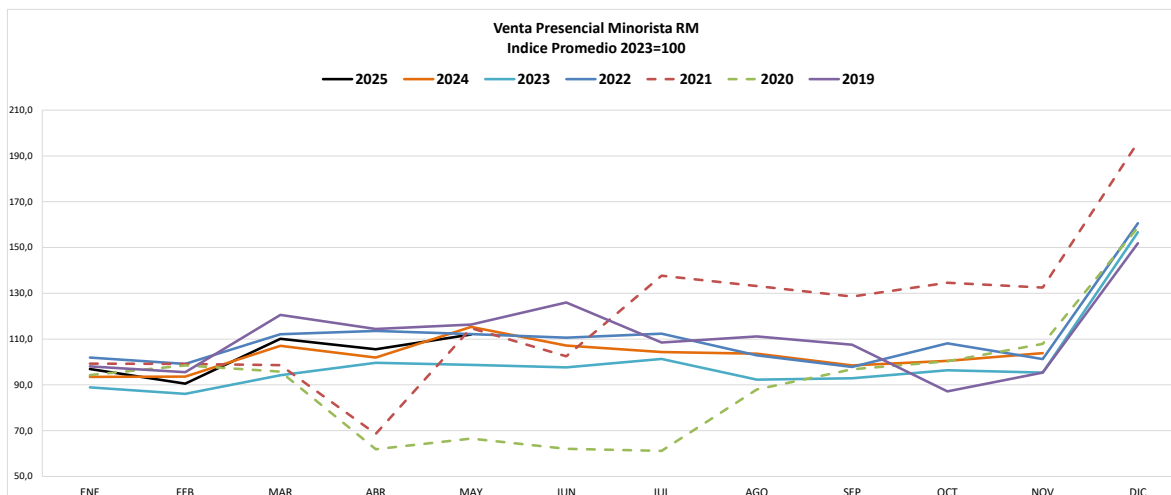
En términos de locales equivalentes el indicador marcó en el quinto mes del año un crecimiento en el margen de 0,6% real anual, acumulando entre enero y mayo un incremento de 1,5%.

Al analizar el comportamiento de los trimestres móviles se evidencia un alza de 1,0%, resultado en línea con el período anterior, y con una tendencia bastante plana en los últimos períodos.

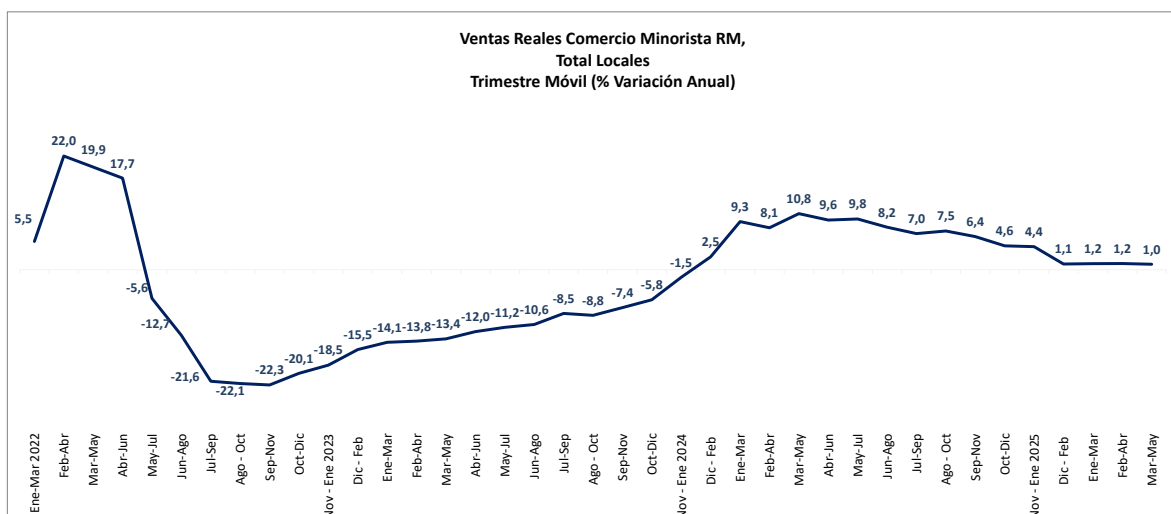


Fuente: Departamento de Estudios CNC

¹ 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

Perspectivas

El resultado negativo de mayo se explica, en primer lugar, por una alta base de comparación: mayo de 2024 fue el segundo mes con mayores ventas del año, después de diciembre, con incrementos superiores al 30% en la mayoría de las categorías de bienes durables y semidurables (Vestuario y Calzado)

También incidió el efecto calendario. Si bien este año se registró un sábado adicional, el feriado del 1 de mayo cayó en jueves, a diferencia de 2024 cuando fue miércoles, lo que pudo haber incentivado una mayor salida de santiaguinos durante el fin de semana largo, reduciendo el flujo de compradores en la capital.

A esto se sumó el adelanto de promociones asociadas al CyberDay, que tuvo lugar a principios de junio. Muchos consumidores probablemente postergaron sus compras presenciales de mayo a la espera de las rebajas online, afectando particularmente a las categorías de tecnología y hogar.

Por último, el entorno económico sigue marcado por la cautela. La confianza del consumidor (IPEC) permanece en terreno pesimista y volvió a caer en mayo, reflejando una menor disposición a comprar bienes durables, una percepción negativa sobre la situación económica personal y del país, y una mayor incertidumbre frente al futuro. Factores como el débil dinamismo del mercado laboral y el contexto externo desafiante podrían también estar limitando una recuperación sostenida del consumo.

Evolución por Categorías²

A excepción de la Línea Tradicional de Supermercados, todas las demás categorías marcan bajas de distinta magnitud, afectadas en parte por altas bases de comparación.

Vestuario marcó una caída de 3,6% real anual en mayo, acumulando en los cinco primeros meses del año un crecimiento real de 4,0 %. Dentro de la categoría Vestuario Mujer marcó un alza real marginal de 0,2% anual y Vestuario Infantil un incremento de 1,4%. Por su parte, Vestuario Hombre marcó una baja de 9,8% real anual en mayo.

Calzado marcó una caída anual de 14,8% en el quinto mes del año, acumulando entre enero y mayo una baja de 4,5%.

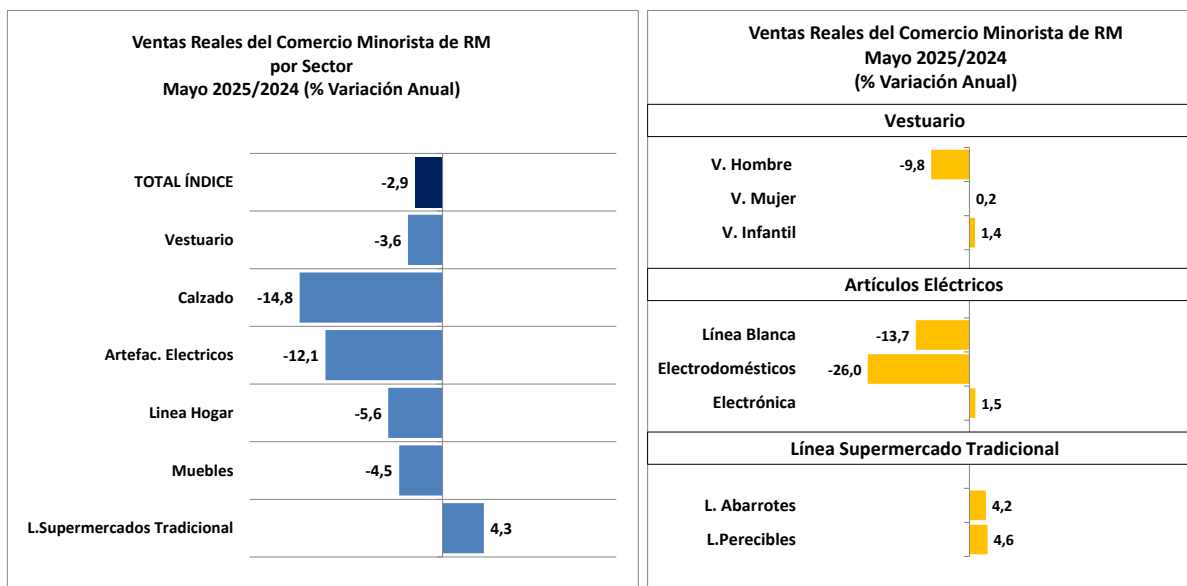
Por su parte, Artefactos Eléctricos marcó una contracción de 12,1% real anual en mayo, cerrando los cinco meses con un alza en el margen de 0,3%. Dentro del rubro destaca la caída de 26% real anual en Electrodomésticos, dada la altísima base de comparación. Por su parte, Línea Blanca, marcó una baja de 13,7% real en mayo y Electrónica un incremento real de 1,5% anual.

Línea Hogar evidenció en el quinto mes del año una contracción de 5,6% real anual en sus ventas y Muebles cayó 4,5%. Dado estos resultados Línea Hogar acumula un alza de 5,3% real entre enero y mayo, mientras que Muebles una caída de 3,6%.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados, marcó un alza de 4,3% real anual en sus ventas de mayo, donde Abarrotes creció 4,2% y Perecibles marcó un incremento de 4,6% real anual. Así, entre enero y mayo la categoría alcanzó un crecimiento en el margen de 0,2% real, donde Abarrotes acumuló una baja de 0,3% y Perecible un alza de 1,1%.

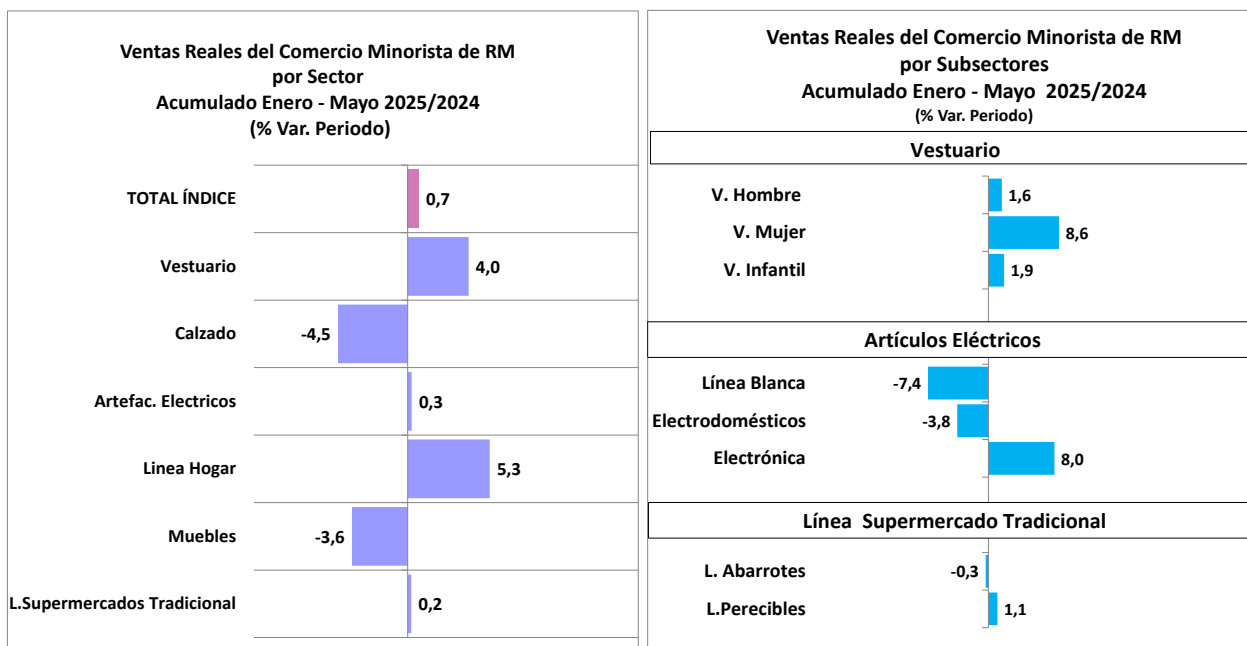
² Para llegar al resultado real cada categoría se deflacta por separado de acuerdo con su IPC sectorizado anual correspondiente, donde se han producido caídas anuales en los precios de la mayoría de las categorías.

Ventas Presenciales del Comercio Mayo 2025 – Evolución Categorías



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas del Comercio Acumuladas Mayo 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

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

Fuente: Departamento de Estudios CNC