

Fecha: 18-05-2026
Medio: El Pingüino
Supl.: El Pingüino
Tipo: Noticia general
Título: Magallanes no escapa a desaceleración del consumo y ventas: caen 2,2%

Pág.: 14
Cm2: 454,8

Tiraje: 5.200
Lectoría: 15.600
Favorabilidad: ☐ No Definida

Supermercados y comercio minorista

Magallanes no escapa a desaceleración del consumo y ventas: caen 2,2%

● El sector mostró señales de debilidad durante marzo, en medio de un escenario económico marcado por cautela de los hogares y menor dinamismo laboral.

Crónica

periodistas@elpinguino.com

Las señales de desaceleración del consumo continúan profundizándose en distintas zonas del país y Magallanes no quedó ajena a esta tendencia. Según el más reciente Índice de Ventas de Supermercados (ISUP), elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), las ventas de supermercados en la Región de Magallanes y Antártica Chilena registraron una caída de 2,2% en doce meses a precios constantes durante marzo.

La cifra posicionó a Magallanes entre las regiones con peor desempeño a nivel nacional, ubicándose en el sexto lugar en orden ascendente dentro de las dieciséis regiones del país. A nivel nacional, las ventas reales de supermercados

disminuyeron 0,9% en comparación con igual mes del año anterior, mientras doce regiones anotaron resultados negativos.

El informe además señala que en Magallanes se mantuvieron operativos 10 establecimientos de supermercados, misma cantidad que hace un año, totalizando una superficie regional de 16.803 metros cuadrados.

El escenario regional coincide con el debilitamiento que también evidenció el comercio minorista presencial en importantes zonas del país. De acuerdo con el índice mensual elaborado por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), las regiones de Valparaíso, Biobío y La Araucanía registraron resultados débiles durante marzo.

En Valparaíso, las ventas del comercio minorista

cayeron 2,4% real anual, acumulando en el primer trimestre una baja marginal de 0,6%. En Biobío, el crecimiento fue prácticamente nulo, con apenas un alza de 0,2% en marzo, mientras que La Araucanía mostró uno de los retrocesos más pronunciados, con una contracción de 7,3%.

Desde la CNC explicaron que los resultados reflejan una desaceleración más evidente del consumo regional, en un contexto donde la demanda interna continúa debilitándose y los hogares muestran mayores niveles de cautela frente a sus decisiones de gasto.

Según el análisis del gremio, si bien algunas categorías vinculadas a bienes esenciales todavía logran sostener parcialmente la actividad comercial, el desempeño general del retail presencial evidencia



Las ventas de supermercados y comercio minorista continúan mostrando señales de desaceleración en Magallanes y gran parte del país durante marzo.

una pérdida de dinamismo, especialmente en bienes discrecionales y productos durables.

Entre los rubros más afectados destacan artefactos eléctricos, línea hogar y calzado, segmentos que han mostrado fuertes contracciones en diversas regiones del país. Parte de esta caída también se explica por mayores bases de comparación luego del fuerte impulso que generó el turismo de compras argentino durante 2024 y parte de 2025, particularmente en regiones del sur.

La CNC también vinculó este menor dinamismo del consumo con un escenario económico todavía complejo. El mercado laboral continúa mostrando señales de debilidad, con menor creación de empleo formal y un aumento de la informalidad, factores que limitan directamente la capacidad de gasto de los hogares.

A ello se suma un consumidor más prudente, afectado por mayores preocupaciones respecto al costo de la vida, el alza de los combustibles y la incertidumbre económica tanto a

nivel nacional como internacional. Según el gremio, el aumento de los costos logísticos y la persistencia de algunos componentes inflacionarios continúan generando presión tanto sobre las empresas como sobre las familias.

Frente a este panorama, las proyecciones apuntan a que el comercio minorista seguirá enfrentando meses de crecimiento acotado, altamente condicionado por la evolución del empleo, las confianzas de los consumidores y las condiciones financieras del país.

