

Índice Informalidad en el E-Commerce

Cuarto Trimestre 2020

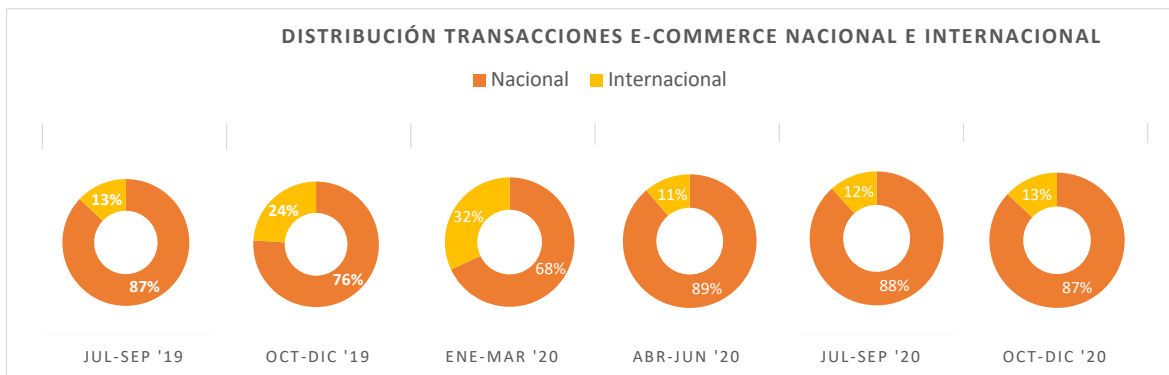
La CNC desde fines de 2019 comenzó a realizar el Índice de Informalidad Digital, para así ir monitoreando en el sector comercio lo que está sucediendo en esta materia, poder identificar y dimensionar la magnitud de la informalidad del e-commerce y su evolución en el tiempo, poder conocer las categorías más vulnerables y los sectores más afectados por este flagelo, para así contribuir con estos resultados a la urgente necesidad de combatir el comercio informal con políticas públicas enfocadas a regular los canales digitales que no están cumpliendo con la regulación correspondiente, tanto en lo que se refiere al pago de IVA como a la internación de productos desde el exterior.

Principales resultados cuarto trimestre 2020

De las 3.800 encuestas realizadas a usuarios de internet se determinó que un 79% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 77% del total de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet durante el cuatro trimestre del año pasado, muy similar a lo registrado en el segundo cuarto del año, pero significativamente superior a lo registrado en igual trimestre de 2019, donde un 68% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 66% de las regiones estudiadas realizaron alguna compra online.

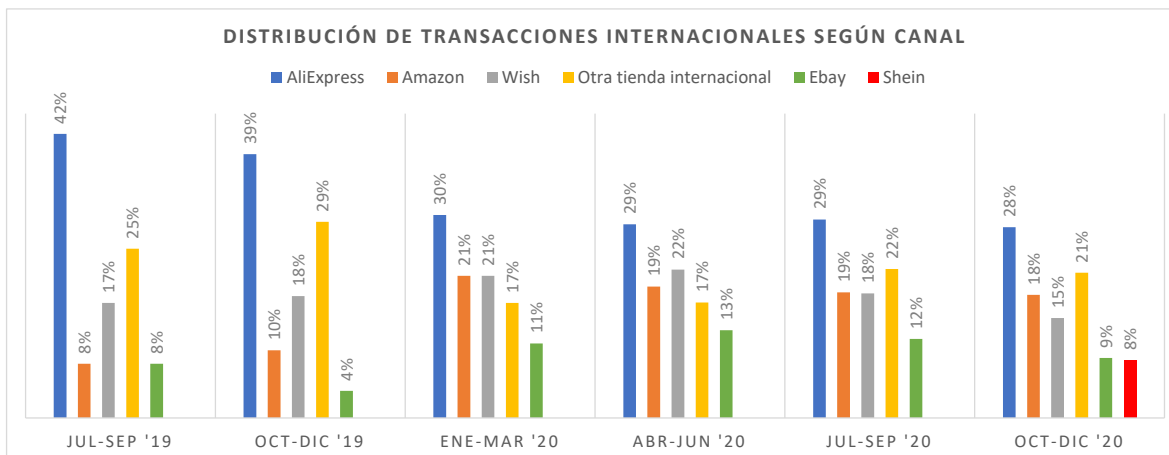
E-commerce Nacional versus Internacional

Respecto a las plataformas internacionales estas representaron durante el cuarto trimestre de 2020 un 13% de las transacciones.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

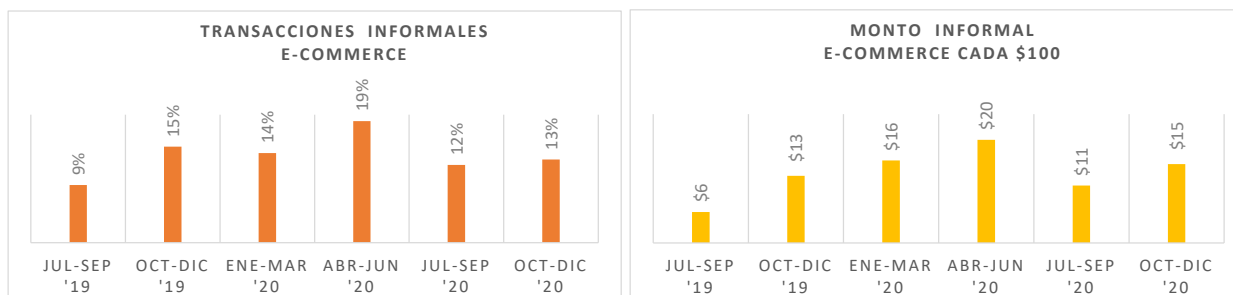
Dentro de las plataformas internacionales la más usada continúa siendo AliExpress con un 28% de las compras, seguido por Amazon y Wish que concentran el 18% y 15% cada una. Ebay, con un 9%, disminuye su participación y entra Shein que alcanza un 8% de las compras.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Resultados de la Informalidad Digital

De total de transacciones realizadas en el período un 13% fueron informales, lo que implica un alza de 1 puntos porcentuales respecto al tercer cuarto del año pasado y una baja de 2 puntos porcentuales respecto a igual trimestre de 2019. En cuanto al monto gastado se evidencia que \$15 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad, marginalmente superior a lo reportado en el último cuarto de 2019 y superando el monto del trimestre anterior.



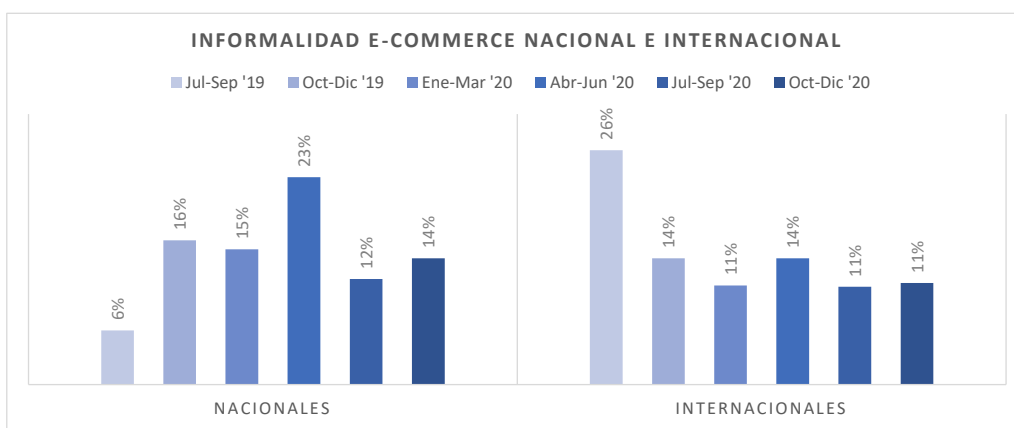
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Informalidad en canales nacionales versus internacionales

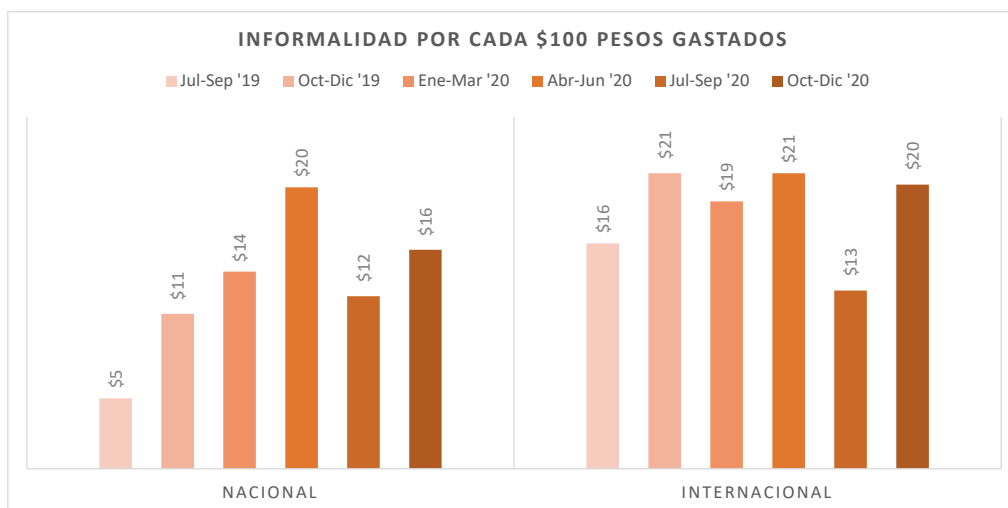
Respecto al nivel de informalidad nacional versus internacional, se ve una leve alza en la informalidad en canales nacionales respecto al trimestre anterior, pasando a representar un 14% de las transacciones, y al comparar con igual trimestre de 2019 cae en 2 puntos porcentuales.

Al analizar el gasto informal online se evidencia que en el período octubre-diciembre de 2020, \$16 de cada \$100 fueron compras informales en canales nacionales, superando el monto del período previo y también evidenciando un aumento al comparar con igual período de 2019, donde \$11 de cada \$100 representaban informalidad.

En los canales internacionales \$20 de cada \$100 pesos gastados evidencian alta probabilidad de ser informales durante el cuarto trimestre del año pasado, subiendo fuertemente respecto al trimestre previo, pero en línea con igual período de 2019.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

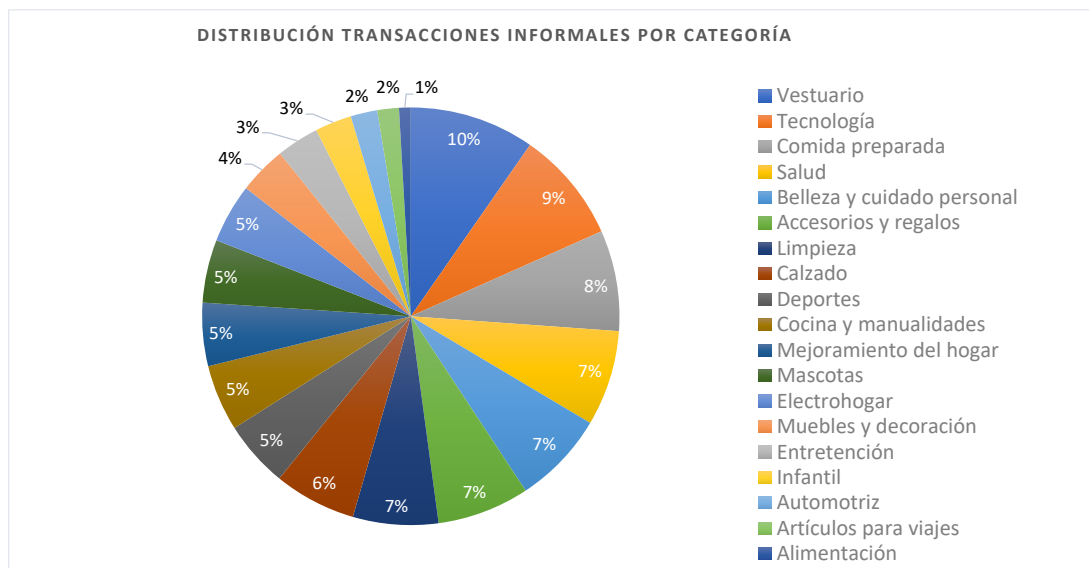
Estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

En 2020 se estima que se hicieron compras en el comercio digital (no incluye Turismo y Entretenimiento) por un total de US\$11.508 millones, donde en el último trimestre el e-commerce alcanzó US\$ 3.328 millones. Dado el gasto reportado durante el cuarto trimestre, se estima que US\$ 432 millones fueron destinados a compras informales en el retail digital, acumulando entre enero y diciembre US\$ 1.696 millones en compras informales.

Al analizar compras en portales o redes nacional versus internacionales los resultados evidencian que durante el 2020 a nivel nacional se gastaron US\$10.179 millones, donde un 14%, es decir US\$1.424 millones, fueron compras informales. En cuanto a los portales internacionales, el monto destinado a sus compras fue aumentando significativamente durante el 2020, donde el último cuarto más que dobló las compras del primero, alcanzando un total de \$1.328 millones en 2020, donde el 20% se estima fueron compras con algún grado de informalidad.

Análisis de la informalidad por Categoría

Del total de las transacciones informales durante el cuarto trimestre un 10% corresponde a Artículos de Vestuario, le sigue Tecnología con un 9% de participación, luego viene Comida Preparada con un 8% y Salud con un 7% (mascarillas, remedios, entre otros). Destaca también Belleza y cuidado personal junto a Accesorio y regalos, concentrando un 7% de participación cada uno en las compras informales. Los porcentajes están en línea con lo que a nivel general se compra a través de las distintas plataformas digitales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

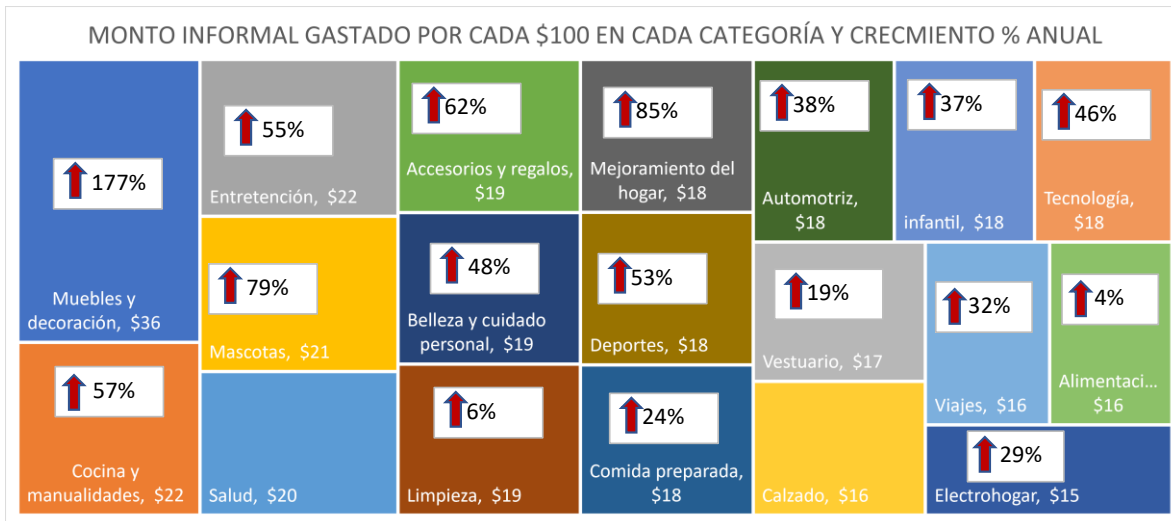
Al analizar la participación de la informalidad dentro cada una de las categorías, es decir, qué porcentaje de las transacciones dentro de cada categoría son informales, destaca Cocina y manualidades junto a Mascotas con una tasa de informalidad cada una en el cuarto trimestre del año pasado, seguido de Salud con 15%, y dentro del resto de las categorías la informalidad pesa entre un 14% y un 12%.

Respecto al trimestre anterior se ve un incremento en la participación de las transacciones informales en casi todas las categorías, destacando Cocina y manualidades con un aumento de 6 puntos porcentuales y Entretenimiento que sube 5 puntos porcentuales. En el otro extremo se ven fuertes bajas en Salud, Limpieza y Comida Preparada.

Al analizar las subcategorías se puede obtener los siguientes TOP10, dando cuenta donde pesa más la informalidad en términos de transacciones.

TOP 10	Tasa de Informalidad
Productos infantiles	20%
Muebles y decoración	20%
Accesorios y regalos, textos escolares	20%
Cocina y manualidades, artículos para manualidades	18%
Deportes, bicicletas	18%
Entretenimiento, cómics y juguetes coleccionables	18%
Otros Entretenimiento	18%
Belleza y cuidado personal, spa, masajes, depilación	18%
Accesorios y regalos, libros adultos	17%
Vestuario	17%

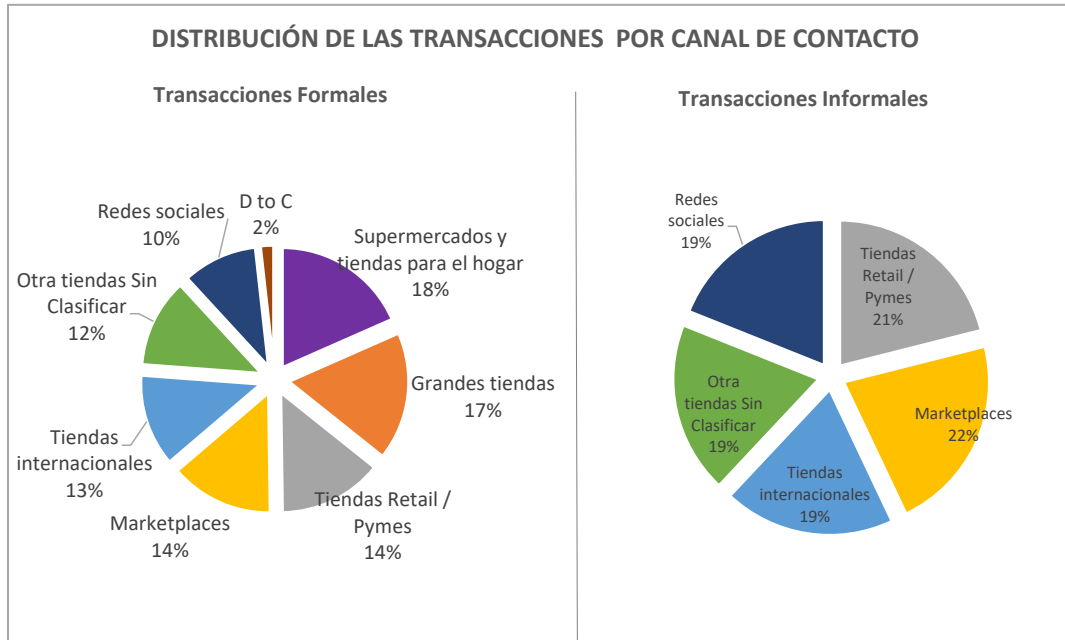
Respecto al gasto en informalidad durante el último cuarto del 2020 este aumenta en todas las categorías al comparar con igual trimestre de 2019, en línea con el crecimiento del canal digital. Destaca Muebles y decoración donde \$36 de cada \$100 es gasto informal, con un alza de 177%, seguido de Cocina y Manualidades junto con Entretenimiento donde \$22 de cada \$100 pesos gastados son en compras informales y aumentando por sobre un 50%, en la categoría Mascotas \$21 de cada \$100 de lo comprado es informal, con un alza de 79%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Informalidad según canal

La distribución de las transacciones informales se mantiene bastante en línea con lo evidenciado el período anterior y se concentra principalmente en los marketplaces con un 22% y Pymes del retail con un 21%, otros comercios concentran un 19% de las compras informales y redes sociales también un 19%. Luego las tiendas internacionales, donde se incluye plataformas como Aliexpress y Wish, concentran el restante 19% de las transacciones informales.

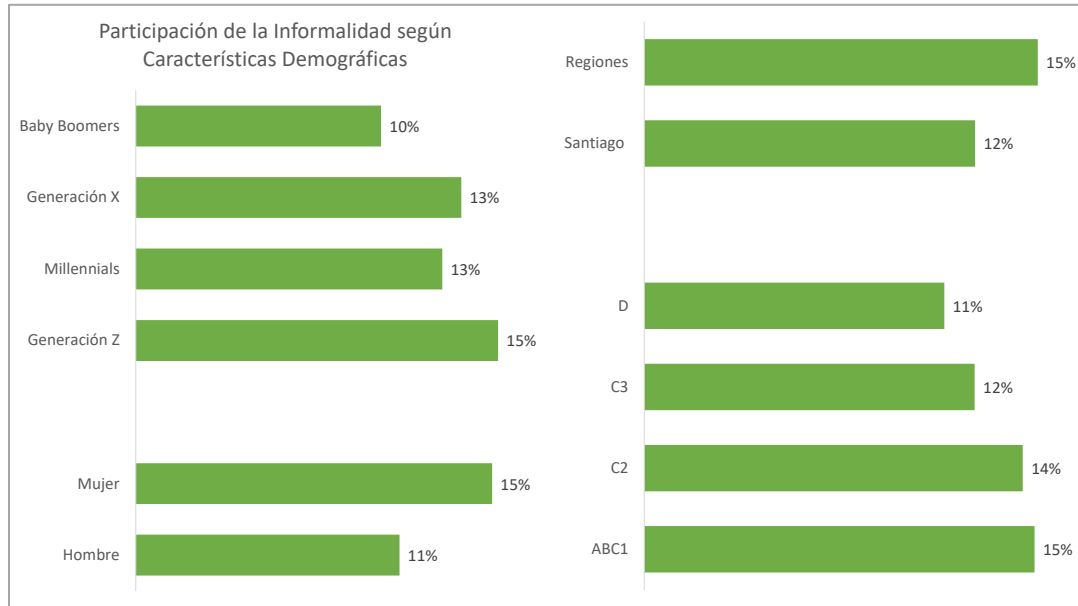


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al hacer el análisis del peso de la informalidad dentro de cada canal continúan siendo las Redes Sociales las más expuestas, donde un 17% de las transacciones que ahí se gestan son informales, superando la participación del trimestre anterior, seguido de Marketplaces con 16% y también aumentando respecto al período anterior. Dentro de las redes Sociales el 18% de las transacciones a través de wasap son informales, y en Facebook e Instagram es un 16%.

Perfil del comprador informal

El perfil del comprador informal no difiere mucho del comprador online general, pero al ver el peso de la informalidad dentro de las características demográficas se ve una mayor tasa de informalidad en las transacciones hechas por mujeres, se pueden ver también mayores tasas de informalidad en la generación Z y menores en los Baby Boomers, y mayor peso también en regiones que en Santiago. En cuanto al nivel socioeconómico, se evidencia que a mayor nivel mayor es el peso de la informalidad dentro de sus transacciones lo que se puede deber en gran parte a un mayor acceso a internet.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Conclusiones

El comercio online llegó para quedarse, el 2020, producto de las medidas de prevención de la pandemia, las plataformas digitales tuvieron un rol protagónico para el retail, los que ya contaban con plataformas las fortalecieron, los que aún no entraban al canal digital comenzaron a hacerlo y muchos que no se subieron al carro de la tecnología se quedaron atrás y no lograron salir adelante. De esta manera las ventas del retail en el e-commerce alcanzaron el año pasado un alza en torno al 200% y pasaron de representar un 7% de las ventas del sector el 2019 a alcanzar una participación cercana a un 20%, dinámica que se vio a nivel mundial y donde se espera que este vuelco hacia el canal digital se mantenga en el tiempo.

Pero como hemos venido viendo hace algunos años el boom del comercio online también trae consigo muchos desafíos y amenazas, ya lo decía la OCDE el 2016 al plantear la dificultad de poder controlar el “Little Mailing”, es decir, poder controlar la legalidad de los millones de pequeños envíos que conlleva el e-commerce, tanto en temas tributarios como de falsificaciones y piratería. Esta amenaza hoy se hace aún más latente con el auge del canal digital y pone en evidencia la necesidad de buscar caminos para controlarla.

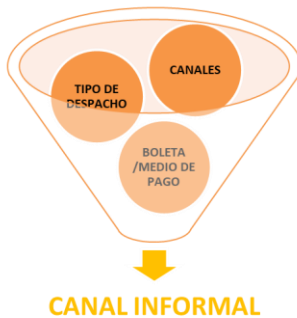
Los resultados de este estudio dan cuenta de los altos niveles de informalidad digital que existen en Chile, una realidad que es necesario controlar ya que no solo implica una competencia desleal hacia el comercio que cumple las reglas del juego, sino que implica también una tremenda pérdida fiscal. Durante el 2020 un 15% del gasto realizado a través

de plataformas digitales fue informal implicando US\$ 1.696 millones. Los resultados evidencian que el porcentaje de transacciones informales sobre el total no varía mucho respecto al último cuarto de 2019, pero si llama la atención un aumento en el monto gastado en informalidad, alcanzando \$15 de cada \$100 pesos.

El 2020 fue un difícil año, se perdieron cerca de un millón de empleos, lo que hizo que al levantar los confinamientos un gran porcentaje de la recuperación de ocupados fueron informales. Esto se evidencia también en el mundo digital, donde aparecieron muchos nuevos emprendedores que comenzaron a usar estos canales para vender distintos tipos de productos y servicios. Los resultados muestran que durante el cuarto trimestre de 2020 un 18% de las transacciones del sector comercio a través de plataformas digitales corresponde a emprendimientos que buscan revender los productos comprados, aumentando 8 puntos porcentuales respecto a igual trimestre de 2019. Esto implica un gran desafío para un mundo que será cada vez más digital y donde, junto con impulsar el emprendimiento y la innovación, se debe también poner el foco en la importancia de su formalización.

Metodología

Para aproximarnos al dimensionamiento de la informalidad en el comercio on line en Chile, se consideran un conjunto de variables levantadas desde el Tracking de Comercio Electrónico que nos permiten identificar las compras que se realizaron fuera de los marcos del comercio establecido.
Para la nueva medición se consideró el trimestre de Octubre-Diciembre 2020.



FICHA METODOLÓGICA

MEDICIÓN TRIMESTRAL

2300 CASOS SANTIAGO Y 1500 CASOS REGIONES

CIUDADES DE REGIONES: ANTOFAGASTA, COQUIMBO, LA SERENA, VIÑA DEL MAR, VALPARAISO,

RANCAGUA Y GRAN CONCEPCIÓN

HOMBRES Y MUJERES 18 A 65 AÑOS - ABC1, C2, C3 Y D

MARGEN DE ERROR 2,2% EN SANTIAGO Y 2,9% REGIONES

TRABAJO DE CAMPO REALIZADO POR KAWESQAR LAB

Parte definir la informalidad de cada transacción se utilizaron dos filtros, primero se aplicó una pregunta directa: si se recibió boleta por la transacción, y luego, para aquellos que no lo sabían o no estaban seguros se aplicó un segundo filtro según lugar de compra, método de pago, modo de despacho e intención de compra (re-compra), donde, de acuerdo a las respuestas, se fue determinando cuáles transacciones tenían una alta probabilidad de ser informales.

En el caso de transacciones realizadas en el exterior se hablará de transacciones con alto potencial de ser informales dado el origen de su compra, tipo de producto, análisis del monto de la compra y el no pago de impuestos de internación, junto a la falta de comprobantes o invoice con la información fidedigna de la transacción.