



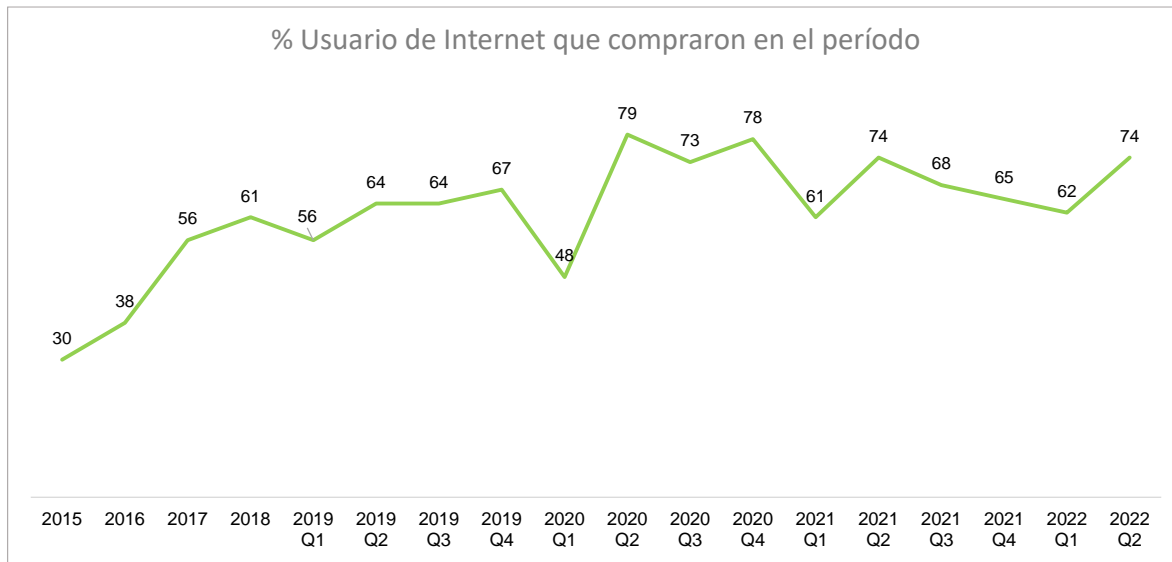
Índice de Informalidad en el E-commerce

Segundo Trimestre 2022

La CNC desde fines de 2019 comenzó a realizar el Índice de Informalidad Digital, para 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 segundo trimestre 2022

De las 4.100 encuestas realizadas a usuarios de internet durante el segundo trimestre del 2022, se determinó que un 75% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 73% de los usuarios de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet, superior a lo registrado en el primer trimestre (65% y 59% respectivamente) y similar a lo registrado en igual trimestre de 2021.

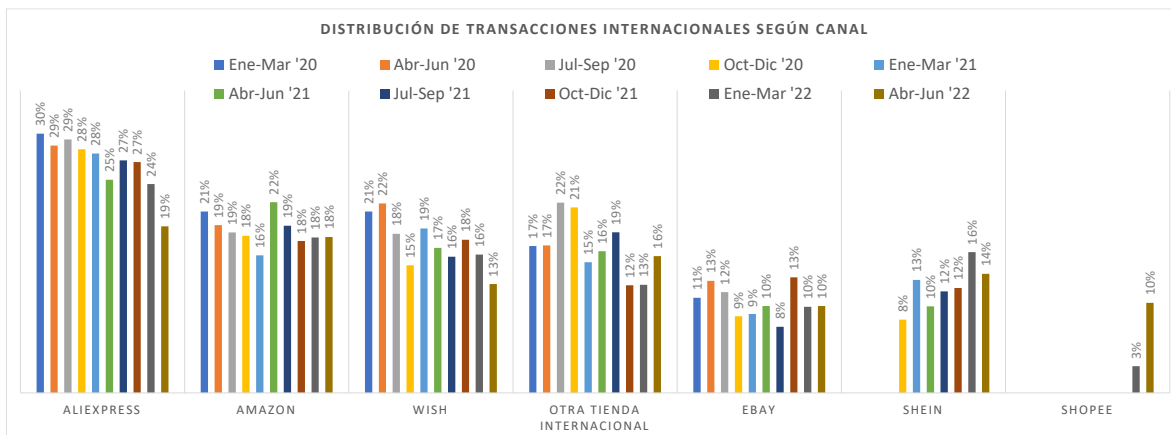


Fuente: Departamento de Estudios CNC

E-commerce Nacional versus Internacional

Respecto a las plataformas internacionales en el mundo del retail, estas representaron durante el segundo trimestre de 2022 un 14% de las transacciones y, en cuanto al monto, \$14 de cada \$100 pesos fueron destinados a compras en plataformas extranjeras, proporción que no ha experimentado mucho cambio y está en línea con los períodos previos.

Las plataformas internacionales más usadas por los chilenos fueron AliExpress con un 19% de las transacciones, cayendo fuertemente frente al 24% mercado en el primer trimestre, Amazon con un 18% y luego Shein y Wish con un 14% y 13% cada una. Luego vienen Ebay y Shoppe con un 10% respectivamente, donde esta última ha aumentado significativamente su participación en lo que va del año. Por último, otras tiendas internacionales representan un 16% de las transacciones.



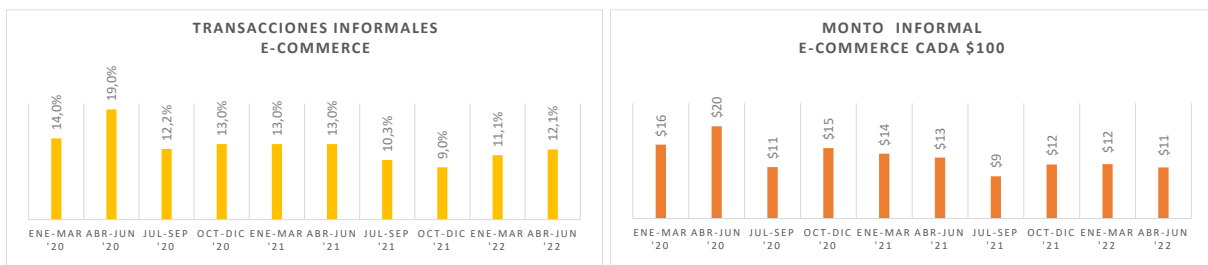
Fuente: Departamento de Estudios CNC

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

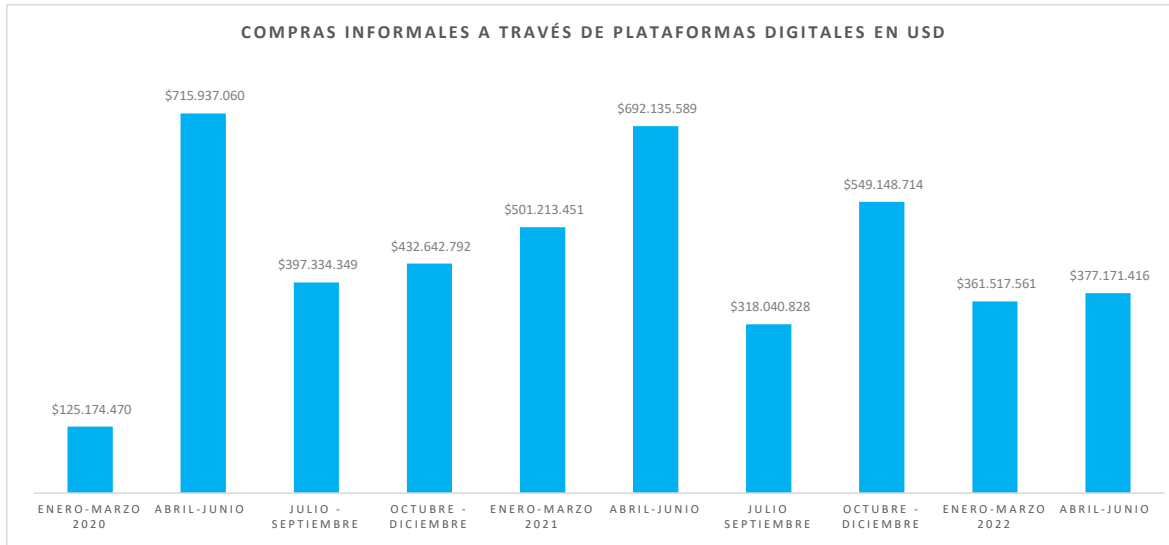
Del total de transacciones digitales en el sector retail realizadas en el segundo trimestre de 2022, un 12,1% fueron informales, 1 punto porcentual (pp) por encima de lo reportado en el primer trimestre y 0,9 pp menor a lo reportado en el segundo cuarto de 2021.

En cuanto al monto gastado, se evidencia que \$11 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad, en línea con lo reportado en los dos períodos anterior.

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\$3.407 millones, 36% menos que en igual período de 2021, de los cuales US\$377 millones fueron destinados a compras informales en el canal digital. Se ve una baja nominal anual en las compras informales, en línea con la caída que tuvo el comercio digital en su totalidad, dada la alta base de comparación que se enfrentaba y la apertura del comercio presencial. Pero, frente al primer cuarto de este año, se evidencia un incremento de 4% en el monto informal y, si nos comparamos con el primer cuarto de 2020 previo a la pandemia, el monto gastado en compras informales refleja un fuerte incremento de 201%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Tasa de informalidad en canales nacionales versus internacionales

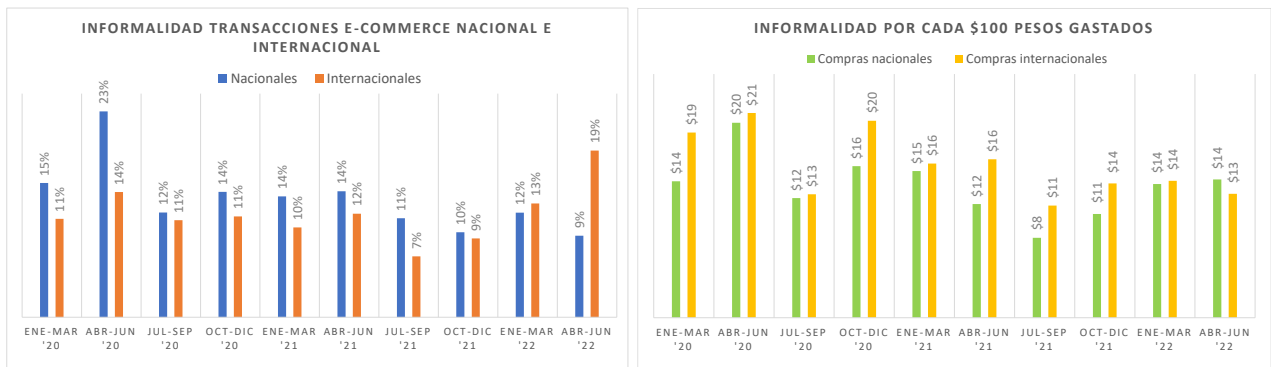
Un 9% de las transacciones del sector comercio en canales digitales nacionales fueron informales durante el segundo trimestre de este año, cayendo 3 pp frente al período previo. Con respecto a las compras internacionales, las transacciones informales representaron un 19% del total, subiendo 6 pp respecto al cuarto trimestre del año pasado.

Al analizar el gasto informal online se evidencia que en el período abril-junio de 2022, en canales nacionales, \$14 de cada \$100 fueron compras informales y en los canales internacionales \$13 de cada \$100 se estiman informales.

De esta manera, al analizar compras en portales o redes nacional versus internacionales, los resultados evidencian que durante el segundo trimestre de 2022 se gastaron US\$2.929 millones en portales nacionales, donde US\$329,2

millones fueron compras informales creciendo un 5% frente al primer cuarto del año.

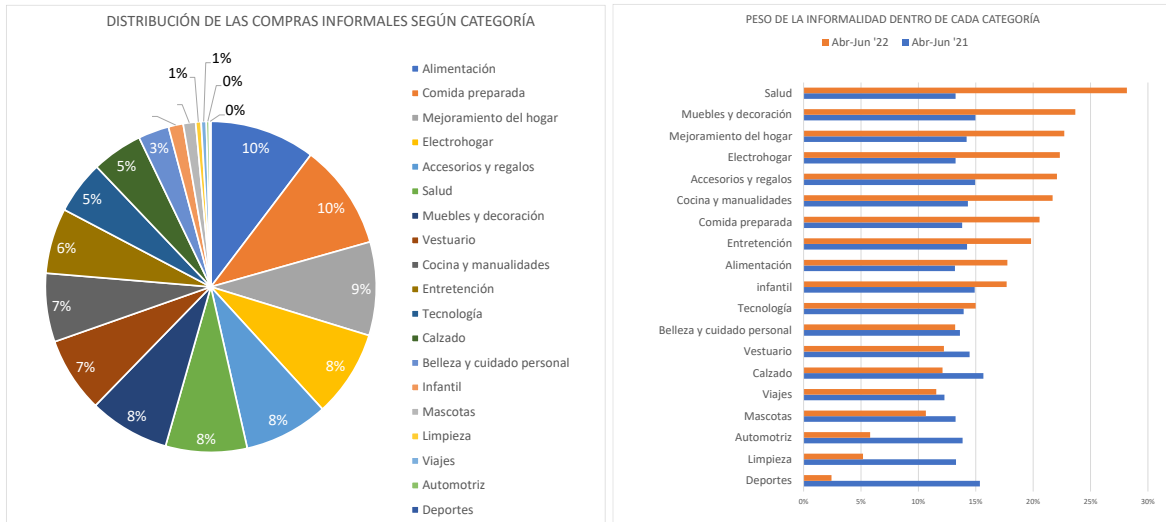
Por su parte, el monto destinado a compras en portales internacionales alcanzó los US\$477,4 millones entre abril y junio, donde US\$47,9 millones se estima que serían compras informales.



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 del 2022, Alimentación pasa a ocupar el primer lugar con un 10% de las transacciones, luego Comida Preparada también con un 10%. Le siguen Mejoramiento del Hogar con un 9%, Electrohogar, Accesorios y Regalos, Salud y Muebles y Decoración con un 8% cada uno seguido por Vestuario y Cocina y Manualidades con un 7% respectivamente. Alimentación crece fuertemente frente al primer trimestre, pero retoma valores de períodos anteriores. Al comparar con igual trimestre de 2021 las categorías que más suben dentro de las compras informales son Mejoramiento del Hogar y Muebles y Decoración y las que más bajan son Limpieza y Belleza y Cuidado personal.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

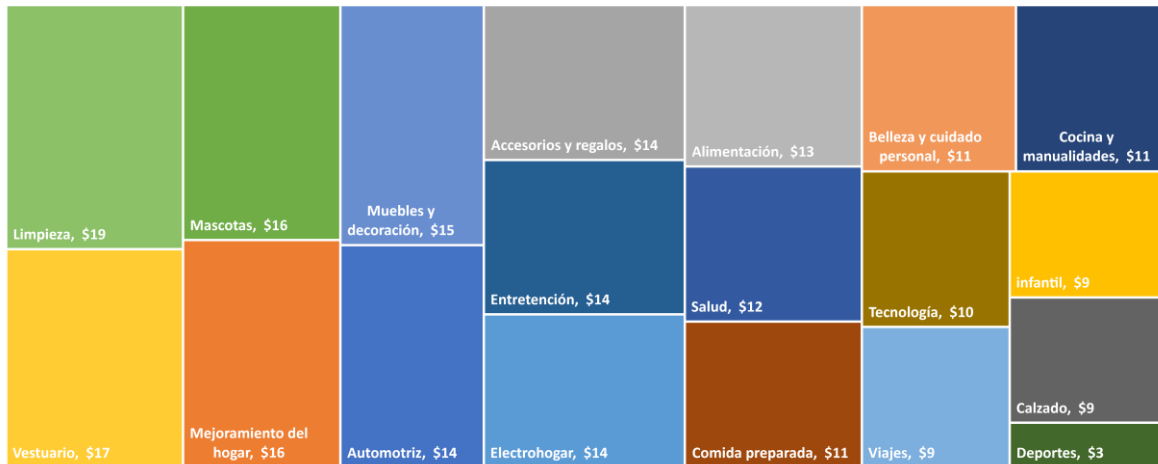
Sin embargo, al analizar el peso de la informalidad dentro cada una de las categorías, es decir, qué porcentaje de las transacciones dentro de cada una fueron informales, ahí sí que se observan diferencias.

Destaca Salud, donde un 28% de las transacciones fueron informales en el segundo trimestre, aumentando fuertemente frente al período anterior. Luego Muebles y Decoración con un 24% de compras informales dentro de la categoría y Mejoramiento del Hogar, con un 23%, también creciendo fuertemente frente a igual trimestre de 2021. Le siguen Electro hogar y Accesorios y Regalos con un 22% de compras informales dentro de cada una.

En general, en la mayoría de las categorías aumenta el peso de la informalidad, superando el 15% muchas de ellas. Solo Automotriz, Limpieza y Deportes marcan porcentajes de informalidad bajo el 10%.

Respecto al monto gastado en compras informalidad durante el segundo trimestre del 2022, en general, el rango continúa moviéndose entre \$10 y \$20 de cada \$100 pesos gastados, dependiendo de la categoría. Destaca en este segundo trimestre Limpieza con \$19 de cada \$100 gastados en informalidad, seguido de Vestuario, donde \$ 17 de cada \$100 fueron gastados en compras informales, luego Mascotas y Mejoramiento del Hogar con \$16 de cada \$100. En el otro extremo, en Deportes \$3 de cada \$100 pesos gastados son en compras informales.

MONTO INFORMAL GASTADO POR CADA \$100 EN CADA CATEGORÍA



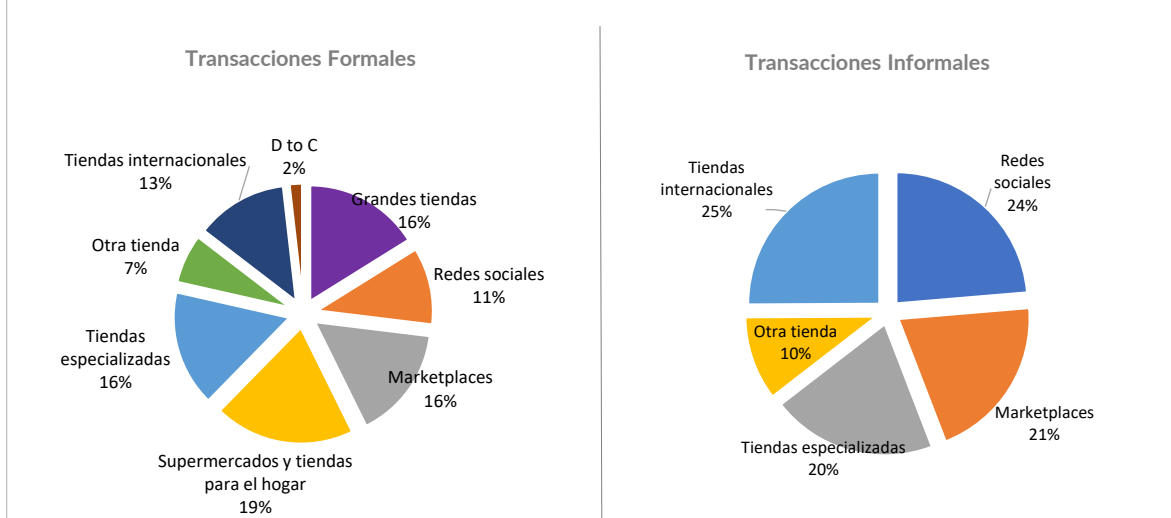
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Informalidad según canal

La distribución de las transacciones informales según canal de venta durante el segundo trimestre de este año marca un alza en los Marketplace, alcanzando un 21% versus el 19% del primer cuarto de 2022 y un crecimiento en las redes sociales, donde ocurren el 24% de las compras informales.

Las tiendas especializadas representan el 25% del canal de venta informal, tiendas especializadas un 20% y otras tiendas un 10%.

DISTRIBUCIÓN DE LAS TRANSACCIONES POR CANAL DE CONTACTO II TRIM 2022



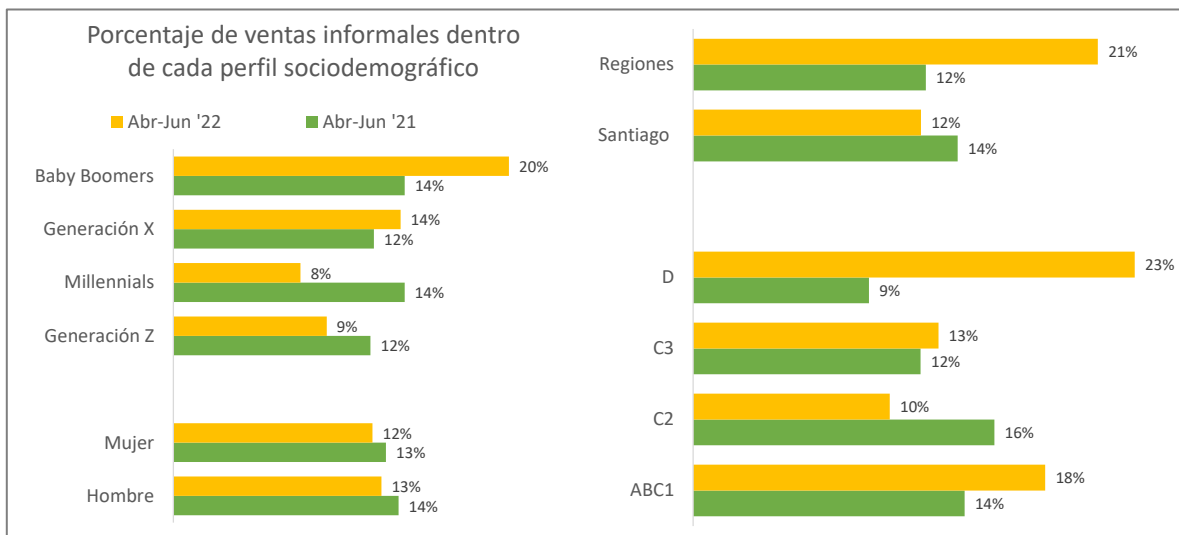
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perfil Demográfico

Las mayores diferencias entre los compradores formales e informales según su perfil demográfico se ven en los tramos etarios, donde las generaciones de mayor edad tienen mayor peso en la informalidad y también destaca un mayor porcentaje de transacciones informales en regiones.

Respecto al porcentaje de compras informales dentro de cada grupo generacional, el 20% de las compras realizadas por los baby boomers son informales, mayor a lo registrado en los otros grupos y marcando una fuerte alza en las compras informales respecto a igual período de 2021.

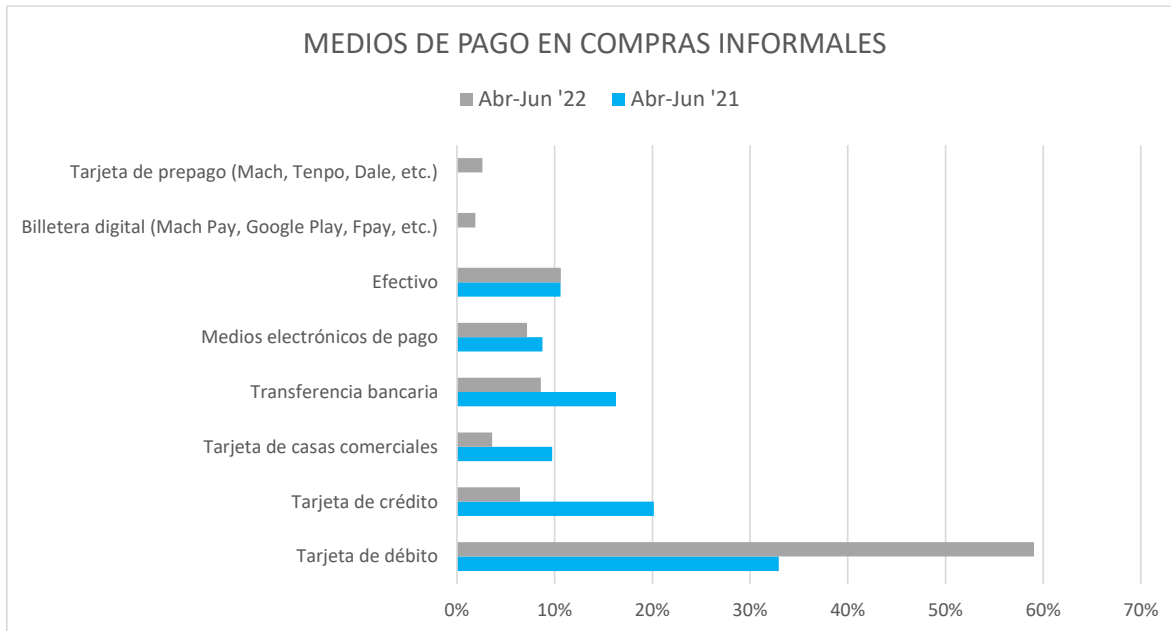
Por nivel socioeconómico, destaca el aumento de compras informales dentro del grupo D, al comparar con el segundo trimestre del año pasado y también creciendo respecto al primer cuarto de este año, llegando a ser informales un 23% de las compras digitales que realizan, y a su vez baja participación de la informalidad en el C2.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Medio de pago

Respecto a la forma de pago en las compras informales, se ve un fuerte incremento del uso de la tarjeta de débito, mientras que cae la de crédito respecto a igual trimestre del año pasado. Aparece también el uso de nuevos competidores en tarjetas de prepago y billeteras digitales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Conclusiones por Bernardita Silva, gerente de Estudios de la CNC

Si bien los niveles de venta del comercio en los canales digitales han caído respecto a los períodos de mayor encierro sanitario, la participación del canal y los niveles de venta quedaron muy por encima de lo que se registraba antes de la pandemia, dando cuenta de la importancia que es para los actores del sector contar con una plataforma de ventas online.

Pero esto mismo hizo proliferar enormemente la aparición de nuevos actores, donde muchos venden de manera informal a través de canales digitales, usando principalmente las distintas redes sociales o los marketplaces. Muchos de ellos tienen iniciación de actividades, pero no dan boleta a la hora de concretarse la venta y otros son informales desde su inicio.

Este indicador busca entonces poder estimar las compras informales digitales en el sector comercio, porque no solo significa una competencia desleal hacia aquellos que cumplen las reglas, sino que además una enorme pérdida fiscal por concepto de evasión en el pago del IVA. A esto se suma la piratería y el contrabando que, así como en la calle, también se puede encontrar en las plataformas digitales.

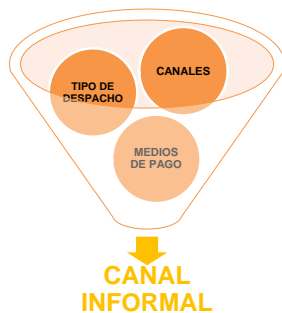
Este informe da cuenta del monto que se está transando en compras informales, el cual el 2021 superó los US\$2.000 millones y que, entre enero y junio de este año, ya alcanza los US\$738 millones. Un 12% de las transacciones en el comercio digital son informales y \$11 de cada \$100 pesos gastados son destinados a compras informales que no están pagando los impuestos que corresponden.

Esto va a seguir aumentando, en línea con el crecimiento del canal digital; a su vez, el estancamiento en la creación de empleos también aumenta el surgimiento de actores informales, tanto en la vía pública como en los canales digitales. Por esto la importancia de aplicar políticas públicas enfocadas no solo en fiscalizar de mejor manera las plataformas digitales, sino que también en educar en la importancia de formalizarse.

Metodología

ENFOQUE METODOLÓGICO

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 – Junio 2022.



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.