

## INDICADOR DE VENTA DEL COMERCIO CANAL ONLINE A TRAVÉS DE TARJETAS, CRÉDITO Y DÉBITO EN CHILE I SEMESTRE 2020

Usando datos proporcionados por Transbank, el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, elabora semestralmente el *Índice de Ventas Online*, el cual busca analizar el comportamiento de pagos a través del canal online. Este índice se construye sobre la base de las ventas realizadas con tarjeta (crédito y débito) a través de internet y en portales nacionales.

### Principales resultados I Semestre 2020

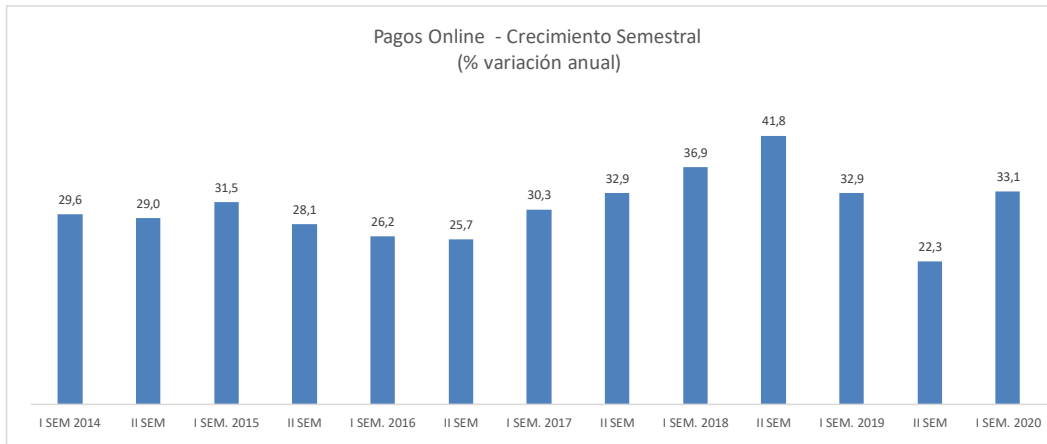
En la primera mitad del año los pagos online aumentaron un 33,1% real anual, 10,8 puntos porcentuales por sobre el alza de la segunda mitad de 2019.

Con respecto al resultado trimestral, el primer trimestre del año marcó un crecimiento de 19,8% real anual y el segundo cuarto un alza de 44,5%.

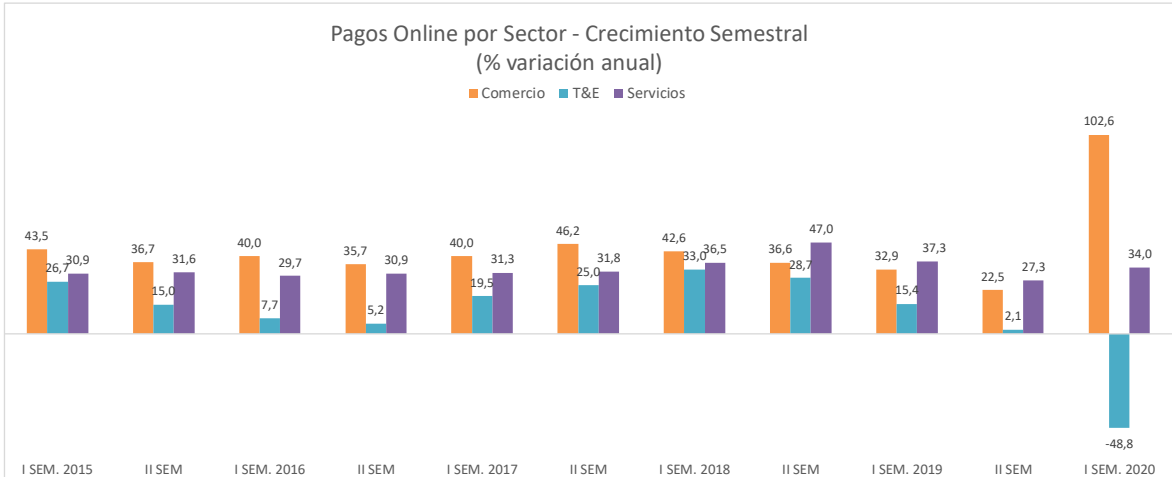
Dentro de las categorías que componen el gasto online destaca el fuerte incremento del Comercio, con un alza de 41,5% el primer trimestre, y luego acelerándose fuertemente el segundo trimestre con un incremento de 148,3%. De esta manera el sector cierra el primer semestre de 2020 con un aumento de 102,6%.

En el otro extremo la categoría Turismo y Entretenimiento (T&E), fuertemente afectada durante esta crisis, marca una caída de 48,8% en sus ventas online durante la primera mitad del año, con un primer trimestre que marcó una baja de 13,5% y un segundo trimestre que reflejó un descenso de 83,2%, de esta manera el sector ya acumula tres trimestres de caídas.

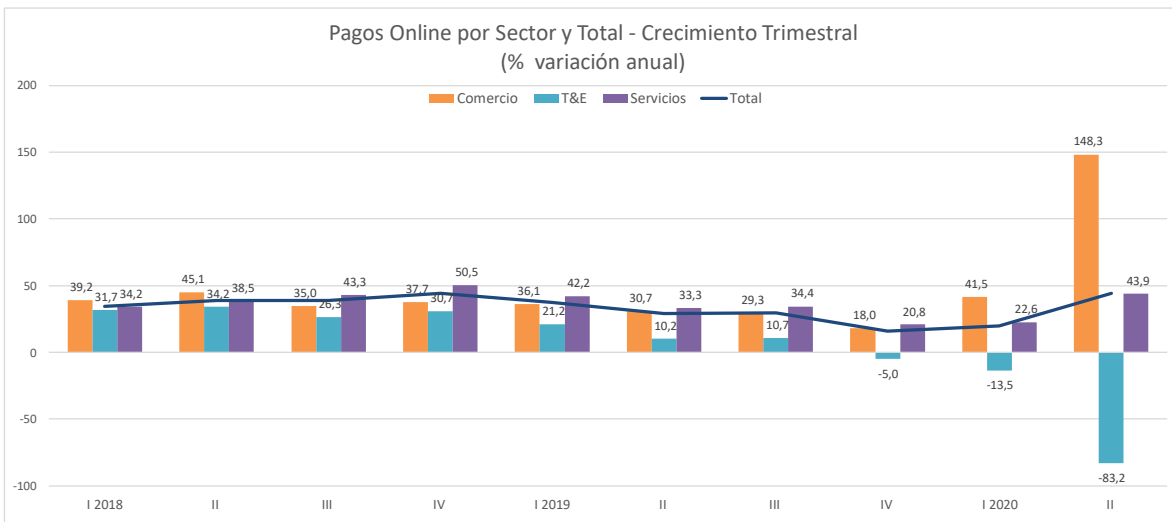
Por último, el sector Servicios (clínicas y prestaciones, educación, recaudación, servicios básicos, banco y financieros e inmobiliarios, aplicaciones de servicios, entre otros) marca incrementos de 22,6% y 43,9% en primer y segundo trimestre de 2020, acumulando en el primer semestre del año un alza real anual de 34%.



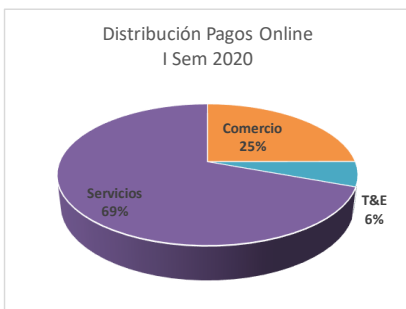
Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Dentro de los pagos digitales, la distribución de los pagos online de estas tres categorías reflejó un incremento en la participación del Comercio, de 17% que tenía en el segundo trimestre de 2019 a 25% en la primera mitad de 2020, mientras que T&E sufre una caída pasando de un 14% a un 6%.

### Crecimiento Trimestral Pagos Online (% variación anual)

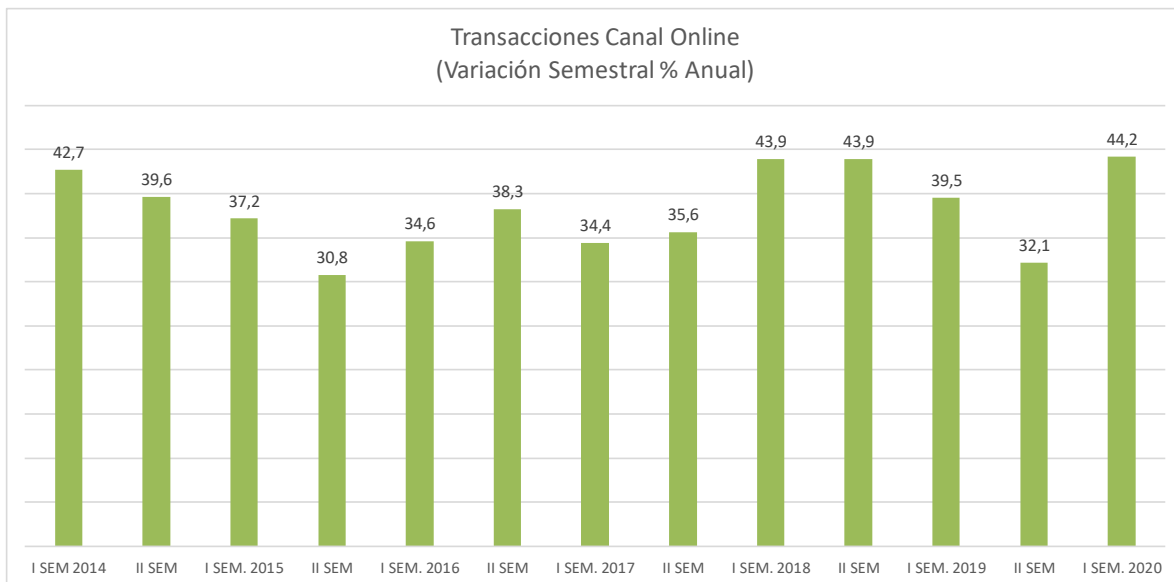
	Comercio	Turismo y Entretención	Servicios	TOTAL
I 2014	39,8	14,3	46,5	35,9
II	28,6	10,2	29,3	24,6
III	35,4	24,9	31,0	29,9
IV	34,3	21,6	29,7	28,2
I 2015	37,4	27,1	31,7	31,3
II	49,1	26,3	30,3	31,6
III	38,8	13,7	30,7	27,5
IV	35,2	16,2	32,5	28,7
I 2016	32,6	8,1	28,4	24,0
II	46,4	7,3	30,7	28,0
III	26,6	6,5	29,6	24,0
IV	42,9	4,0	32,0	27,2
I 2017	36,8	12,3	37,8	32,2
II	42,5	26,8	26,4	28,9
III	43,6	21,0	30,2	30,3
IV	48,0	28,7	33,4	35,2
I 2018	39,2	31,7	34,2	34,5
II	45,1	34,2	38,5	38,9
III	35,0	26,3	43,3	39,0
IV	37,7	30,7	50,5	44,2
I 2019	36,1	21,2	42,2	37,5
II	30,7	10,2	33,3	29,1
III	29,3	10,7	34,4	29,8
IV	18,0	- 5,0	20,8	16,0
I 2020	41,5	- 13,5	22,6	19,8
II	148,3	- 83,2	43,9	44,5

## Transacciones Canal Online

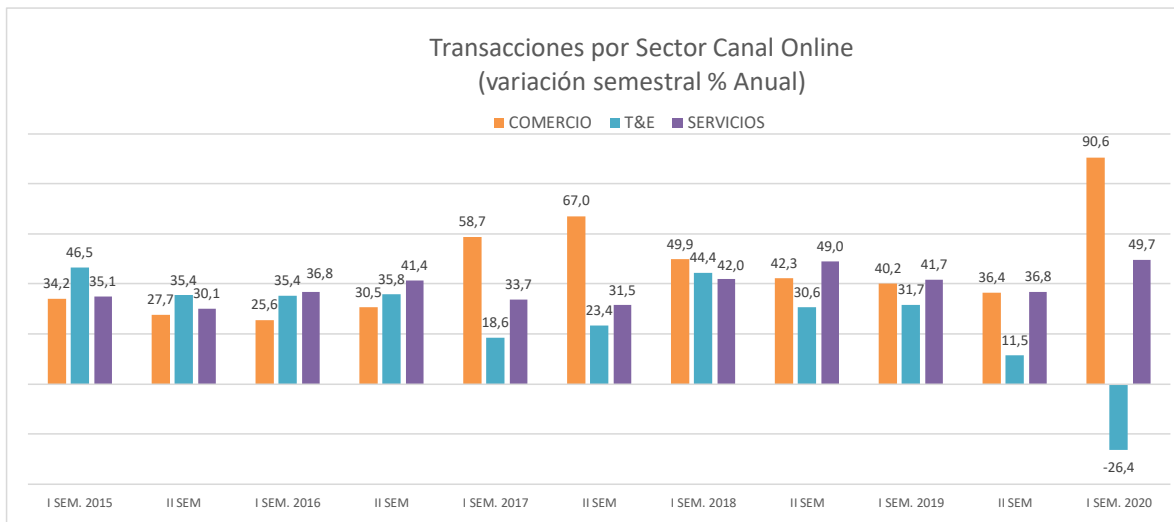
En cuanto al número de transacciones online en portales nacionales estas aumentaron un 44,2% anual en el primer semestre de 2020, con incrementos de 29% y 59% en el primer y segundo trimestre del año.

Con respecto a las categorías que componen las transacciones digitales, Comercio marca un significativo crecimiento en sus transacciones online de 90,6% el primer semestre de este año al comparar con igual período de 2019, el alza se acentúa especialmente en el segundo trimestre de 2020 donde se alcanzó un incremento de 120%.

Por su parte, Servicios alcanzó un incremento anual de 49,7% en sus transacciones durante la primera mitad del año y T&E registró una fuerte baja de 26,4%.



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

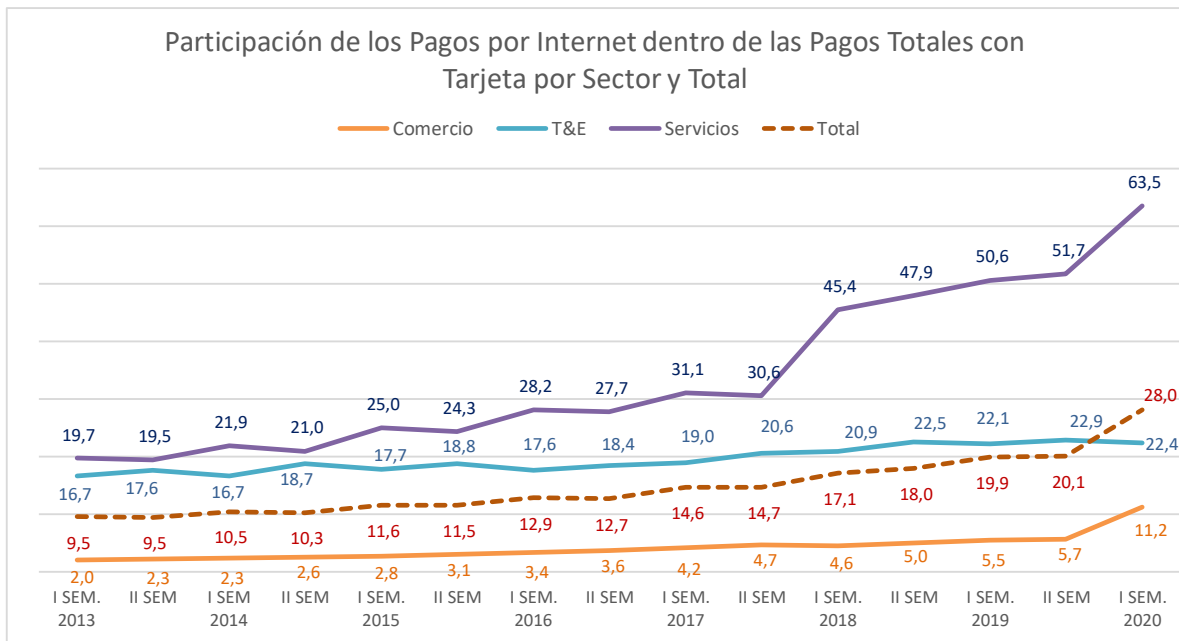
## Participación del Canal Online sobre los Pagos Totales

La participación de los pagos realizados con tarjeta (crédito o débito) por internet sobre los montos totales realizadas con este medio de pago alcanzó un 28% en el primer semestre de 2020.

En cuanto a los distintos sectores que ofrecen ventas (o pagos) online, los servicios (clínicas y prestaciones, educación, recaudación, servicios básicos, banco y financieros e inmobiliarios, aplicaciones de servicios, entre otros), son los que registran el mayor nivel de penetración, alcanzando un 63,5% de los pagos totales en el primer semestre de 2020 aumentando en 11,8 puntos porcentuales su participación respecto al semestre anterior

Por su parte, en el sector Turismo y Entretenimiento la participación de las ventas online sobre el total del sector es de un 22% y en el caso de las ventas en el sector Comercio la participación del canal online sobre el total de ventas con tarjeta alcanzó un 11,2% en la primera mitad del año pasado.

En cuanto al sector Comercio, la participación de las ventas online sobre el total reflejó un fuerte incremento llegando a alcanzar el 17,6% el segundo trimestre del año, donde en junio ya llegaba al 20%, más que triplicando la participación alcanzada en 2019.



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

## Conclusiones

Los resultados de los pagos online del primer semestre de 2020 y en particular del segundo trimestre del año, dan cuenta del efecto que está teniendo la crisis sanitaria económica que estamos atravesando, donde el sector Comercio refleja un fuerte aumento de 148,3% en sus ventas digitales durante el segundo cuarto del año en respuesta al confinamiento y cuarentenas que imposibilitan la apertura física de los locales. De esta manera el canal digital ha pasado a ser la alternativa de venta para muchos actores del sector para poder paliar la fuerte baja que han experimentado las ventas presenciales. El sector Servicios también experimentó un fuerte crecimiento en sus pagos digitales, mientras que estas medidas de confinamiento han afectado negativamente al canal virtual del sector Turismo y Entretenimiento, reflejando una fuerte caída de 83,2% en sus pagos online en el segundo trimestre.

El sector Comercio ha experimentado durante esta pandemia un explosivo aumento en sus ventas digitales, la participación del canal online casi se triplicó ante el cierre de los locales físicos. Esto ha evidenciado también un significativo aumento de los comercios que usan las plataformas y del número de clientes que compran a través de ellas. Las plataformas de venta por internet que abren espacio a todos los comercios (market places) han incorporado nuevos oferentes y aumentado considerablemente sus ventas desde marzo. A esto se suma también un incremento exponencial de las redes sociales como canal de venta lo que también abre paso a una alta informalidad en el canal digital.

Este auge está a la vez generando desafíos enormes en materia logística y de servicio al cliente, ya que el mercado no estaba preparado para este crecimiento tan fuerte y repentino, se avanzó en tres meses lo que se esperaba avanzar en tres años, lo que ha significado ajustar de manera rápida los modelos de negocios para satisfacer de la mejor manera esta creciente y cambiante demanda.

El canal digital seguirá ganando terreno, si bien una vez que pase la pandemia la participación que ha alcanzado caerá, igualmente se espera que esta duplique lo que teníamos a fines de 2019. El canal físico y digital convivirán conjuntamente en la búsqueda por aumentar cada vez más los puntos de contacto con el cliente. El desafío futuro estará puesto entonces en la agilidad y velocidad de la digitalización y en la capacidad de responder de manera rápida y dinámica a los cambios del entorno.