

Índice Informalidad en el E-Commerce

Segundo Trimestre 2021

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.

El año pasado tras la fuerte irrupción de las compras digitales, dada la crisis social y sus consiguientes restricciones de movilidad, la informalidad digital alcanzó cerca de US\$1.700 millones, representando un 14% de las compras realizadas online, y dando cuenta de una fuerte entrada de nuevos oferentes y demandantes.

El comercio digital llegó para quedarse y dentro de los distintos desafíos que conlleva en materia de políticas públicas, uno de los más importantes es la capacidad de regular e incentivar la formalidad de este mercado, donde son millones de transacciones mensuales las que se involucran y la posibilidad de fiscalización se hace cada mes más difícil.

Principales resultados segundo trimestre 2021

De las 4.100 encuestas realizadas a usuarios de internet se determinó que un 74% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 71% del total de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet durante el segundo trimestre del año 2021, superior a lo registrado en el primer trimestre del año 2021 (62% y 60% respectivamente), pero menor a lo registrado en igual trimestre de 2020, donde un 80% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 78% de las regiones estudiadas realizaron alguna compra online el cual fue el primer trimestre propiamente en contexto de Pandemia.

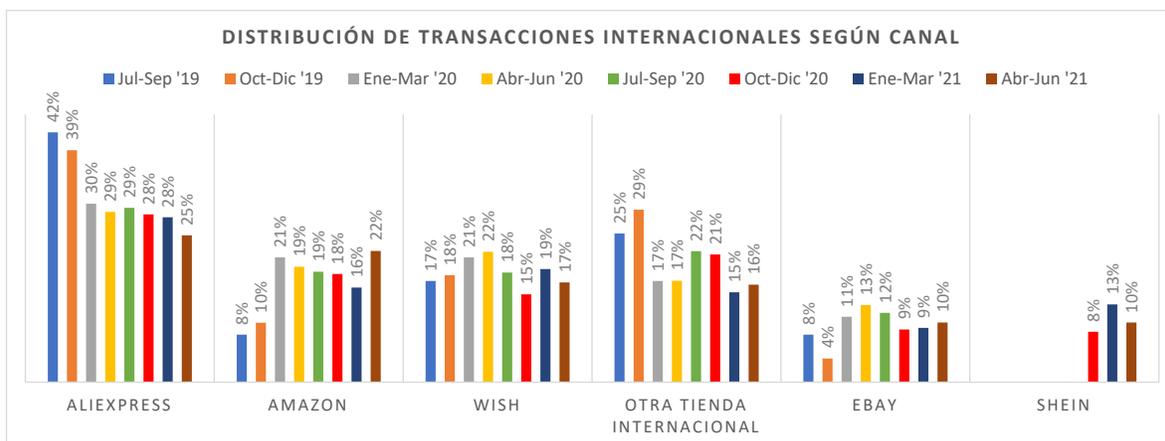
E-commerce Nacional versus Internacional

Respecto a las plataformas internacionales estas representaron durante el primer trimestre de 2021 un 13% de las transacciones, proporción en línea con los períodos previos, pero

umentando en monto total. Las más usadas continúa siendo AliExpress y Amazon con un 25% y 22% de las transacciones, en el caso de Aliexpress se ve una tendencia descendente en su participación mientras que Amazon ha ido ganando terreno. Shein entra en el último cuarto de 2020 y ya representa un 10% de las transacciones internacionales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



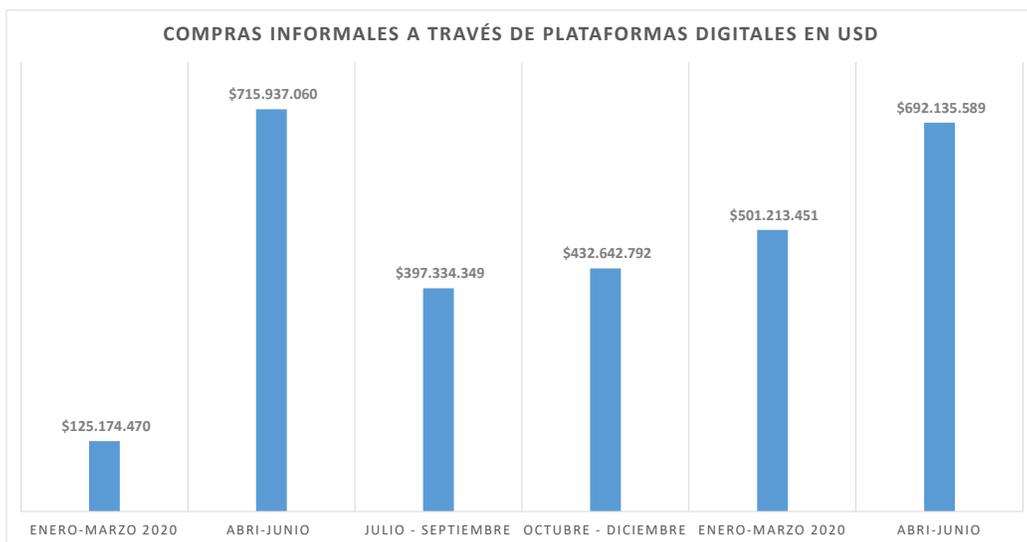
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Resultados de la Informalidad Digital y estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

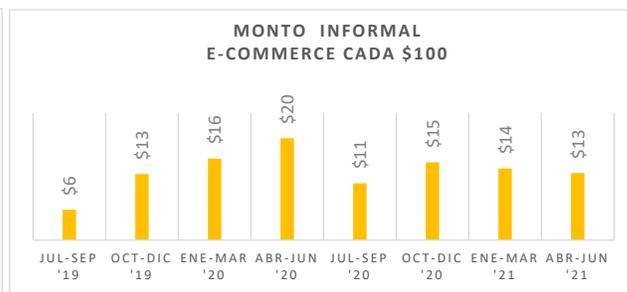
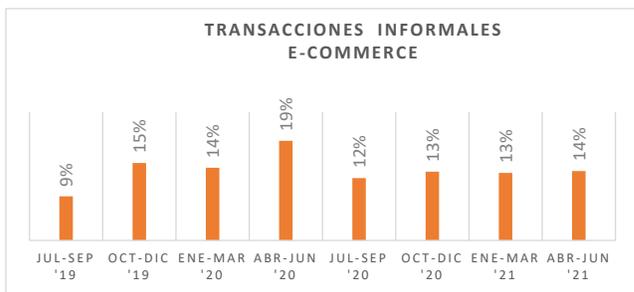
Del total de transacciones realizadas en el período un 14% fueron informales, un punto porcentual sobre lo reportado en el primer trimestre y 5 pp por debajo lo reportado en igual período de 2020, período donde, dado el comienzo de la pandemia y sus cuarentenas, la informalidad se disparó significativamente en el canal digital junto con la fuerte demanda que tuvieron las plataformas al no poder abrir el comercio presencial. En cuanto al monto gastado, se evidencia que \$13 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad.

De esta manera, en el segundo trimestre de este año se estima que en el sector comercio (no incluye T&E y Servicios) se hicieron compras a través de plataformas digitales por un total de US\$5.324,1 millones de los cuales US\$ 692,1 millones fueron destinados a compras informales en el canal digital, acumulando de esta manera un total de US\$1.193,3 en el primer semestre del año, 42% superior a lo reportado en igual periodo del año pasado.

Al analizar compras en portales o redes nacional versus internacionales los resultados evidencian que durante el segundo cuarto de 2021 se gastaron US\$4.648,2 millones en portales nacionales, donde US\$595,2 millones fueron compras informales, aumentando 37% frente al primer trimestre. En cuanto a los portales internacionales, el monto destinado a sus compras aumenta significativamente en el último año, alcanzando los US\$675,8 millones entre abril y junio, 26% superior al primer trimestre, y donde US\$96,8 millones serían compras informales, 49% superior al primer trimestre.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

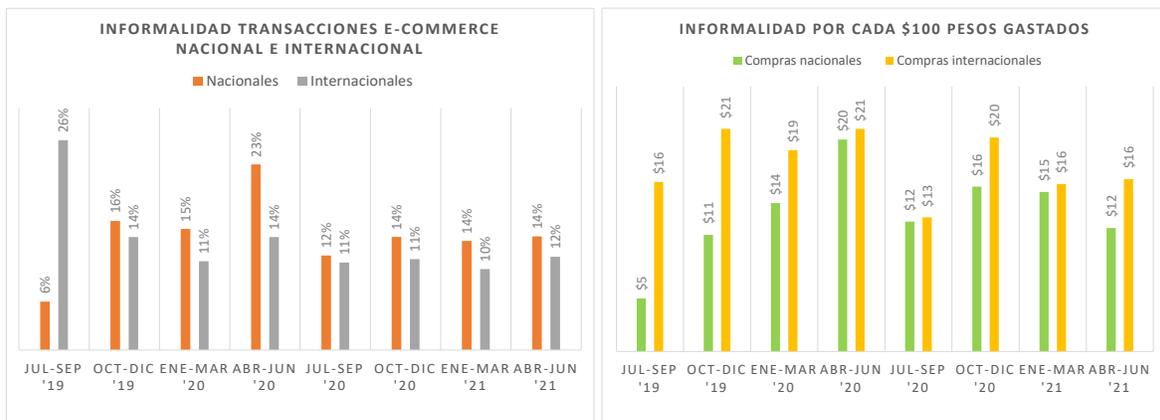


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Informalidad en canales nacionales versus internacionales

Al analizar el nivel de informalidad nacional versus internacional, se ve que se mantienen los niveles de informalidad en canales nacionales respecto al trimestre anterior, con un 14% de las transacciones y al comparar con igual trimestre de 2020 cae significativamente dado el estado de cuarentena que se travesaba el año pasado en igual período impulsándose fuertemente el canal digital. Con respecto a las compras internacionales, las transacciones informales representaron un 12% del total, aumentado 2 pp respecto al primer trimestre.

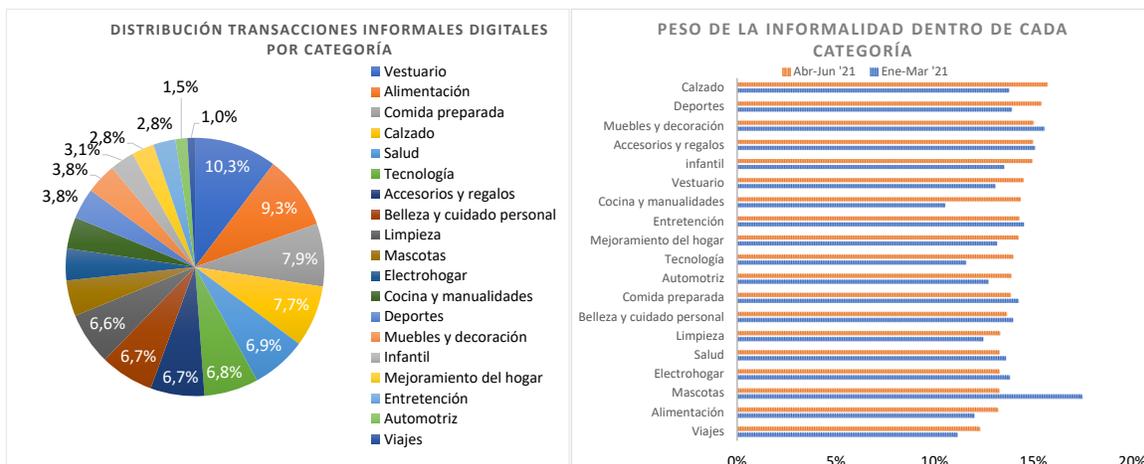
Al analizar el gasto informal online se evidencia que en el período abril-junio de 2021, \$12 de cada \$100 fueron compras informales en canales nacionales y en los canales internacionales \$16 de cada \$100 pesos gastados evidencian alta probabilidad de ser informales durante el período.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Análisis de la informalidad por Categoría

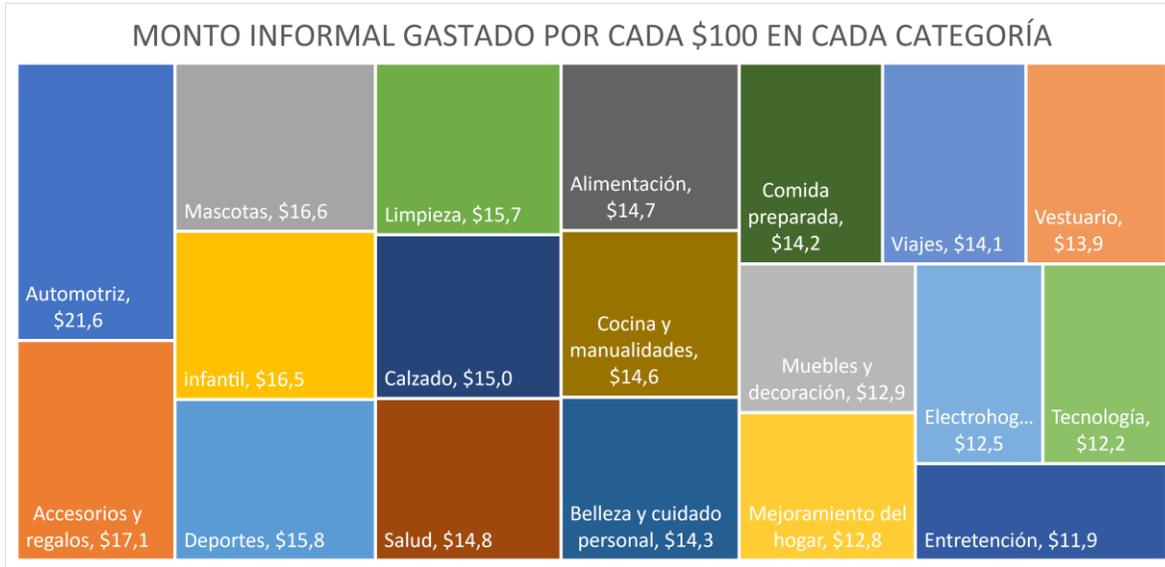
Del total de las transacciones informales a través de plataformas digitales durante el segundo trimestre un 10,3% corresponde a Vestuario, luego Alimentación representa el 9,3%, Comida preparada 7,9%, Calzado 7,7% y Salud 6,9%. En el otro extremo, y productos las restricciones de movilidad los artículos de viaje representan solo un 1% y sector automotriz un 1,5%. Estas participaciones están en línea con las participaciones totales de las compras online, lo que da cuenta que es transversal en todas las categorías la venta de productos de manera informal y que las mismas categorías que más se demandan en el canal digital también son las más demandadas en el universo de la informalidad.



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 fueron informales, destaca durante el segundo trimestre Calzado donde un 15,7% de las compras dentro de la categoría fueron informales, Deportes con un 15,4%, ambas aumentando frente al periodo previo, luego Muebles/Decoración, Accesorias/Regalos y productos Infantiles con un 15% de compras informales dentro de cada una de estas categorías. Al comparar con el período anterior solo 3 de las 19 categorías experimentan bajas en el peso de la informalidad dentro de cada una de ellas, destacando artículos de mascotas con una baja de 4 pp.

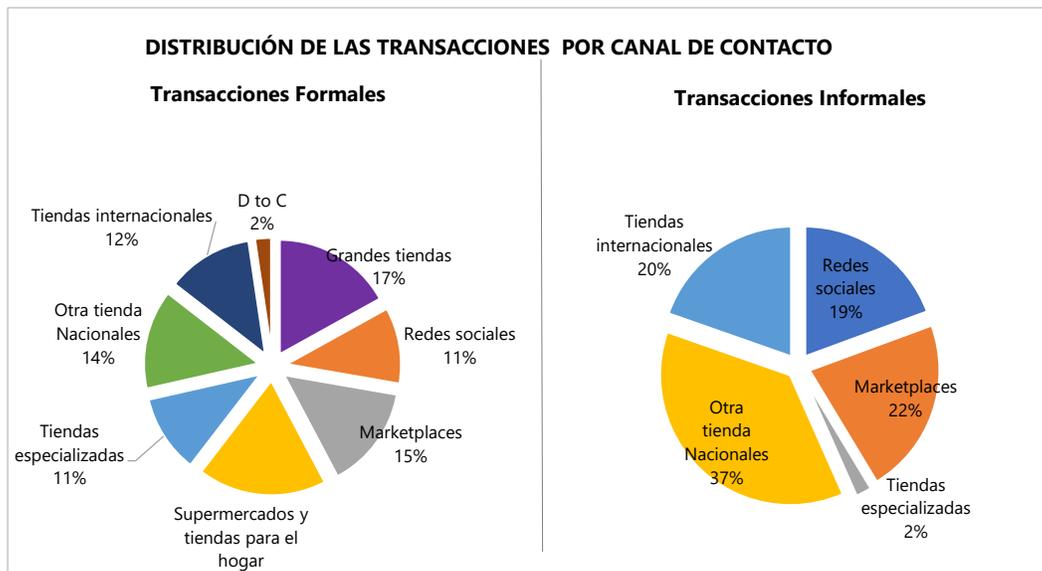
Respecto al gasto en informalidad durante el segundo cuarto del 2021, en general, en todas las categorías entre \$10 y \$20 de cada \$100 pesos es gasto informal dentro de cada una, con aumentos en la gran mayoría al compararnos con períodos prepandemia. En este escenario destacó el sector Automotriz donde \$22 de cada \$100 fueron gasto informal, aumentando significativamente respecto al período previo, le siguen las categorías de Accesorios/Regalos, Mascotas e Infantil.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Informalidad según canal

La distribución de las transacciones informales según canal de compra se mantiene bastante en línea con lo evidenciado el período anterior y se concentra principalmente en los Marketplaces con un 22% y otras tiendas nacionales (Pymes y emprendimientos) con un 37%, comercios internacionales concentran un 20% y las redes sociales con un 19%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Conclusiones

Los resultados de este estudio dan cuenta que se mantienen las tasas de informalidad digital en el e-commerce y aumenta significativamente el monto total en compras informales, dado el fuerte impulso que ha tenido el canal digital en el último tiempo, donde tanto compras formales como informales se han acelerado fuertemente.

De esta manera durante el primer semestre un 14% de las compras digitales fueron informales implicando un gasto de US\$1.193,3 y una pérdida de US\$226,7 millones de IVA. El segundo trimestre de este año implicó mayores restricciones sanitarias que el primero resultando en que casi tres cuartos de los usuarios de internet realizaran alguna compra. A su vez un 13% define sus compras como un emprendimiento para luego volver a vender.

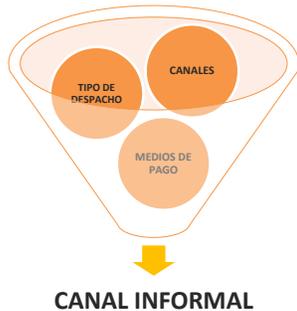
La informalidad online es un tema que llegó para quedarse y del cual nos debemos hacer cargo. Así como ha resultado exitoso el sistema aplicado por el SII a las plataformas de servicios (Spotify, Netflix, etc.) para que cumplan con el pago de impuestos correspondiente, se debiera buscar un mecanismo similar para las plataformas de bienes e invitar a las plataformas a hacerse cargo de este tema.

Junto a esto se debe trabajar en una estrategia de formalización, hemos visto como en el último trimestre móvil prácticamente la totalidad de los nuevos ocupados respecto al período anterior fueron informales y continuaremos viendo fuertes aumentos en la informalidad, en línea con una tasa de desempleo que sigue alta, junto con las menores restricciones de movilidad. Las políticas públicas deben entonces enfocarse en crear trabajos y emprendimientos formales, con herramientas y subsidios que vayan en esta línea y con estrategias comunicacionales que consideren dos focos, uno hacia el emprendedor y otro hacia el consumidor. Es sumamente importante educar a la población a que “compre formal”, campañas enfocadas en aumentar la toma de conciencia con respecto a los costos de la informalidad, empoderarlos a exigir su boleta, a conocer sus derechos como consumidor, los cuales son inexistentes si compran informal, junto con saber el aporte que es para el país cumplir con el pago del IVA (educación, salud, etc...).

Metodología

Para aproximarnos al dimensionamiento de la informalidad en el comercio on line en Chile, tomaremos un conjunto de variables levantadas desde el Panel & Tracking de e-commerce que nos permite identificar las compras que se realizan fuera de los marcos del comercio establecido.

Para la nueva medición se consideró el periodo de Abril a Junio 2021 los cuales están comparados con igual periodo año anterior.



FICHA METODOLÓGICA

MEDICIÓN TRIMESTRAL

2300 CASOS SANTIAGO Y 1800 CASOS REGIONES

REGIONES: ANTOFAGASTA, LA SERENA / COQUIMBO, VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR, RANCAGUA, GRAN CONCEPCIÓN Y TEMUCO

HOMBRES Y MUJERES 18 A 75 AÑOS - ABC1, C2, C3 Y D

MARGEN DE ERROR 2,2% EN SANTIAGO Y 2,4% REGIONES

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.