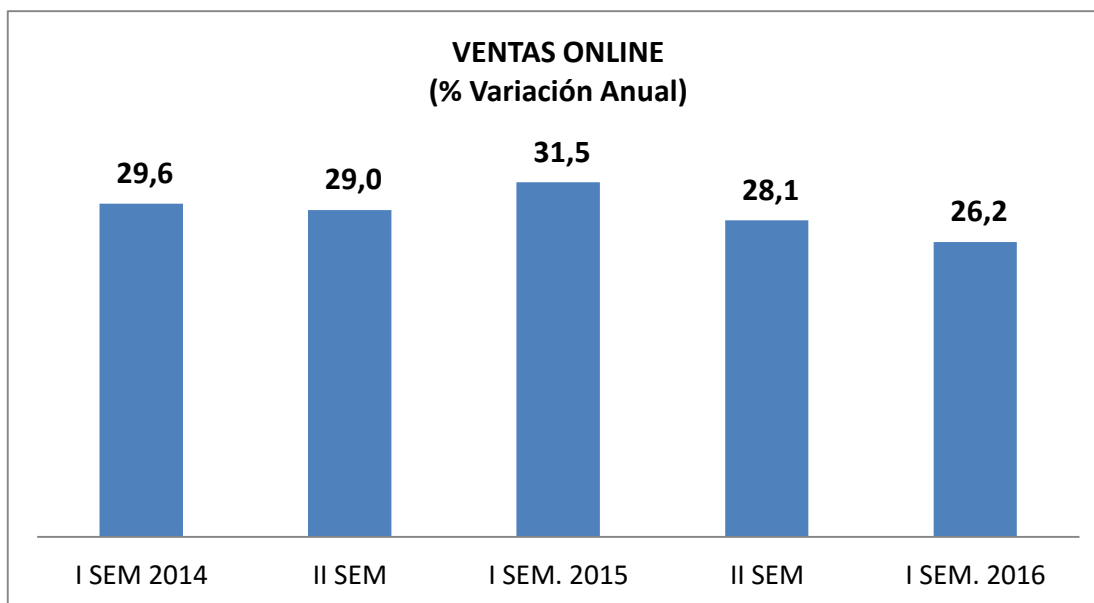


INDICADOR DE VENTA DEL COMERCIO CANAL INTERNET A TRAVÉS DE TARJETAS, CRÉDITO Y DÉBITO EN CHILE I SEMESTRE 2016

Usando datos proporcionados por Transbank, el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, elaboró por tercer período el *Índice de Ventas por Internet I Semestre 2016*, el cual busca analizar el comportamiento de compra en este tipo de canal, enfocando el análisis en el sector Comercio (consumo) y Turismo y Entretenimiento (T&E). Este índice se construye en base a las ventas realizadas con tarjeta (crédito y débito) a través de internet y en portales nacionales.

El primer trimestre de este año las ventas aumentaron 24% real y el segundo trimestre lo hicieron en 28%, cerrando así el primer semestre con un alza real de 26,2%, resultado positivo pero levemente por debajo del incremento de 31,5% alcanzado en igual período de 2015.



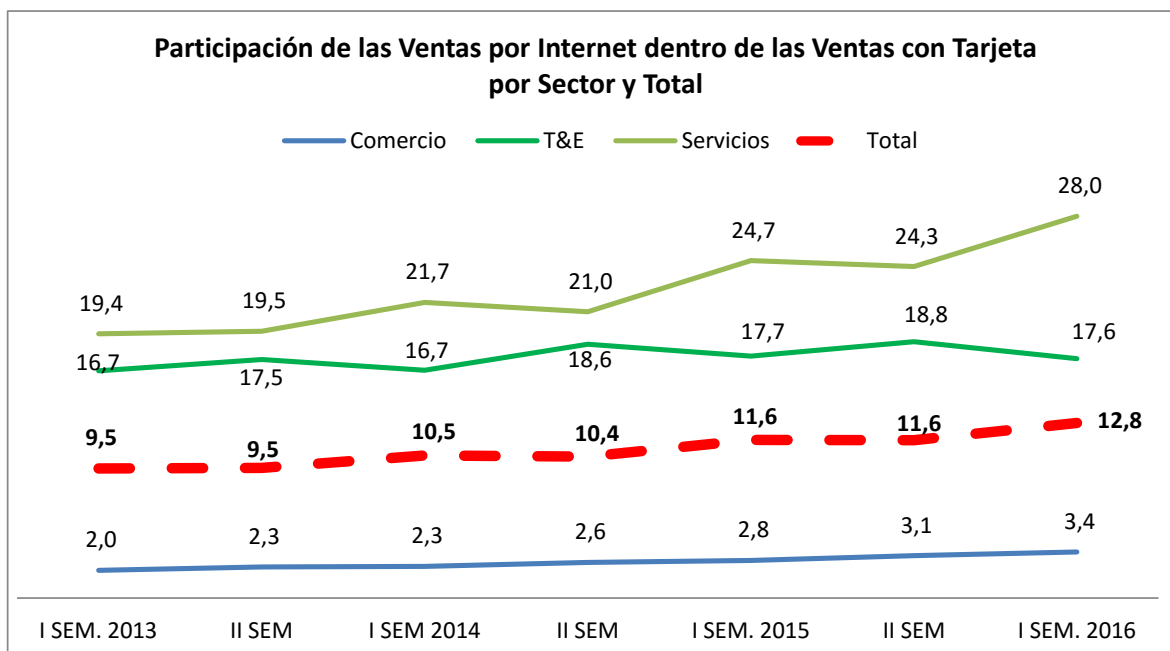
Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

La participación de las ventas realizadas con tarjeta (crédito o débito) por internet, sobre las ventas totales realizadas con este medio de pago en los distintos sectores, ha aumentado 3,3 puntos porcentuales desde el primer semestre de 2013 a la fecha, alcanzando un 12,8% de penetración en el primer semestre de este año.

En cuanto a los distintos sectores que ofrecen ventas (o pagos) online, los servicios (clínicas y prestaciones, educación, recaudación, servicios, banco y financieros e inmobiliarios, entre otros), es el que registra los mayores niveles de participación, alcanzando un 28% en el primer semestre de este año. Esto debido a que ha aumentado considerablemente el número de usuarios que pagan sus cuentas a través de internet, como también ha crecido el número de proveedores de servicios que han adoptado este medio de pago.

El sector Turismo y Entretenimiento (T&E) ha aumentado levemente su participación, de un 16,7% el primer semestre de 2013, a un 17,6% en el primer semestre de 2016, con una leve caída respecto de la participación registrada el semestre anterior (18,8%).

En el caso de las ventas en el sector Comercio, la participación de este canal online sobre el total de ventas con tarjeta, creció 1,4 puntos porcentuales desde la primera mitad de 2013 a la fecha, alcanzando un 3,4% en los primeros seis meses de este año.

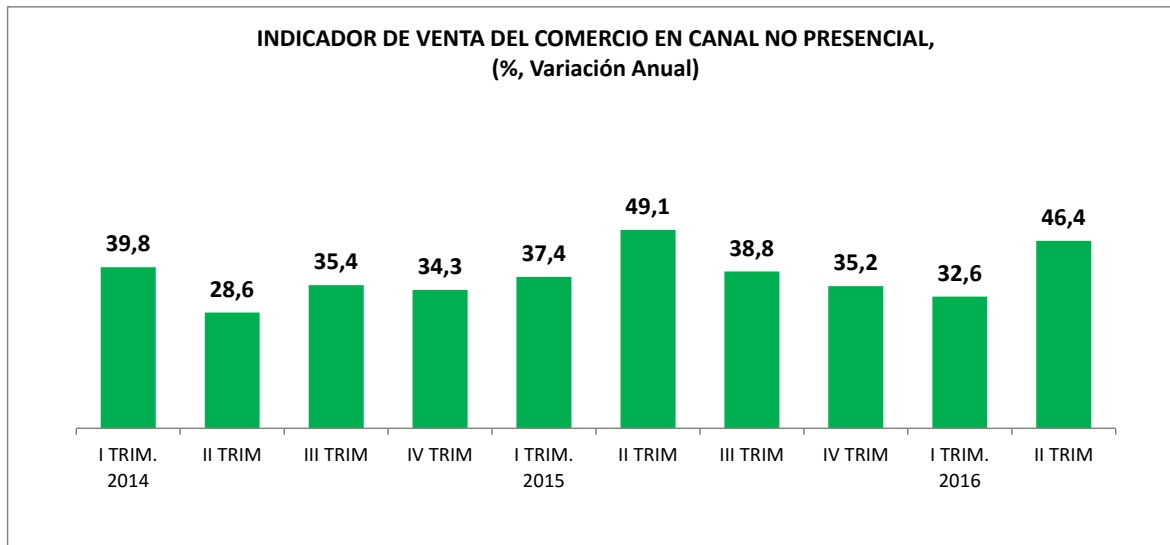


Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Sector Comercio

Al analizar el sector Comercio, los resultados de las ventas online durante el primer semestre evidenciaron un fuerte crecimiento real de 40% respecto de igual período de 2015, donde el primer trimestre se registró un aumento anual de 32,6%

real y el segundo un incremento de 46,4%. Destacan mayo y junio, con alzas de 50%, influenciadas en parte por el cybermonday y las ofertas posteriores que se dieron durante toda la primera semana de junio.

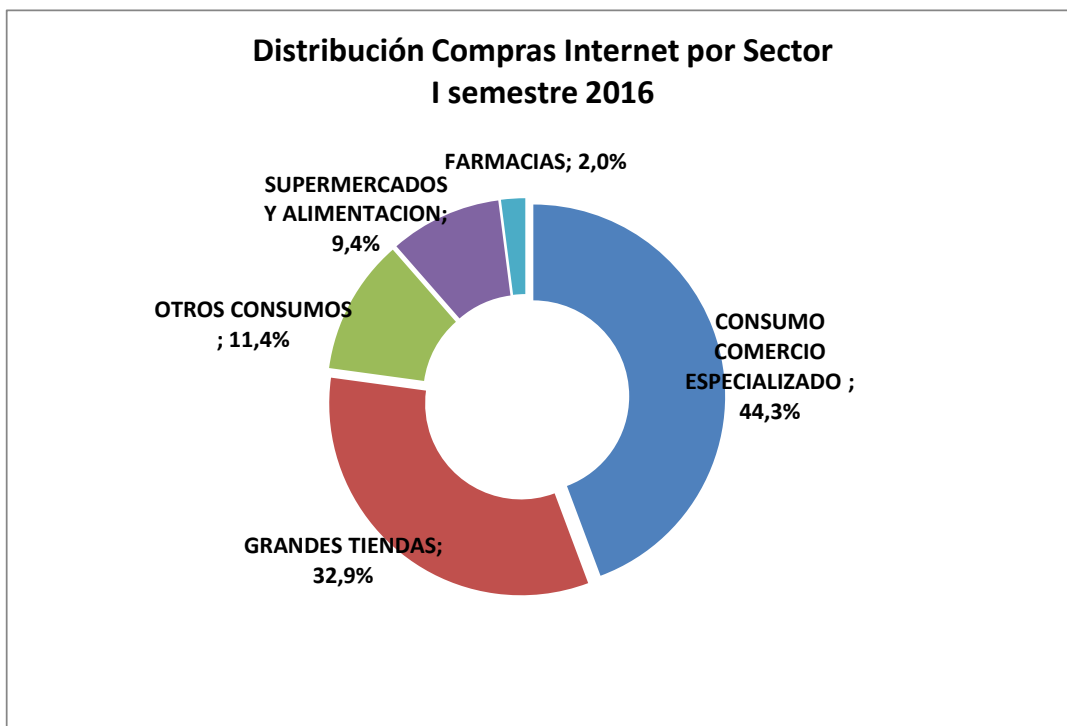


Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Análisis por Categorías de Comercio

Participación

Al analizar la distribución de las compras por internet en el sector comercio, según las cifras del último semestre reportado (I Semestre 2016), se observa que el 44,3% se realiza en Comercios Especializados (importadoras, joyerías y regalos, librerías y editoriales, muebles y artículos electrónicos, vestuario y calzado en tiendas especializadas), un 32,9% en Grandes Tiendas; 11,4% corresponde a Supermercados, y otras tiendas de alimento y fast food (no incluye restaurantes); un 2,0% a compras en Farmacias y Perfumería; y un 11,4% a Otros del Sector Comercio (kioskos, artículos para piscinas, ópticas, etc); Estos porcentajes se han mantenido relativamente estables desde 2013, sin grandes variaciones entre sectores.



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Ventas

Las distintas categorías dentro del sector mostraron crecimientos anuales de dos dígitos en sus ventas online. Sin embargo, se evidenció una fuerte desaceleración en la categoría Otros Consumo.

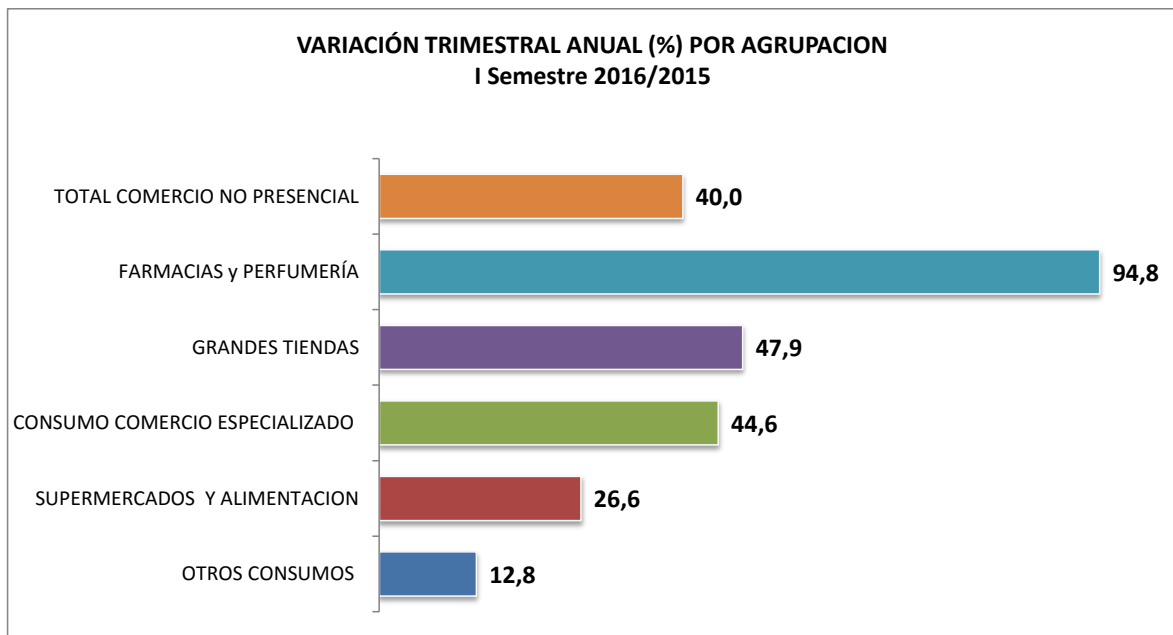
Las ventas por internet en el Comercio Especializado marcaron en la primera mitad del año un incremento de 44,6%, en línea con el alza del primer semestre de 2015 (42%). El primer trimestre de 2016 se registró un alza de 38,6% real anual y el segundo un crecimiento de 49,6%.

La categoría Grandes Tiendas experimentó durante el primer semestre un alza real de 47,9%, similar al crecimiento del primer semestre de 2015, y donde el primer cuarto de este año el alza anual fue de 37,6% real y el segundo de 56,9%.

El sector Supermercados y Alimentación marcó, durante el primer semestre de 2016, un alza real de 26,6% en sus ventas por internet, marginalmente sobre el alza alcanzada por la categoría la primera mitad del 2015 (25,8%). La categoría registró, durante el primer trimestre de este año, un alza anual de 19,2% real, mientras que el segundo trimestre el crecimiento alcanzó un 33,0%.

Farmacias y Perfumería, que representa sólo un 2% de las ventas, tuvo un aumento de 94,8% en la primera mitad del año, con un alza pareja en ambos trimestres.

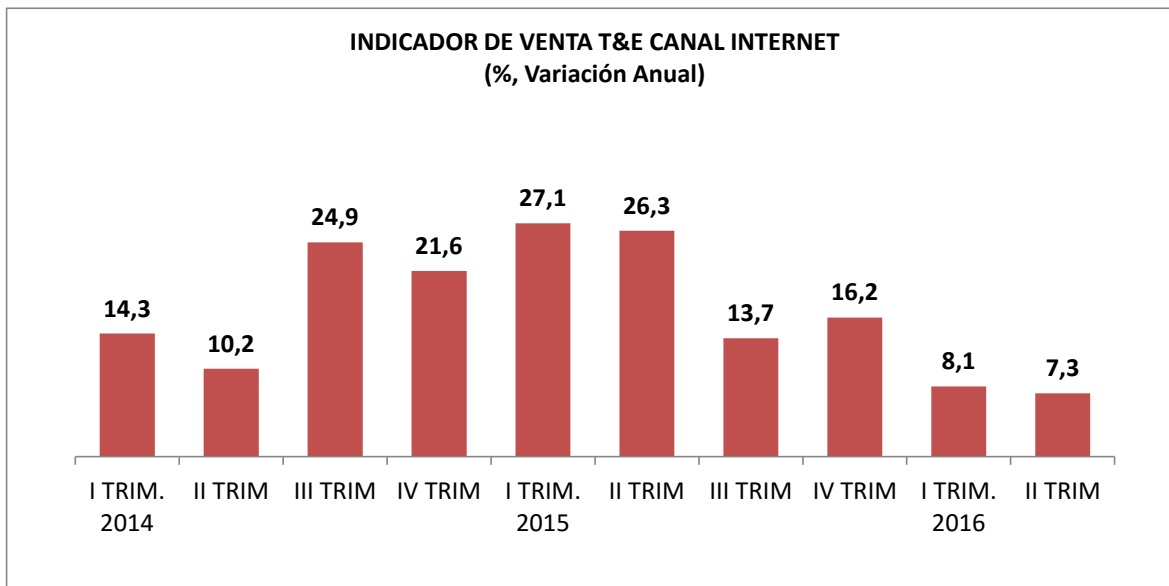
La categoría “Otros de Sector Comercio”, marcó un alza anual de 12,8% el primer semestre de 2016, tras el aumento de 56,1% evidenciada en igual período de 2015. Dentro de lo que va del año, se registró un crecimiento anual real de sólo 8,3% el primer cuarto y de 17,1% el segundo.



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Sector T&E

Al analizar el sector Turismo y Entretenimiento se aprecia que las ventas por internet crecieron un 8,1% real anual el primer trimestre de este año y un 7,3% el segundo. Estos resultados marcaron un alza en el primer semestre de 7,7% real, muy por debajo del incremento de 26,7% registrado en igual período de 2015, y más en línea con el alza de 12,2% experimentada en la primera mitad de 2014. Esta cifra se debe a una mayor base comparación dado el significativo aumento que sufrió el sector producto de la Copa América 2015.

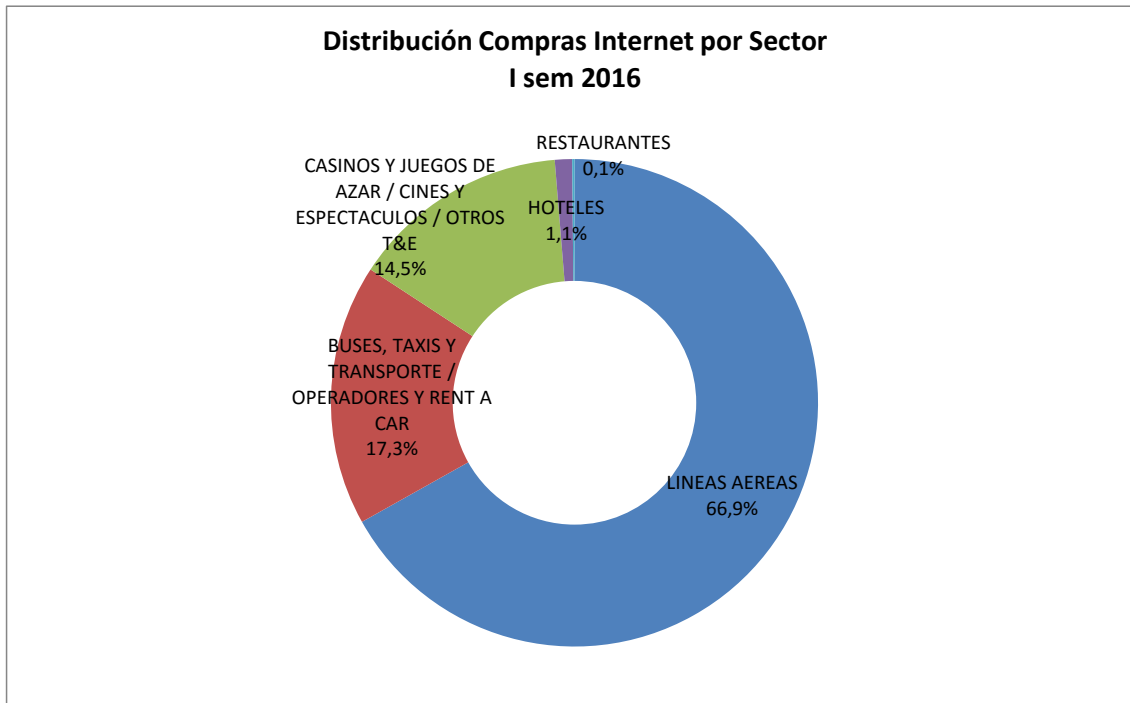


Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Análisis por Categorías T&E

Participación

En cuanto a la participación por sub-sector, las ventas online de este sector están dominadas en gran parte por la compra de pasajes aéreos, concentrando un 66,9% del total durante el primer semestre de 2016. Le sigue Transporte, Operadores Turísticos y *rent a car* con un 17,3%; luego Casinos, Cines y Espectáculos con un 14,5% y finalmente Hoteles y Restaurantes que concentran un 1,1% y 0,1%, respectivamente. Estas participaciones se han mantenido relativamente estables en los últimos años.

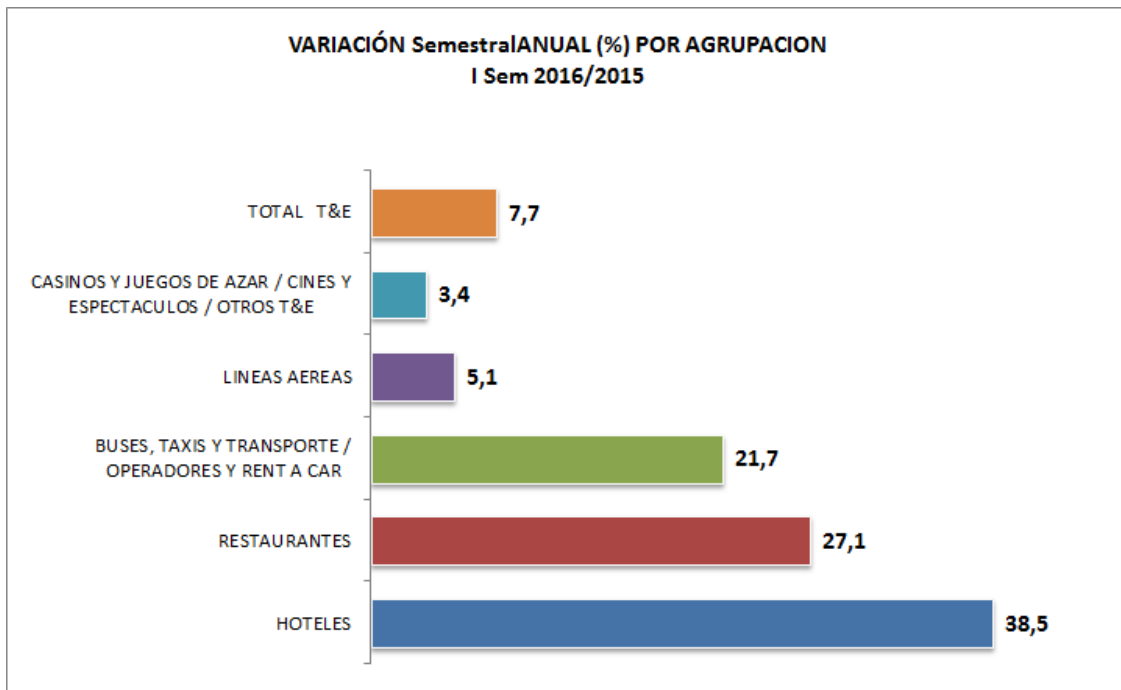


Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Ventas

En cuanto a los crecimientos del primer semestre en las ventas online de cada categoría dentro de Turismo y Entretención, a excepción de Hoteles, todas las demás mostraron menores alzas respecto de igual período de 2015.

Los mayores crecimientos del semestre se registraron en las categorías de Hoteles y Restaurantes, con alzas de 38,5% y 27,1% cada uno en el primer semestre de 2016 (aunque sus respectivas participaciones son bajas). En ambas categorías destacó el segundo trimestre con alzas anuales reales de 55,2% y 43,7%, respectivamente. Transporte, Operadores Turísticos y *rent a car* experimentaron un incremento anual de 21,7% real; Casinos, Cines y Espectáculos con un alza de sólo 3,4%, muy por debajo de lo marcado en 2015 (64,1%). La categoría Líneas Aéreas marcó, en la primera mitad del 2016, un débil aumento de 5,1% real anual, tras haber crecido un 18,7% en igual período de 2015.



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Conclusiones

Las ventas por internet han crecido los últimos años a tasas de dos dígitos, evidenciando un nuevo canal de compra que va ganando terreno poco a poco en nuestro país. Si bien la penetración de este canal en Chile ha ido en aumento en los últimos años, esta aún es baja por lo que queda mucho por crecer lo que representa una gran oportunidad para muchos negocios.

Pese a las altas tasas de crecimiento en las ventas on-line, al analizar el comportamiento de los últimos dos semestres se observa una leve desaceleración en los incrementos, la cual está en línea con el menor dinamismo del consumo privado que está experimentando la economía del país. Por el lado del sector comercio on-line esta desaceleración es más leve, mientras que en el sector T&E online los crecimientos se redujeron considerablemente este año debido a la alta base de comparación, enfrentados a las fuertes alzas producto de la Copa América.

Hoy estamos más conectados que nunca y las nuevas tecnologías han dado paso a una nueva forma de intercambio donde por un lado tenemos a los consumidores, cada vez con menos tiempo, que comienzan a adoptar este canal de compra con menor desconfianza, y por otro lado se evidencia un aumento en los proveedores



que se dan cuenta que no se pueden quedar atrás, y que a través de este canal pueden vender sus productos, o entregar sus servicios, de manera más eficiente y muchas veces a un menor costo.