

Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perspectivas

Las ventas del comercio minoristas marcan en el tercer mes del año positivos resultados en Valparaíso y La Araucanía, pero con caídas en Biobío, en línea con meses anteriores, donde se ha mantenido esta diferencia de desempeño entre las regiones.

Los mejores resultados en Valparaíso y La Araucanía están relacionados, en parte, al mayor flujo de argentinos que reciben ambas regiones y al llamado “turismo de compra” que viene impulsando al sector presencial. Sin embargo, en el tercer mes del año se evidencia una desaceleración en los crecimientos registrados en ambas regiones.

El comportamiento por categoría fue heterogéneo, destacando alzas en Vestuario y Artículos Eléctricos mientras que la Línea Tradicional de Supermercados marca bajas anuales en las tres regiones en estudio.

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.

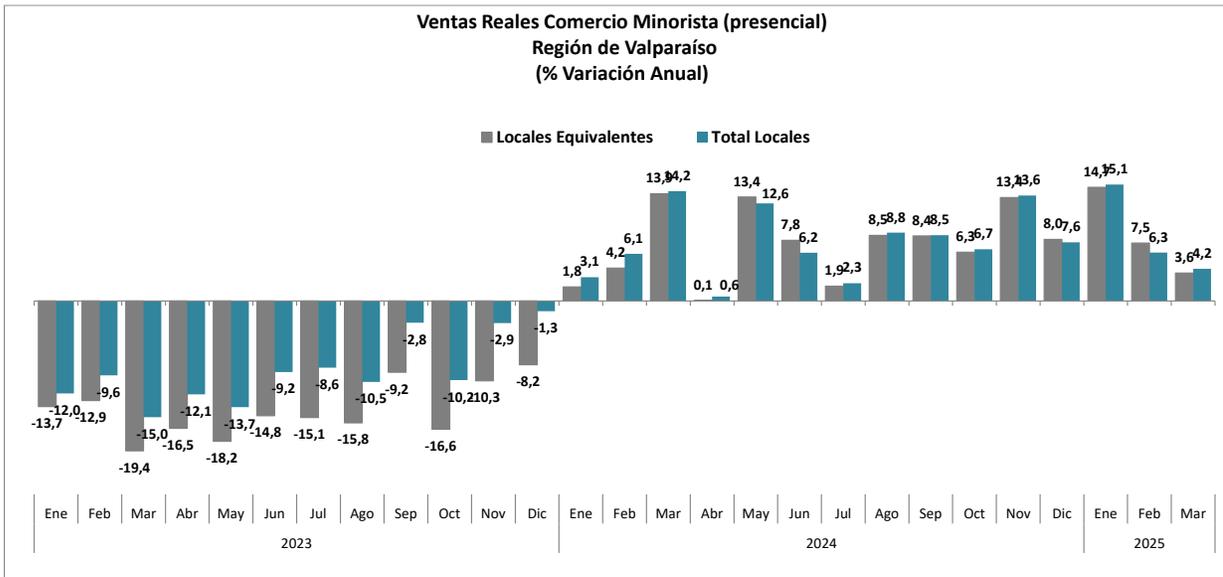
Para el 2025, el escenario sigue siendo desafiante. El Banco Central proyecta un crecimiento del 2% en el consumo privado. Sin embargo, persisten riesgos relevantes: la incertidumbre internacional, el desempeño de la economía china y sus efectos sobre nuestra actividad podrían tensionar estas proyecciones. En este contexto, resulta clave avanzar en certezas, promover inversión y adoptar medidas que impulsen el crecimiento sostenido de nuestro país.

Región de Valparaíso

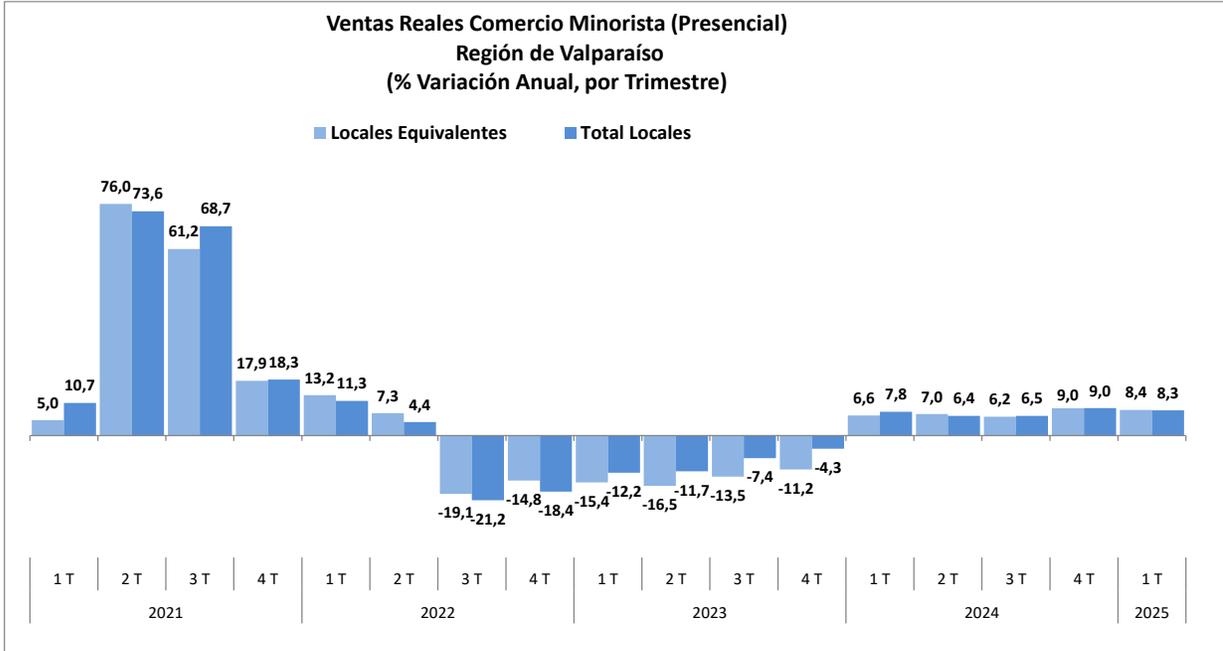
Las ventas presenciales minoristas de la Región de Valparaíso marcaron en marzo un crecimiento real anual de 4,2%, desacelerándose frente a las alzas anteriores y cerrando el primer trimestre del 2025 con un incremento de 8,3%.

En términos de locales equivalentes las ventas de la región marcaron un alza de 3,6% real anual en marzo, acumulando en el trimestre un incremento de 8,4%.

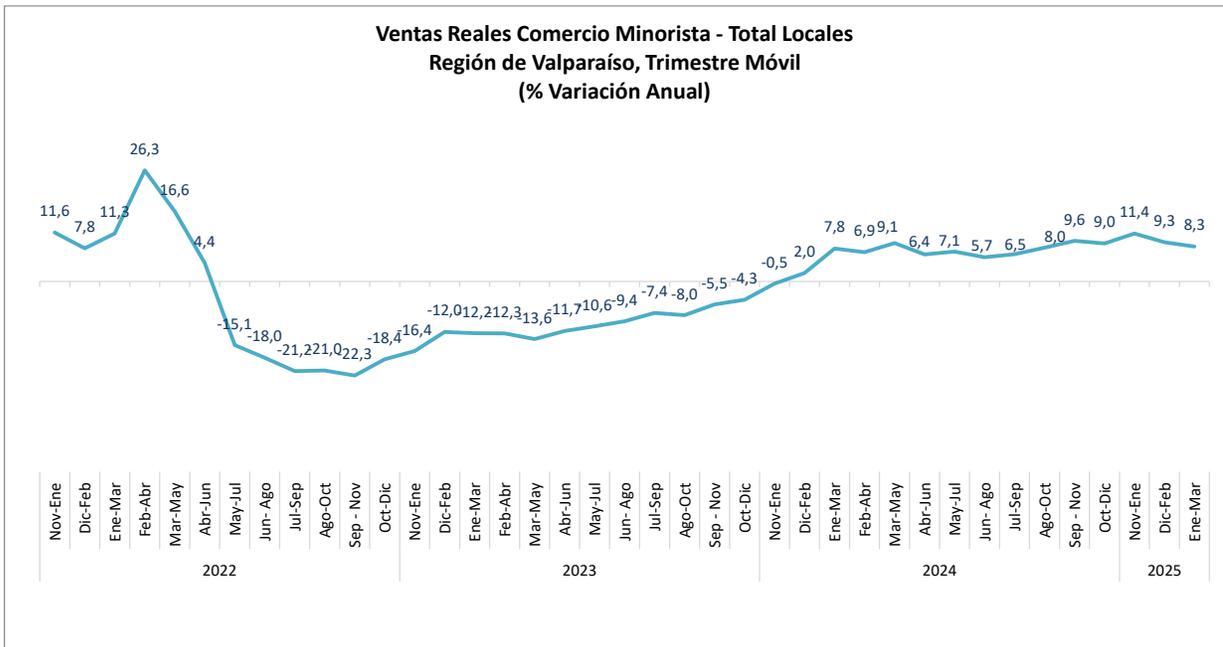
En cuanto al resultado del trimestre móvil, se evidencia una leve desaceleración en los dos últimos períodos tras el peak alcanzado en noviembre-enero 2025.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Categorías

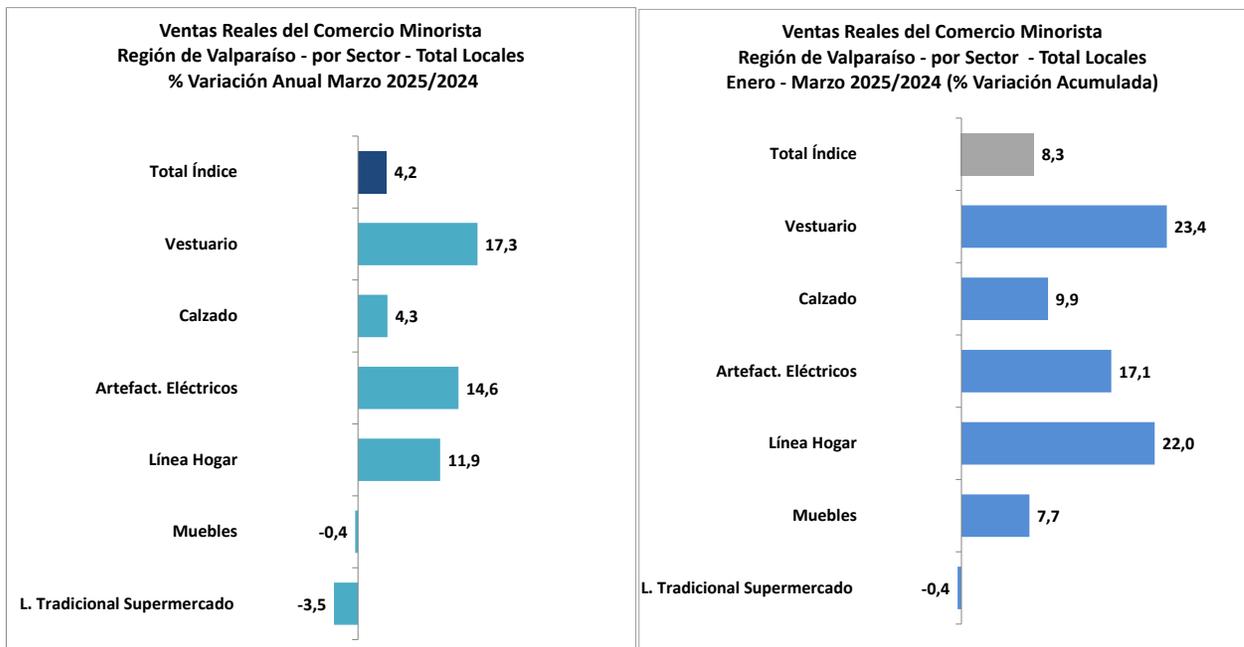
Al analizar las ventas presenciales de los distintos rubros, se evidencian bajas anuales en la Línea Tradicional de Supermercados y Muebles, mientras que las demás categorías registran alzas de distinta magnitud.

Vestuario marcó en marzo un alza de 17,3% real anual y Calzado creció un 4,3% en el tercer mes del año. De esta manera, ambas categorías cierran el primer trimestre con alzas de 23,4% y 9,9% respectivamente.

Artefactos Eléctricos evidenció un incremento de 14,6% en marzo, cerrando así los tres primeros meses del año con un alza real de 17,1%.

Por su parte, Línea Hogar registró en marzo un alza real anual de 11,9%, mientras que Muebles cayó en el margen un 0,4%. De esta manera, en el primer trimestre del año Línea Hogar acumuló un crecimiento de 22% y Muebles un alza de 7,7%.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados da cuenta de una baja real anual 3,5% en el tercer mes del año, cerrando enero-marzo con una baja de 0,4%.



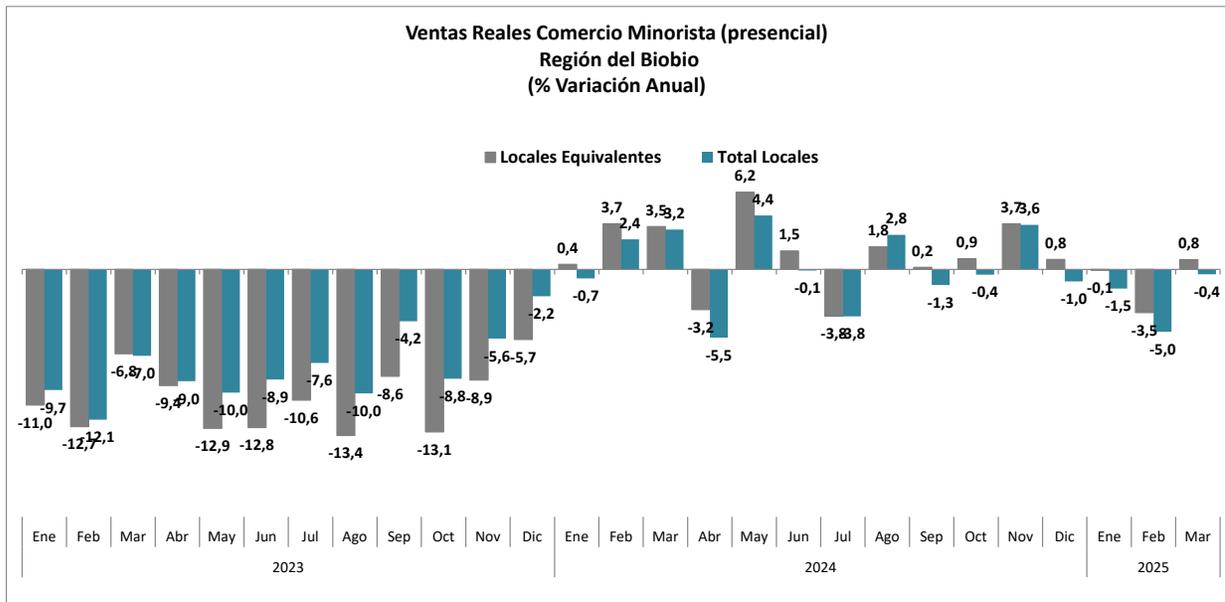
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Región del Biobío

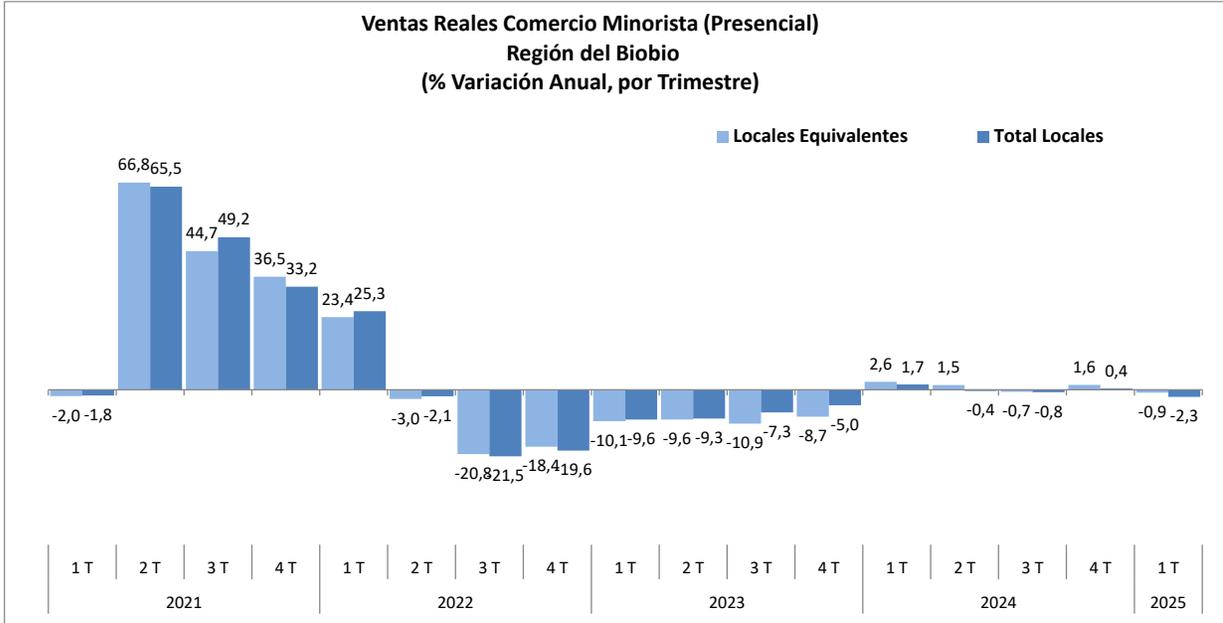
Las ventas presenciales del comercio minorista de la Región del Biobío marcaron en marzo una caída marginal de 0,4% real anual, cerrando el primer trimestre de este año con una contracción de 2,3% real.

En término de locales equivalentes, el tercer mes del año marcó un alza de 0,8% real anual, cayendo en el trimestre un 0,9% real.

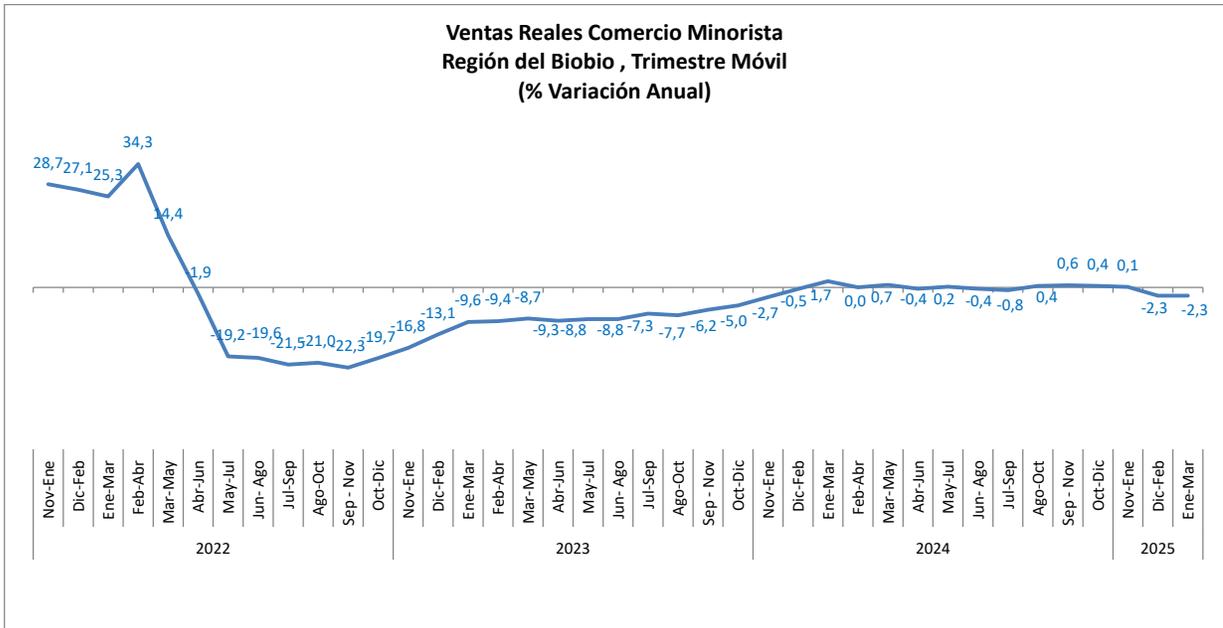
En cuanto al resultado del trimestre móvil en enero-marzo se evidencia una baja de 2,3%, en línea con el período anterior, tras un 2024 que marcó una tendencia plana y de nulo crecimiento.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Categorías

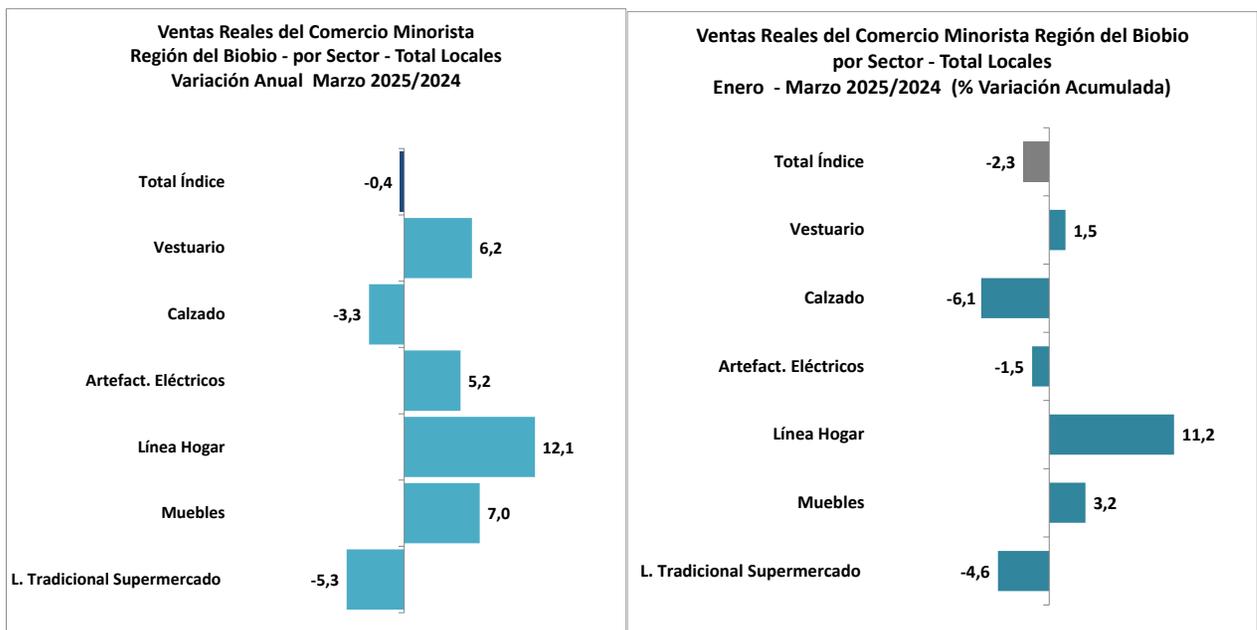
Dentro de los rubros estudiados, se evidencia una baja en la Línea Tradicional de Supermercados y Calzado, mientras que las demás categorías marcan alzas de distinta magnitud.

Vestuario marcó un alza real anual de 6,2% en marzo y Calzado dio cuenta de una baja real anual de 3,3%, evidenciando un tercer mes negativo. De esta manera, Vestuario cierra los tres primeros meses del año con un alza de 1,5% real y Calzado con una baja de 6,1%.

Artefactos Eléctricos registró en marzo un crecimiento real anual de 5,2%, acumulando en los tres primeros meses del año una caída de 1,5% real.

Línea Hogar evidenció un alza real anual de 12,1% en marzo y Muebles un incremento de 7,0%. Así, ambas categorías cierran el primer trimestre del 2025 con alzas reales de 11,2% y 3,2%, respectivamente.

La Línea Tradicional de Supermercados evidenció en el tercer mes del año una baja de 5,3% real anual, acumulando a marzo una caída de 4,6%.



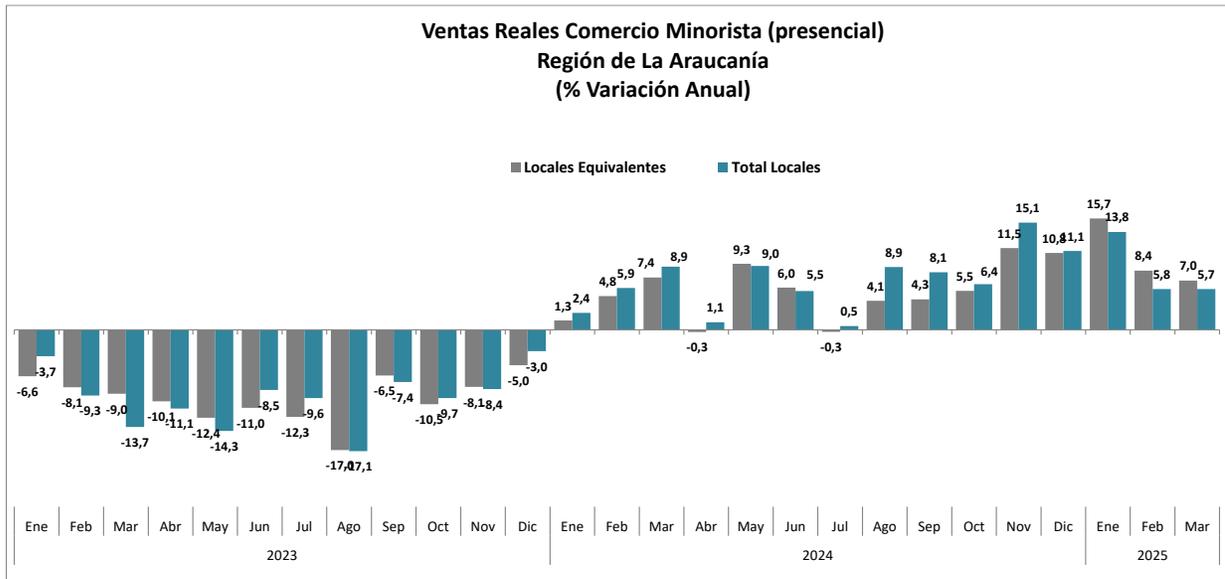
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Región de La Araucanía

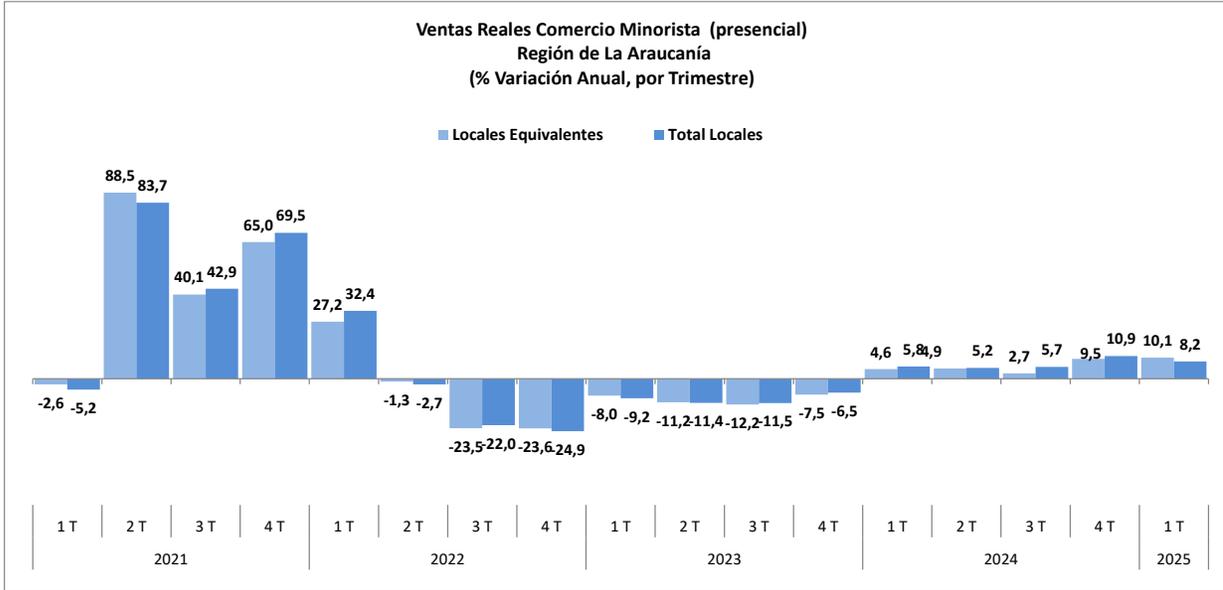
Las ventas presenciales del comercio minorista de la Región de La Araucanía marcaron un alza real anual de 5,7% en marzo, en línea con el resultado de febrero, y cerrando el primer trimestre del año con un crecimiento de 8,2%.

En términos de locales equivalentes se evidenció un alza de 7% real anual en el tercer mes del año, acumulando entre enero y marzo un alza de 10,1% real.

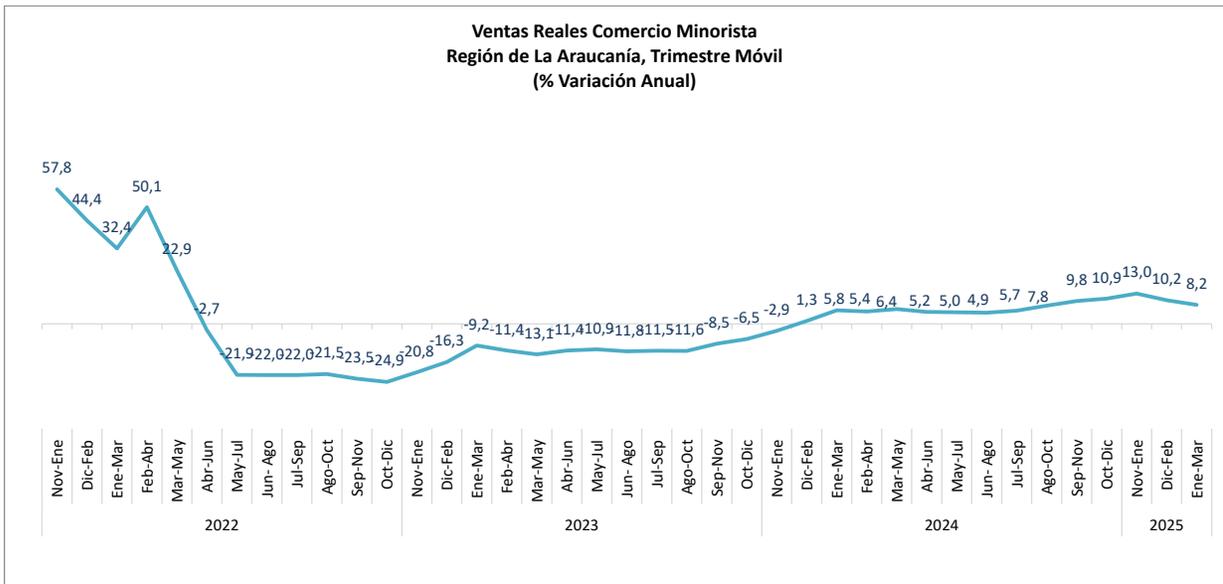
En cuanto al trimestre móvil se ve una desaceleración en los últimos dos períodos tras el peak de noviembre-enero, similar a lo evidenciado en la Región de Valparaíso.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Categorías

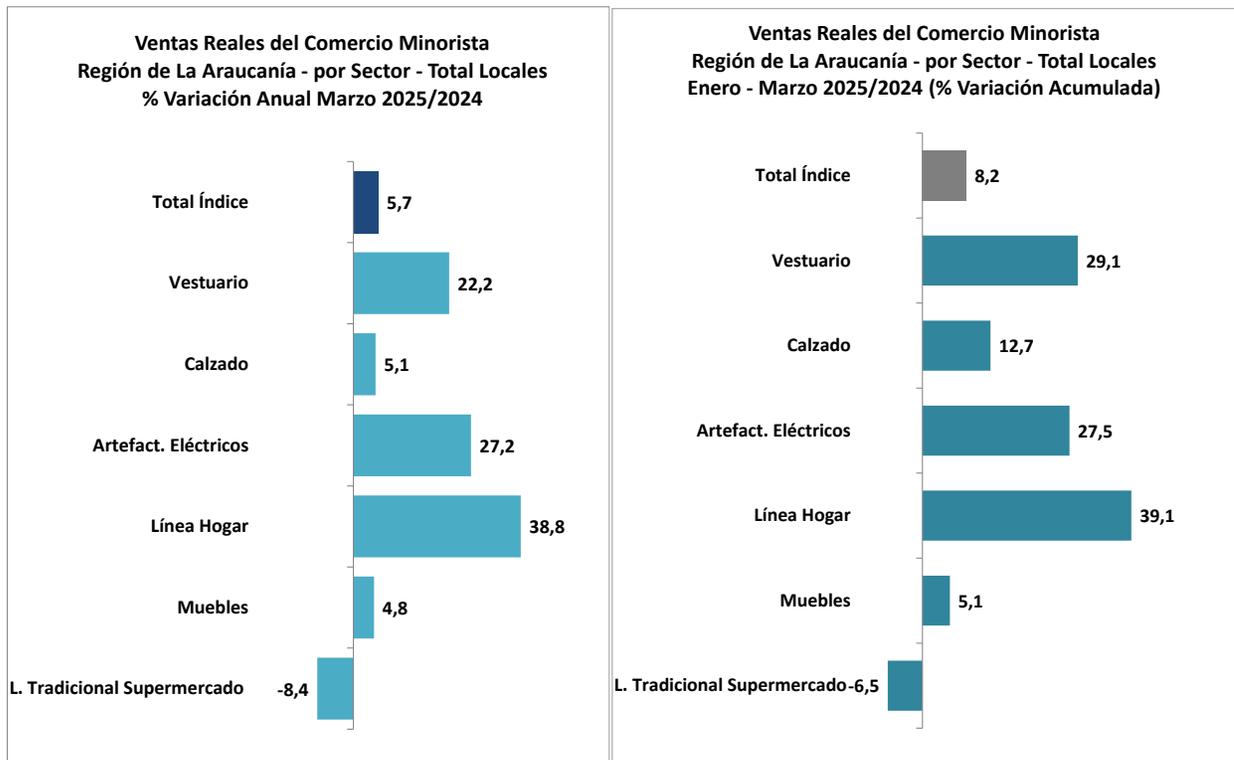
A excepción de la Línea Tradicional de Supermercados, todas las categorías marcan alzas anuales de hasta dos dígitos en sus ventas presenciales en el tercer mes del año.

Vestuario marcó un crecimiento real anual de 22,2% en marzo, acumulando en el primer trimestre un alza de 29,1%. Por su parte, Calzado registró un incremento de 5,1% en el tercer mes del año, cerrando enero-marzo con un incremento de 12,7% real.

Artículos Eléctricos registró un incremento real anual de 27,2% en marzo, acumulando en los tres primeros meses un crecimiento de 27,5% real.

Línea Hogar registró un crecimiento real anual de 38,8% en marzo y Muebles marcó un alza de 4,8% real. Ambas categorías cierran los tres primeros meses del año con incrementos reales de 39,1% y 5,1% respectivamente.

Finalmente, la Línea Tradicional de Supermercados marcó una contracción real anual de 8,4% en marzo, cerrando el primer cuarto del año con una caída real de 6,5%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC