

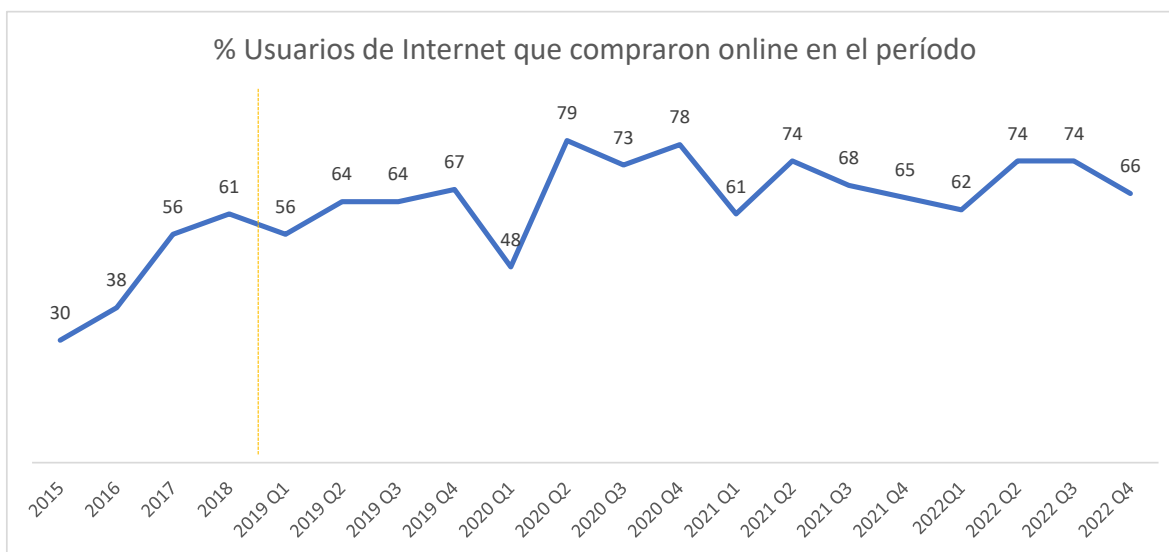
## Informalidad en el E-Commerce

### Cuarto 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 cuarto trimestre 2022

De las 4.100 encuestas realizadas a usuarios de internet durante el cuarto trimestre del 2022, se determinó que un 66% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 56% de los usuarios de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet, inferior a lo registrado en el tercer trimestre (76% y 72% respectivamente), dado el mayor gasto en comercio presencial y menor a lo registrado en igual trimestre de 2021, donde un 79% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 76% de las regiones estudiadas realizaron alguna compra online.

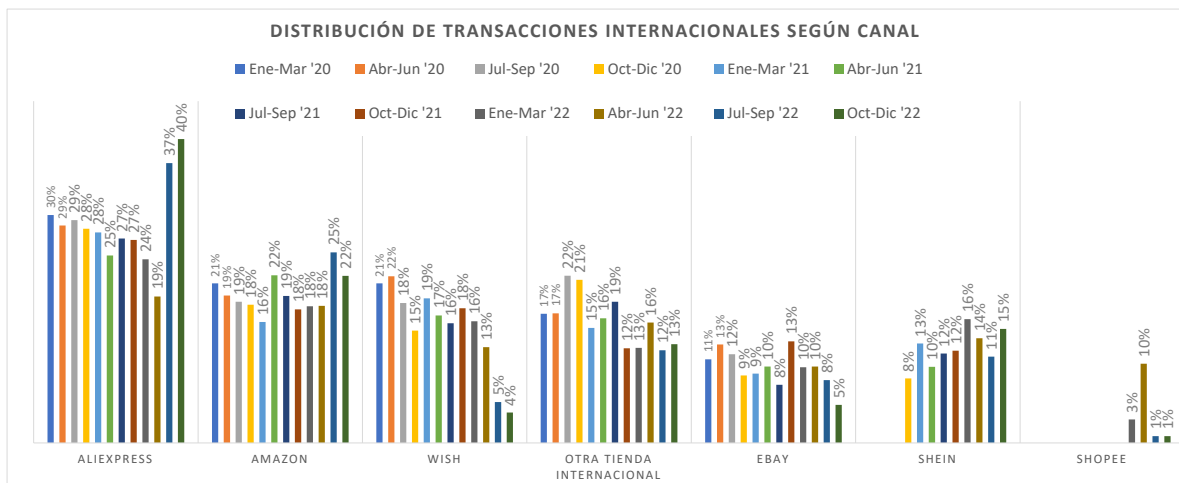


Fuente: Departamento de Estudios CNC

## E-commerce Nacional versus Internacional

Respecto a las plataformas internacionales en el mundo del retail, estas representaron durante el cuarto trimestre de 2022 un 14% de las transacciones, cayendo 3 puntos porcentuales (pp) respecto al período anterior y 1 pp por sobre el cuarto trimestre del año pasado. En cuanto al monto, el \$15 de cada \$100 fueron destinados a compras en plataformas extranjeras, bastante en línea con el trimestre anterior.

Las plataformas internacionales más usadas por los chilenos fueron AliExpress con un 40% de las transacciones, subiendo frente a lo registrado en el tercer trimestre y dando cuenta de un gran impulso en la segunda mitad del año pasado. Por su parte, Amazon alcanza una participación de 22%, levemente bajo el 25% del período previo. Luego Shein aumenta su participación alcanzando un 15% y otras tiendas internacionales representan un 13% de las transacciones. Por último, Ebay y Wish se desaceleran alcanzando un 5% y 4% de participación respectivamente.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

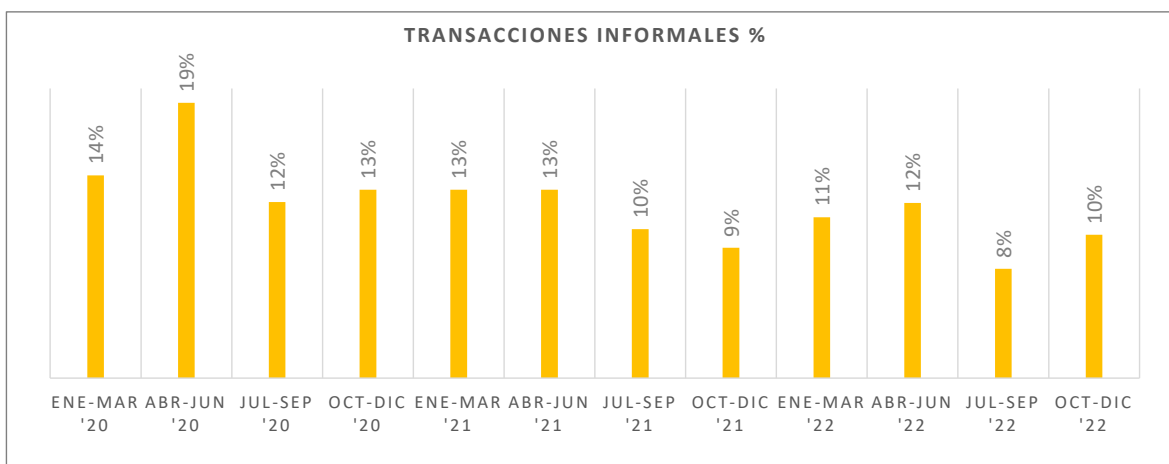
## Resultados de la informalidad digital y estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

Del total de transacciones digitales en el sector retail realizadas en el cuarto trimestre de 2022, un 10% fueron informales, subiendo 2 pp respecto de lo reportado en el tercer trimestre y 1 pp menor a lo reportado en igual trimestre de 2021. En cuanto al monto gastado, se evidencia que \$11 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad.

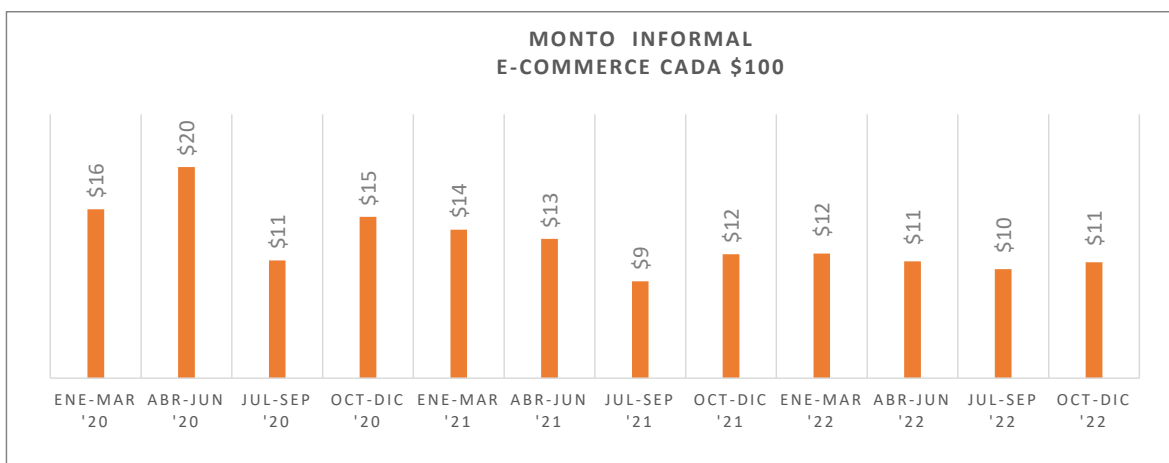
**De esta manera, en el cuarto trimestre de 2022 se estima que en el sector comercio (no incluye T&E y Servicios) se hicieron compras a través de plataformas digitales, nacionales e**

internacionales, por un total de US\$3.475 millones, 24% menos que en igual período de 2022, de los cuales US\$382 millones fueron destinados a compras informales en canales digitales. 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 tras los históricos resultados del 2021 producto de la mayor liquidez existente.

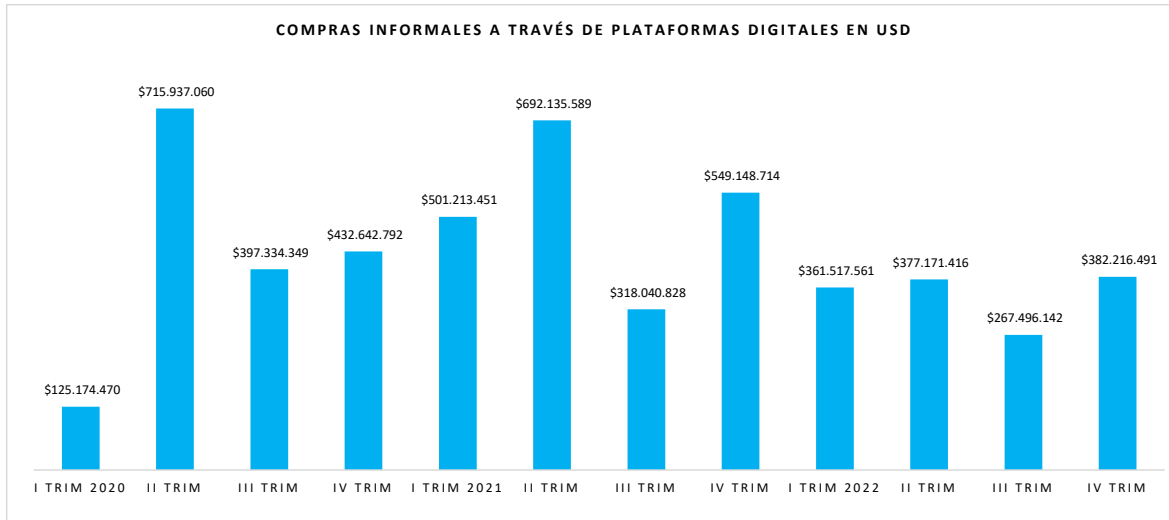
De esta manera, el año pasado las compras informales a través de plataformas digitales sumaron un total US\$1.388,4 millones y una pérdida por concepto de evasión de IVA de US\$ 263,7 millones.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Informalidad en canales nacionales versus internacionales

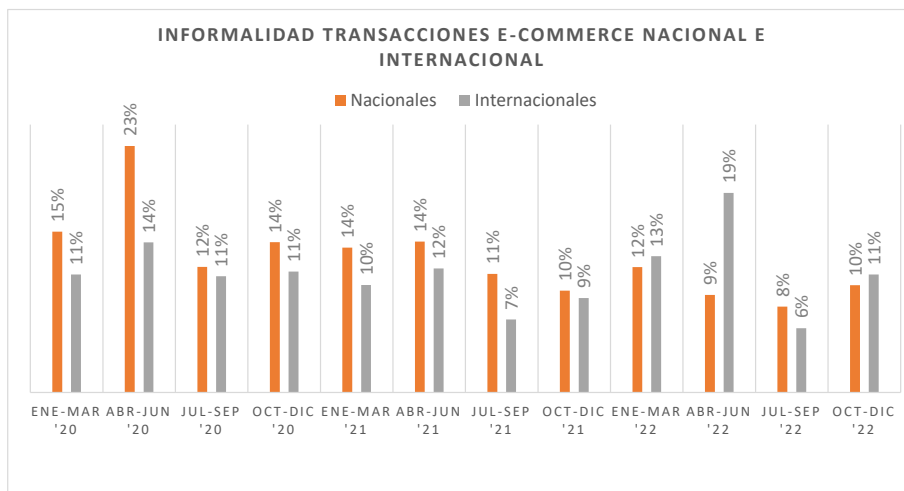
Un 10% de las compras en plataformas nacionales fueron informales y, respecto a las compras internacionales, las transacciones informales representaron un 11% del total, subiendo 5 pp respecto al tercer trimestre del año pasado.

Al analizar el gasto informal en canales digitales se evidencia que en el período octubre-diciembre de 2022, \$12 de cada \$100 fueron compras informales en canales nacionales y en los canales internacionales \$17 de cada \$100 gastados se estiman informales, subiendo ambos montos frente al trimestre anterior, sobre todo en las plataformas internacionales y superando también lo registrado en igual trimestre de 2021.

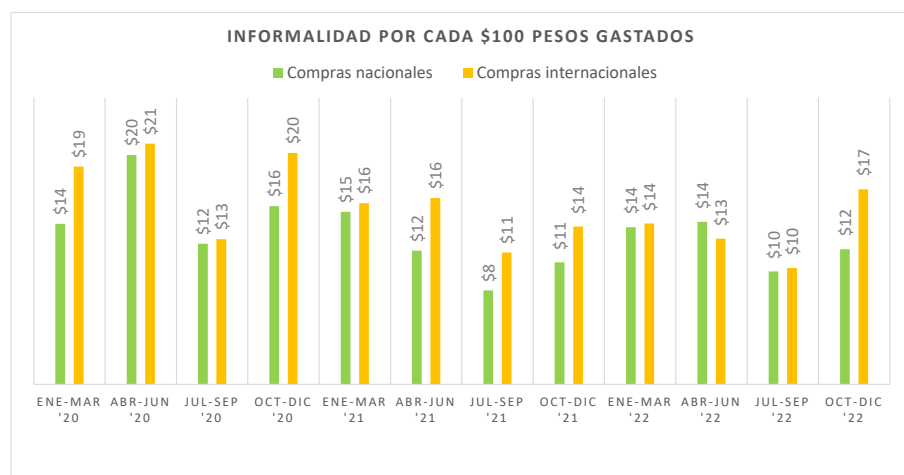
De esta manera, al analizar compras en portales o plataformas nacional versus internacionales, los resultados evidencian que durante el cuarto trimestre de 2022 se gastaron US\$2.962 millones en portales nacionales, donde US\$329 millones fueron compras informales, acumulando así \$1.195 millones de informalidad en portales nacionales.

Frente al tercer trimestre es esperable ver un alza, dado la temporada de Navidad la cual concentra una parte importante de las ventas del año. Sin embargo, llama la atención que mientras las compras formales crecen 35% trimestral, las informales en canales nacionales marcan un mayor aumento de 48% frente al período previo.

Por su parte, el monto destinado a compras en portales internacionales alcanzó los US\$513 millones entre octubre y diciembre del año pasado, donde US\$52 millones se estima que serían compras informales, cerrando así el 2022 con un estimado gasto informal de US\$ 193 millones.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

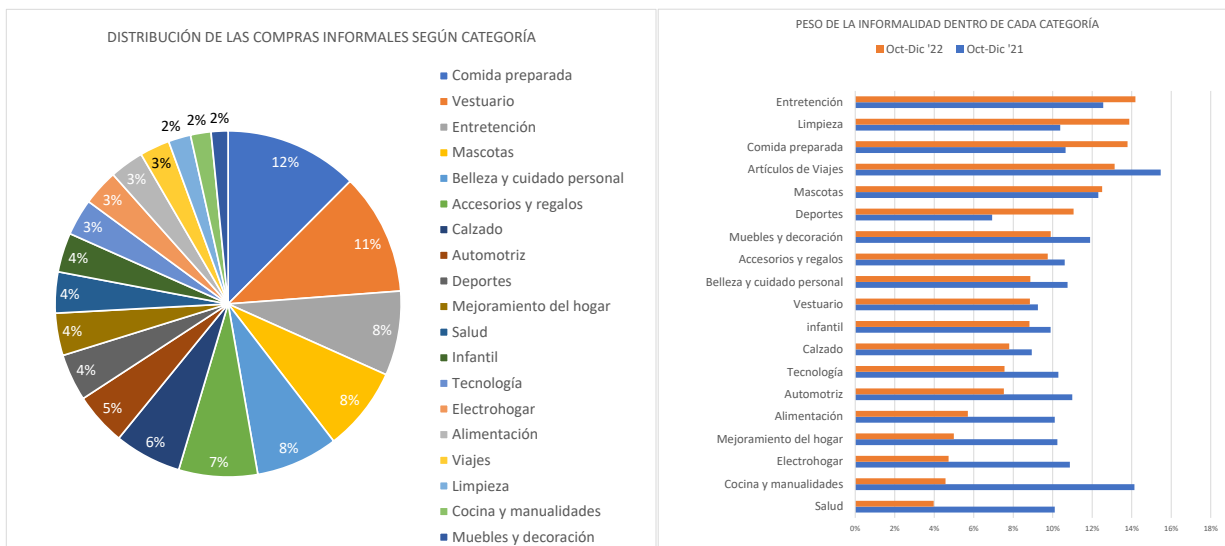


Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Análisis de la informalidad por categoría

### Transacciones informales

Del total de las transacciones informales a través de plataformas digitales durante el cuarto trimestre del 2022, Comida preparada marca el primer lugar con un 12% de las transacciones, luego Vestuario marca un 11%. Entretenimiento (juegos de salón, radiocontrolados, comics, juguetes coleccionables, música, entre otros), Artículos de mascotas y Belleza y cuidado personal, pesan cada uno un 8% dentro de las compras informales, luego Accesorios y regalos con un 7%, seguido de Calzado con 6% y sector automotriz con un 5% de participación y aumentando 4 pp. frente al tercer trimestre.



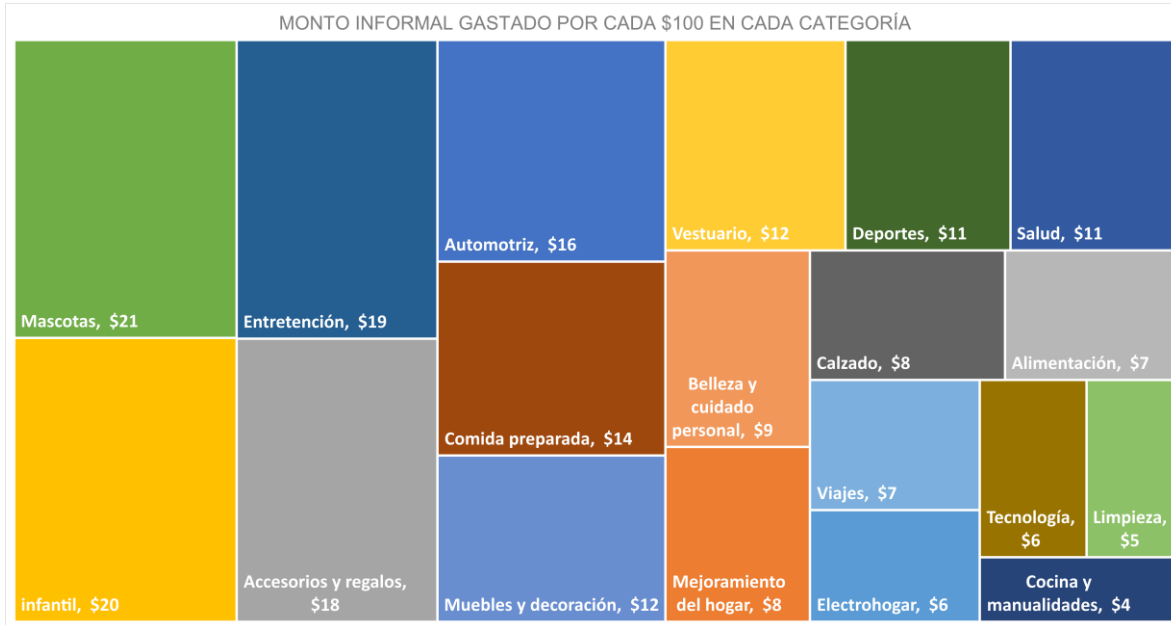
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Por su parte, 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, se evidencian diferencias según categorías, así también como cambios respecto a igual trimestre de 2021.

Destaca Entretención, Artículos de limpieza y Comida preparada, donde un 14% de las transacciones dentro de esas categorías son informales, subiendo todas respecto a igual trimestre de 2021. Le siguen, Artículos de viaje, donde un 13% de las compras son informales y Productos para mascotas con un 12% de informalidad dentro de la categoría. En el otro extremo los menores porcentajes de informalidad se encuentran en las categorías de Salud, Cocina y manualidades y Electro hogar, cayendo fuertemente frente al cuarto trimestre del año pasado.

### ***Monto gastado en compras informales***

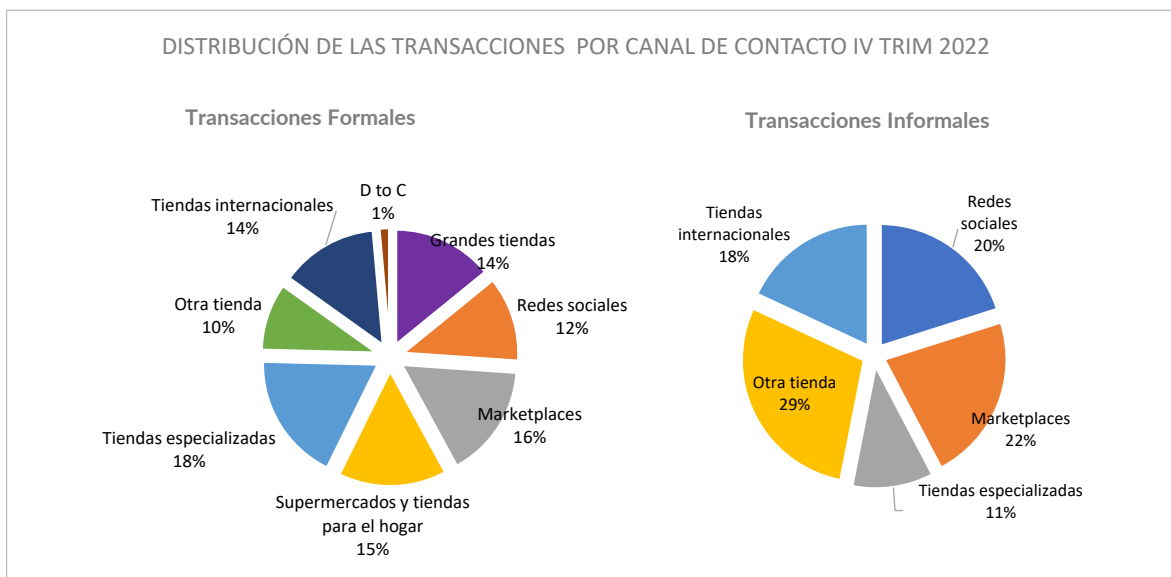
Respecto al monto gastado en compras informalidad durante el cuarto trimestre del 2022, destaca Productos para mascotas con \$21 de cada \$100 es gasto informal, seguido de Artículos infantiles, donde \$ 20 de cada \$100 fueron gastados en compras informales, subiendo significativamente frente a igual trimestre de 2021, luego Entretención donde \$19 de cada \$100 gastado son informales y Accesorios y regalos con \$18.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

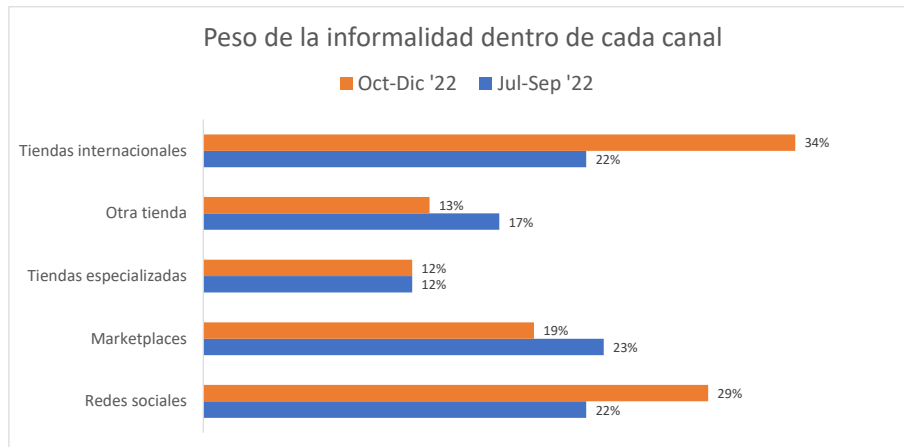
### Informalidad según canal

La distribución de las transacciones informales según canal de venta durante el cuarto trimestre del año pasado da cuenta que un 29% suceden en tiendas nacionales de menor tamaño, luego un 22% en Marketplace y 20% a través de redes sociales. Le siguen otras tiendas especializadas con un 11% y tiendas internacionales con un 18%. Las participaciones están bastante en línea con el período previo, con leves alzas en tiendas internacionales, gatillado por Aliexpress y Shein.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Preocupa también la informalidad que hay dentro de cada canal, llegando a 34% en las compras en tiendas o plataformas internacionales y alcanzando un 29% en compras a través de redes sociales, evidenciando ambos canales fuertes alzas respecto al trimestre previo.

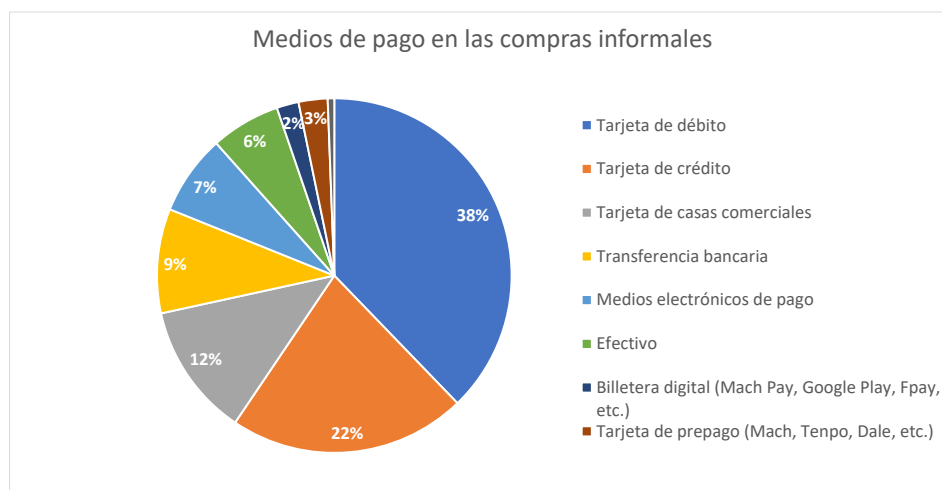


Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Medio de pago

Respecto a la forma de pago en las compras informales, al igual que en las formales, las tarjetas de crédito y débito son las grandes protagonistas, con 38% y 22% cada una, seguido por tarjetas de casas comerciales con un 12%.

Dentro de cada medio de pago, donde pesa más la informalidad es en los medios de pago electrónicos, donde el 23% de las compras a través de este medio de pago son informales, seguido de las tarjetas de crédito con un 19% de informalidad.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



## Conclusiones

La economía digital ha tenido un fuerte impulso en los últimos años, acelerándose aún más durante la pandemia, pero este rápido avance trae también grandes desafíos en materias regulatorias. La tecnología suele avanzar más rápido que la política pública, pero debemos hacer los ajustes necesarios para no quedarnos atrás, ya que el no actuar implica grandes pérdidas económicas y sociales.

La informalidad en el comercio electrónico va desde la comercialización de productos sin estar constituida la empresa, como también la evasión del pago del IVA en aquellas que sí están constituidas, acompañado también a los riesgos de informalidad laboral que podrían darse. Por su parte, este tipo de transacciones implican riesgos para el consumidor al ser poco confiables, sin garantía y donde también, en algunos casos, opera la piratería y el contrabando.

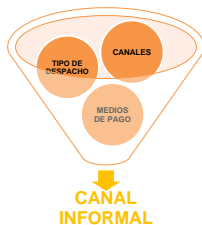
El índice de informalidad digital busca dimensionar parte del costo económico, es así como durante el año pasado las compras informales a través de plataformas digitales sumaron un total US\$1.388,4 millones y una pérdida por concepto de evasión de IVA de US\$ 263,7 millones.

Dentro de las acciones de política pública que recomendamos pudieran llevarse a cabo para controlar este fenómeno son aplicar un modelo similar al pago de IVA en plataformas digitales, donde se cambió el sujeto total y se estableció la calidad de agente retenedor de IVA a los emisores de medios de pago (bancarios y no bancarios), implementando esta medida el Estado podría haber recaudado US\$ 221 millones sobre las compras informales de bienes realizadas en canales nacionales como internacionales.

Por último, se debe aumentar la fiscalización, ya que la tecnología avanza rápido y los órganos llamados a supervisar no puede quedarse un paso atrás de este proceso. Se debe incorporar mayor desarrollo tecnológico para fiscalizar las transacciones a través de redes sociales, como también una estrategia de fiscalización a los nuevos proveedores de paga móvil y servicios financieros digitales.

### 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 Octubre - Diciembre 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 con 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.*

*Canales:*

*Retail Grandes Tiendas: Tiendas por departamento*

*Retail Menor / Especializado: Tiendas especializadas grandes y medianas*

*Supermercados*

*Marketplaces nacionales*

*Tiendas Internacionales: Amazon, Aliexpress, Shein, Farfetch, Wish, etc*

*Redes Sociales: compras a través de Instagram, Facebook, Wasap, etc.*

*Otras Tiendas Nacionales: Tiendas Nacionales .cl de menor tamaño, emprendedores*