

## **Informalidad en el E-Commerce**

### **Cuarto Trimestre 2023**

*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.*

Para la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) la informalidad y el comercio ilícito representa una de sus principales preocupaciones y el fuerte crecimiento que ha experimentado el comercio electrónico en los últimos años pone en escena también una nueva amenaza: la informalidad online, un comercio ambulante VIP que se mueve en redes y plataformas nacionales e internacionales.

En los últimos años el canal digital ha ayudado a emprendedores a expandir sus negocios a nuevos mercados, aumentando la eficiencia y la innovación en el sector, pero para que este ecosistema digital, tan positivo para el sector, siga funcionando de manera justa para todos, es necesario que no se olviden las reglas del juego.

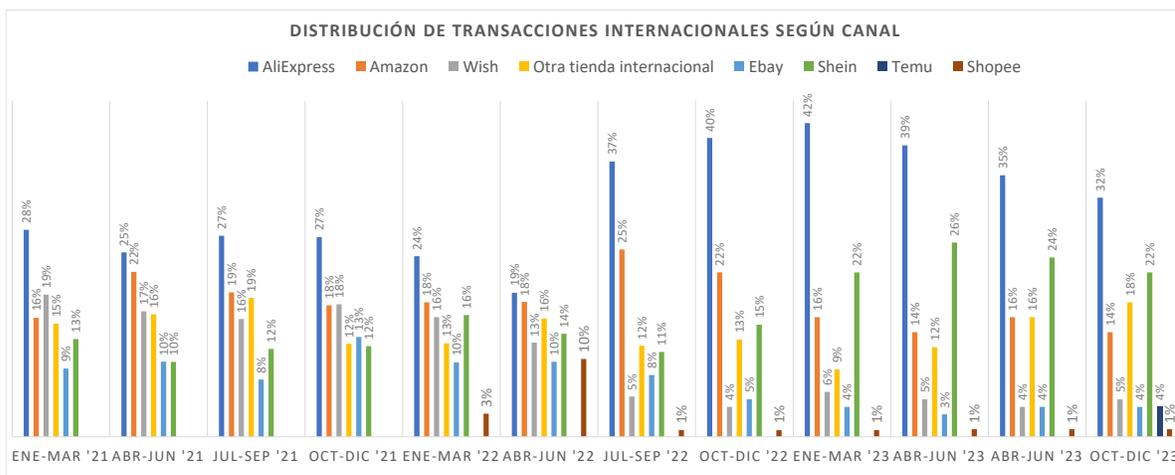
### **Principales resultados cuarto trimestre 2023**

De las 4.100 encuestas realizadas a usuarios de internet durante el cuarto trimestre del 2023, se determinó que un 72% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 69% de los usuarios de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet, cifras similares a lo registrado en el tercer trimestre (71% y 67% respectivamente) y mayor a lo registrado en igual trimestre de 2022, donde un 64% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 59% de las regiones estudiadas realizaron alguna compra online.

### **E-commerce Nacional versus Internacional**

Respecto a las plataformas internacionales en el mundo del retail, estas representaron durante el cuarto trimestre de 2023 un 16% de las transacciones, cayendo 2 puntos porcentuales (pp) respecto al período anterior y 2 pp. por sobre el cuarto trimestre del 2022. En cuanto al monto, \$13 de cada \$100 fueron destinados a compras en plataformas extranjeras en línea con resultados previos.

Las plataformas internacionales más usadas por los chilenos fueron AliExpress con un 32% de las transacciones seguido de Shein con un 22%. Luego, Amazon con 14% y otras tiendas internacionales con una participación de 18%, y empieza a crecer Temu que ya alcanza 4%. Por último, Wish y Ebay alcanzan un 5% y 4% de participación respectivamente.

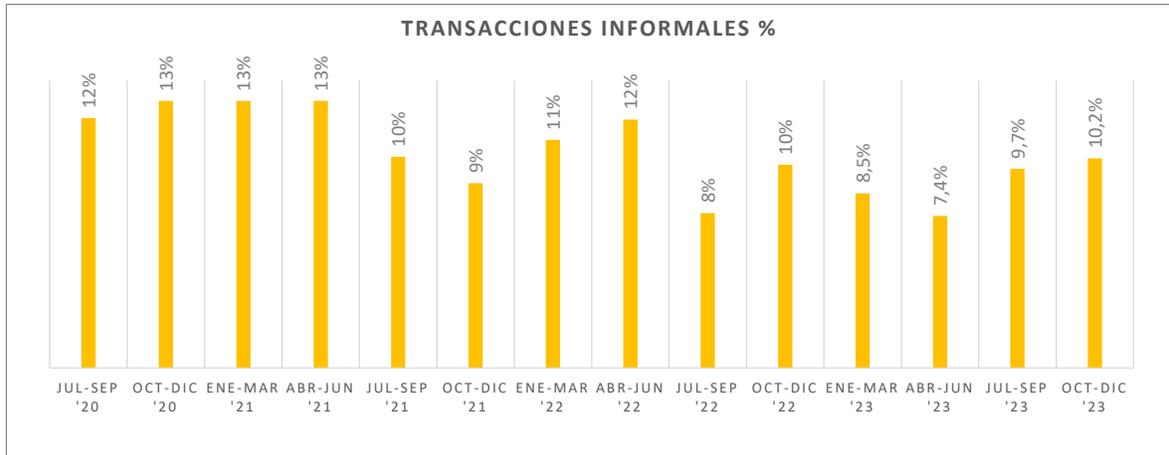


Fuente: Departamento de Estudios CNC

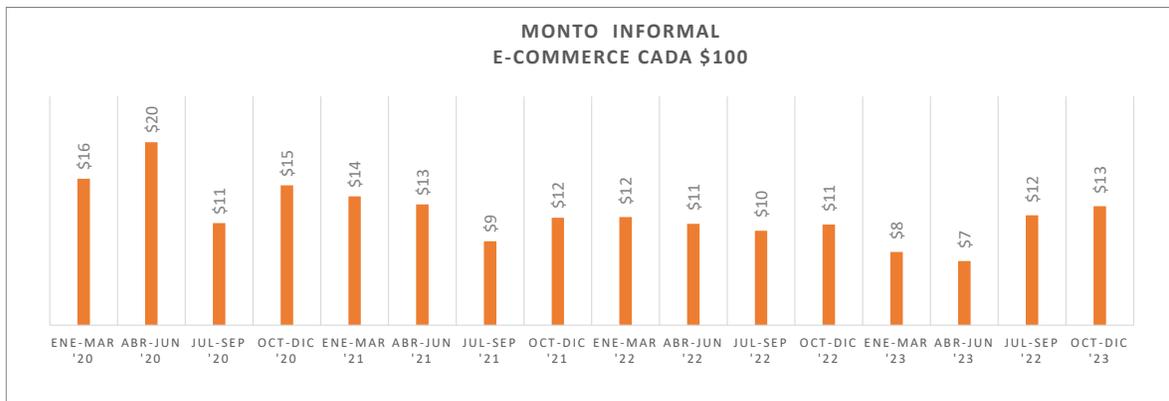
### Resultados de la informalidad digital y estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

Del total de transacciones digitales en el sector retail realizadas en el cuarto trimestre de 2023, un 10,2% fueron informales, subiendo marginalmente respecto de lo reportado en el tercer trimestre del año. En cuanto al monto gastado, se evidencia que \$13 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad.

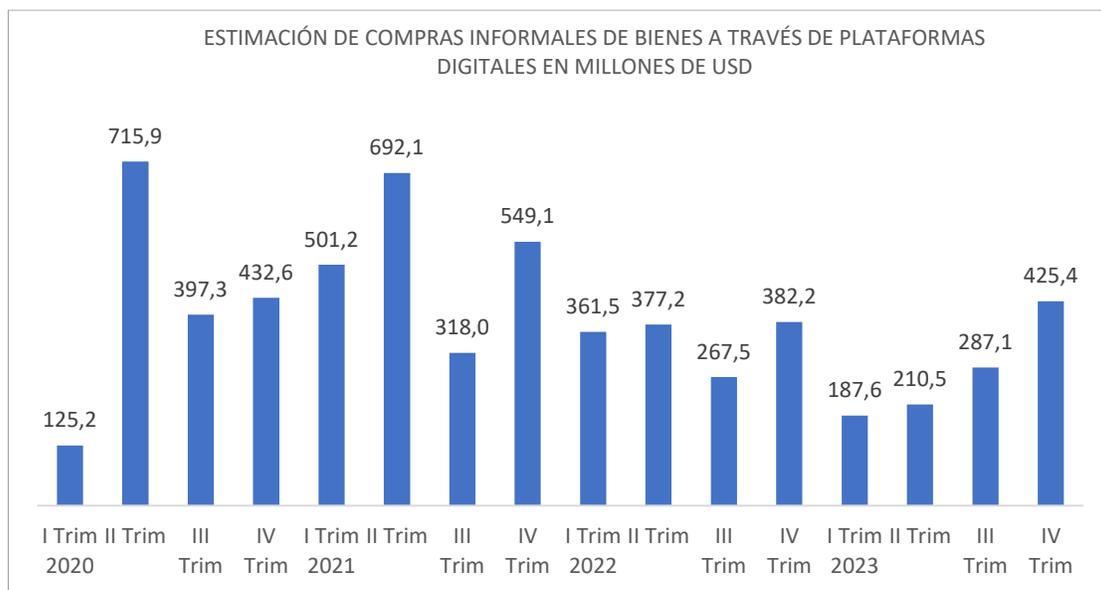
De esta manera, en el cuarto trimestre de 2023 se estima que en el sector comercio (no incluye T&E y Servicios) se hicieron compras a través de plataformas digitales, nacionales e internacionales, por un total de US\$3.272,2 millones de los cuales US\$425,3 millones fueron destinados a compras informales, evidenciando un alza de 11% anual, mientras que las compras formales cayeron un 8%. De esta manera el monto en compras informales del comercio acumuló en 2023 los US\$1.110,6 millones.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

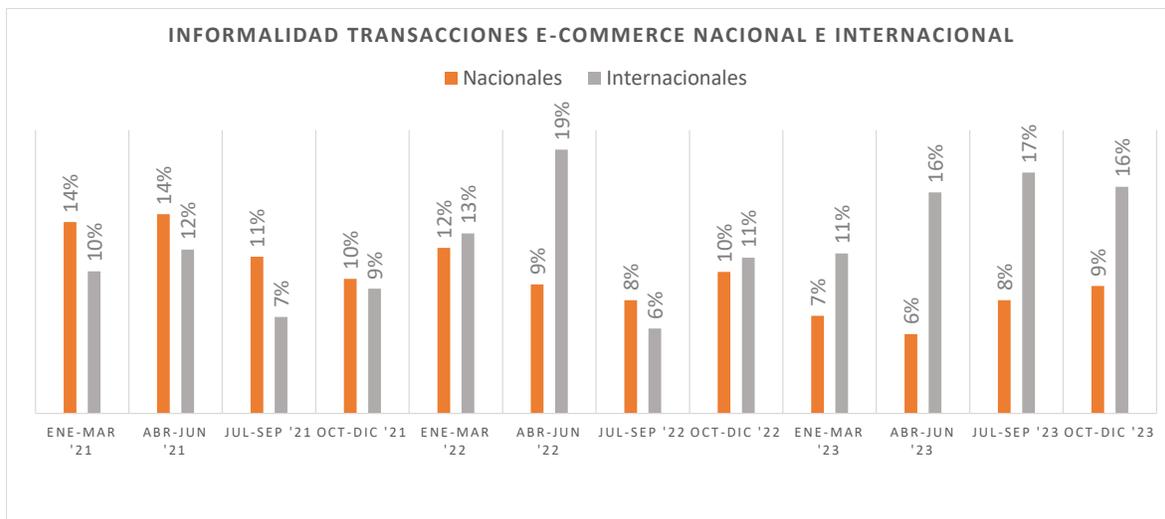
### Informalidad en canales nacionales versus internacionales

Un 9% de las transacciones en plataformas nacionales fueron informales durante el último cuarto de 2023 y respecto a las transacciones internacionales, la informalidad se estimó en un 16% del total.

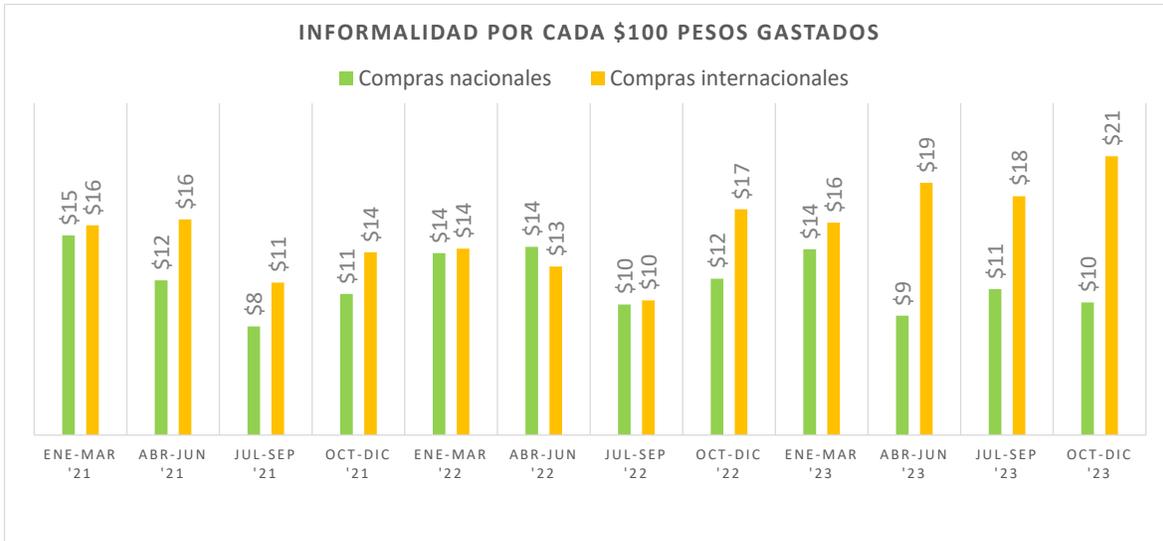
Al analizar el gasto informal en canales digitales, se evidencia que en el período octubre-diciembre de 2023, \$10 de cada \$100 fueron compras informales en canales nacionales y en los canales internacionales \$21 de cada \$100 gastados se estiman informales, subiendo significativamente frente a períodos anteriores.

De esta manera, al analizar compras en portales o plataformas nacional versus internacionales, los resultados evidencian que durante el cuarto trimestre de 2023 se gastaron US\$2.532,7 millones en portales nacionales, donde US\$281,4 millones fueron compras informales, sumando en 2023 US\$849,2 millones.

Por su parte, el monto destinado a compras en portales internacionales alcanzó los US\$361,9 millones entre octubre y diciembre de 2023, donde US\$96,2 millones se estima que serían compras informales cerrando el año con un monto informal estimado de US\$213,1 millones.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

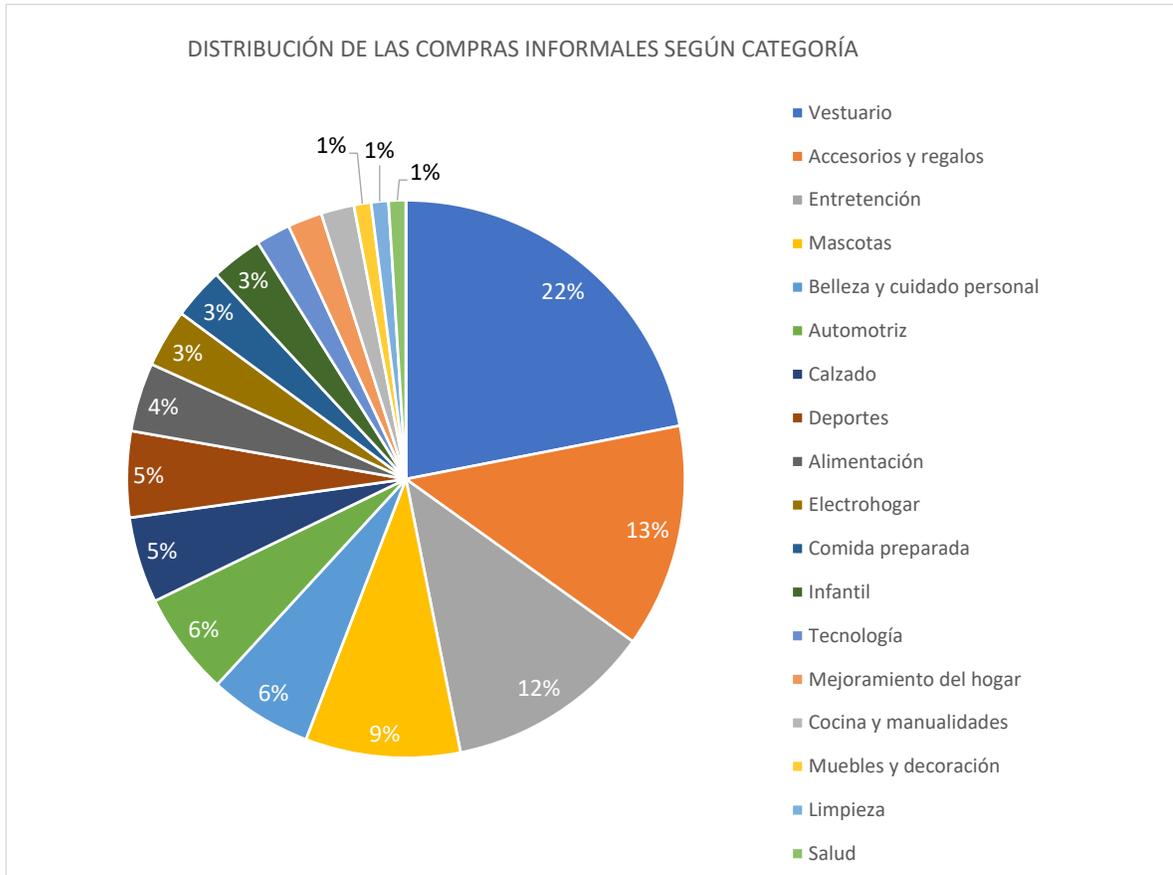


Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Análisis de la informalidad por categoría

#### *Transacciones informales*

Del total de las transacciones informales a través de plataformas digitales durante el cuarto trimestre del 2023, lo más demandado es Vestuario con un 22% de participación, Accesorios y Regalos con un 13% y Entretenimiento (música, juegos de salón, comics, etc.) con un 12%, subiendo las tres categorías significativamente tanto en términos anuales como trimestrales. Luego la categoría Mascotas representa un 9%, seguido de Belleza y cuidado personal, con un 6% y también creciendo ambas en términos de su participación en la informalidad.

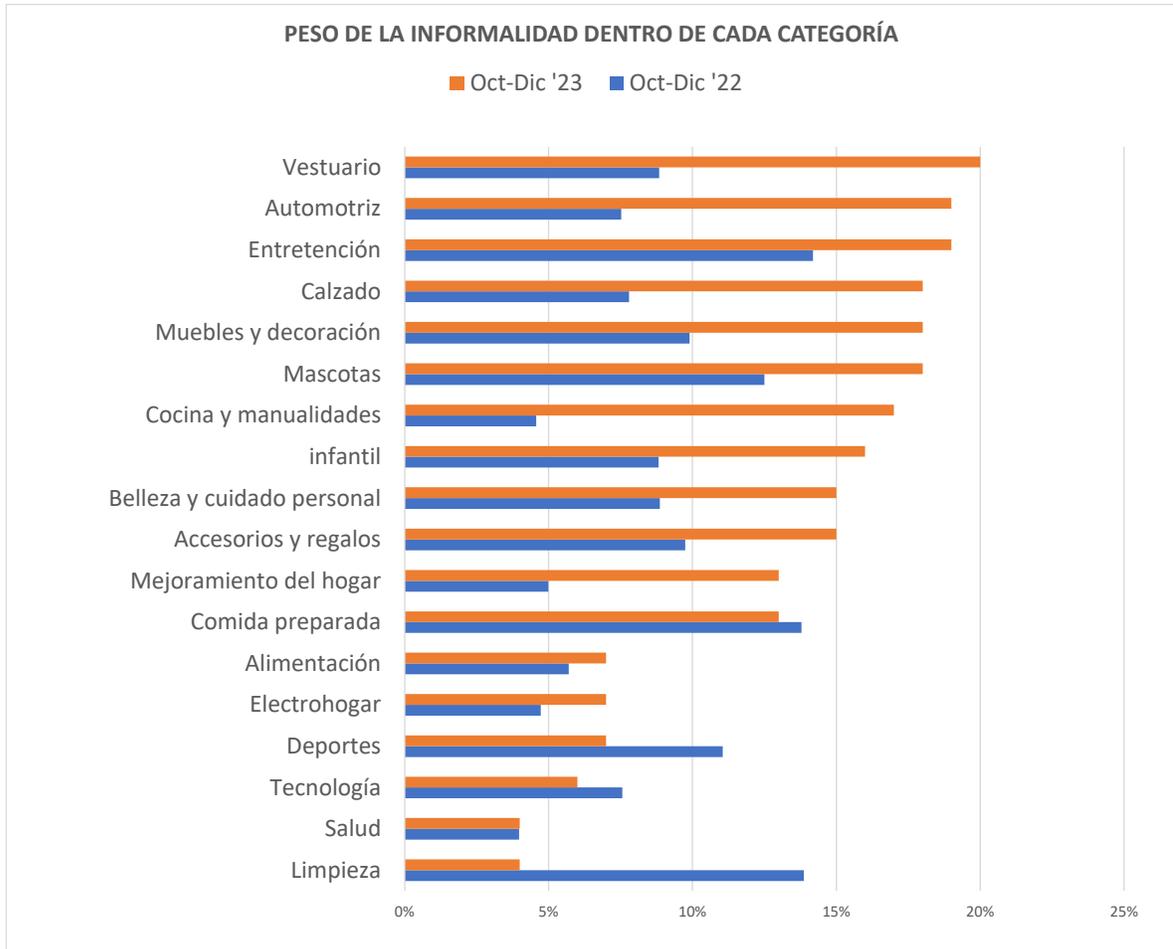


Fuente: Departamento de Estudios CNC

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, donde la mayoría aumenta su tasa de informalidad frente a igual período de 2022 y donde 12 de las 18 categorías analizadas marcan tasas de informalidad de dos dígitos.

De esta manera, destaca en el cuarto trimestre Vestuario, donde un 20% de las transacciones dentro de esas categorías son informales, 11 pp. sobre lo marcado un año atrás, luego sectores Automotriz (repuestos, accesorios y otros), junto a Entretención (música, juegos de salón, comics, etc.), donde un 19% de las compras se estiman informales. Le siguen Calzado, Muebles y decoración y Mascotas con un 18% de informalidad dentro de cada categoría.

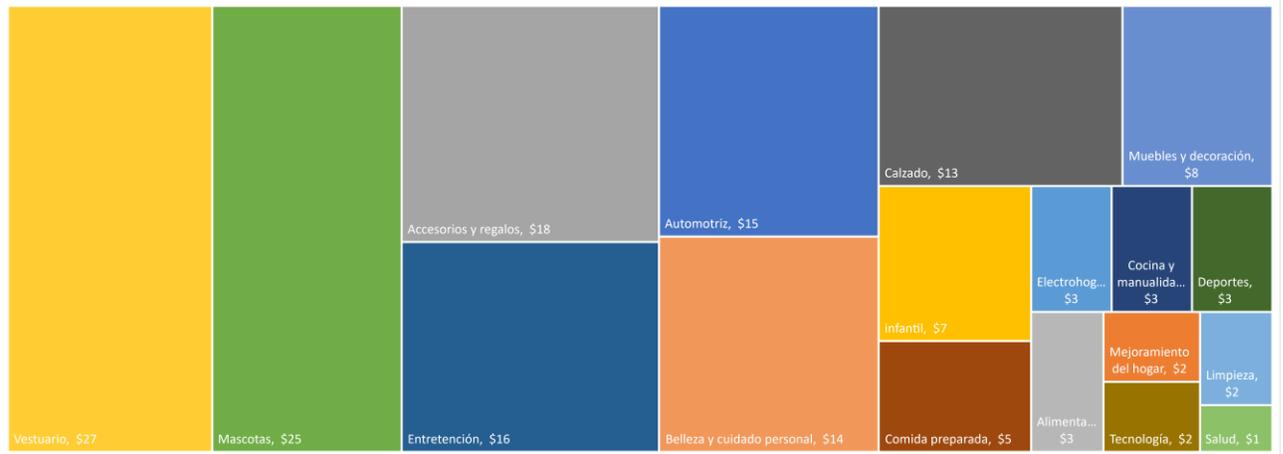
En el otro extremo cae la tasa de informalidad en las categorías de Limpieza, Tecnología y Artículos de deporte.



***Monto gastado en compras informales***

Respecto al monto gastado en compras informales durante el cuarto trimestre del 2023, destaca Vestuario, donde \$27 de cada \$100 fue gasto informal, luego Mascotas con \$25 de cada \$100. Luego Accesorios y regalos con \$18 de cada \$100, seguido de Entretención y Automotriz, donde \$16 y \$15 de cada \$100 fue gasto informal.

**MONTO INFORMAL GASTADO POR CADA \$100 EN CADA CATEGORÍA IV TRIM 2023**



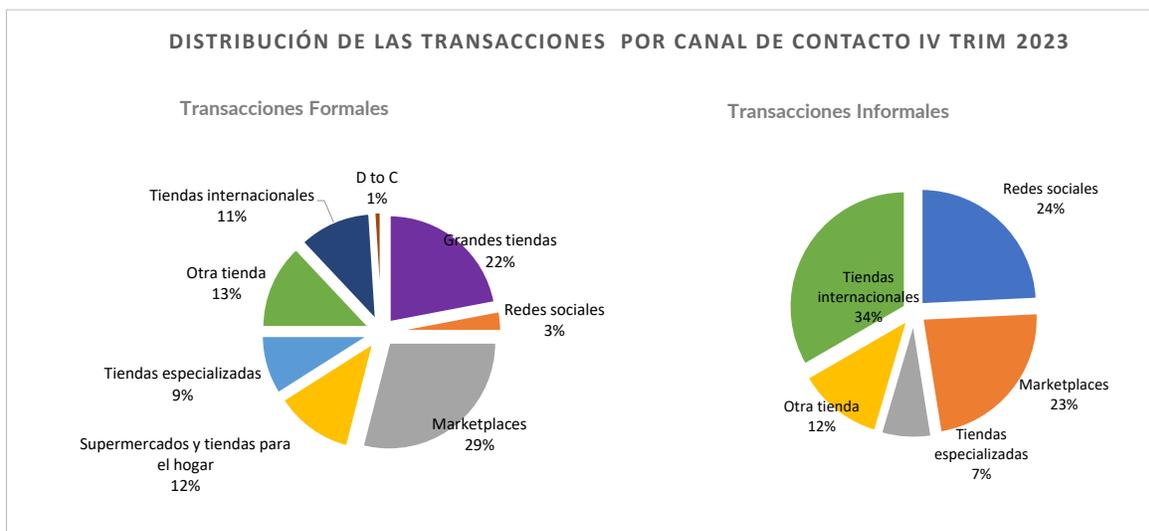
Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Informalidad según canal

La distribución de las transacciones informales según canal de venta durante el cuarto trimestre del año pasado da cuenta que un 34% fueron en Tiendas internacionales, seguido de los Marketplace con un 23% y redes sociales con un 24%, luego un 12% proviene de otras tiendas nacionales de menor tamaño y un 7% de tiendas especializadas.

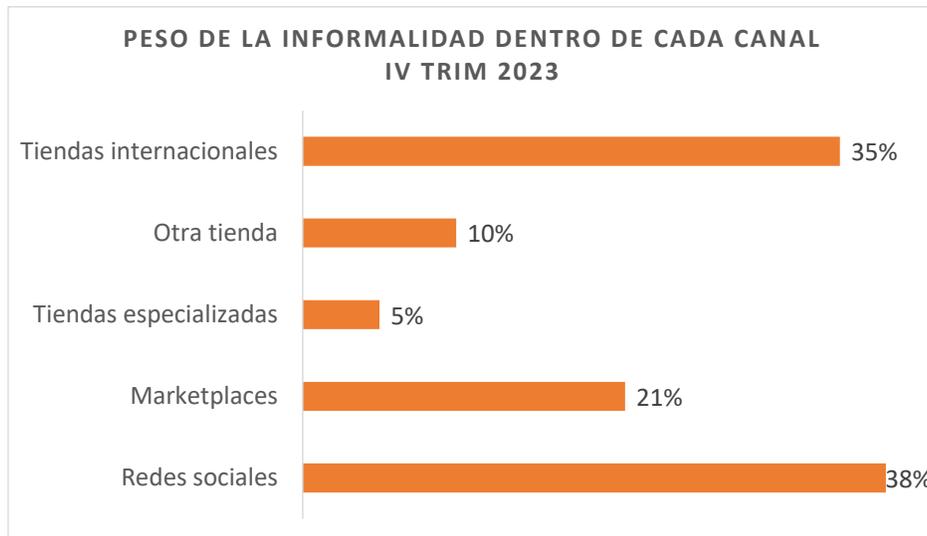
Al comparar con las compras formales se ve que en la informalidad pesan significativamente más las redes sociales y las compras internacionales.

**DISTRIBUCIÓN DE LAS TRANSACCIONES POR CANAL DE CONTACTO IV TRIM 2023**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar la informalidad que hay dentro de cada canal, es decir, el peso de compras informales por canal de compra se evidencia que un 38% de las transacciones en las redes sociales son informales, luego las transacciones en canales internacionales alcanzan una tasa de informalidad de 35%, seguido de los Marketplaces con un 21% de informalidad dentro del canal.

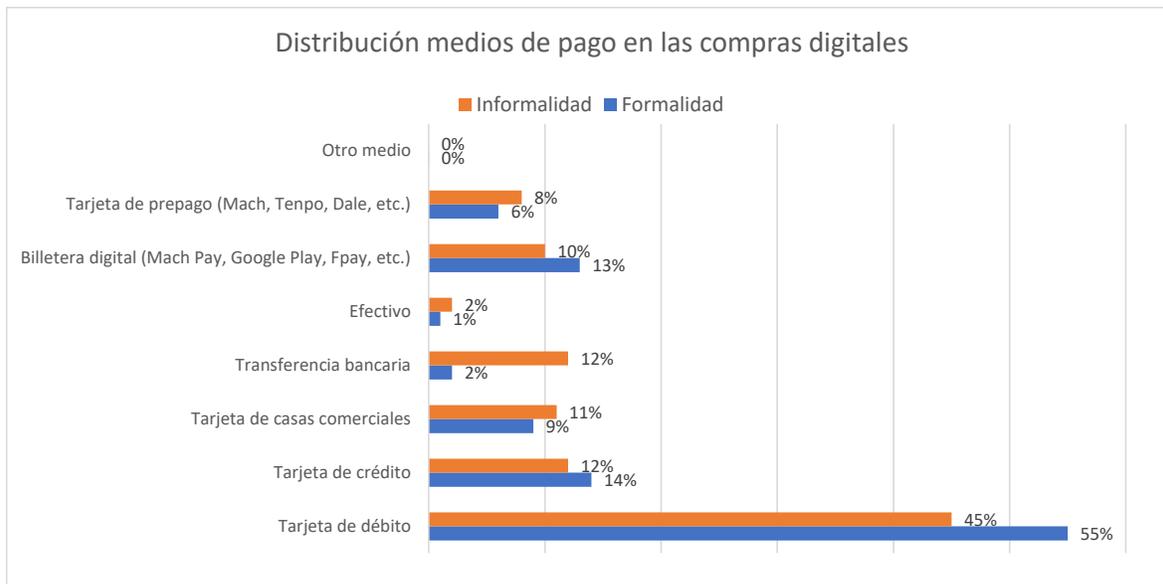


Fuente: Departamento de Estudios CNC

### **Medio de pago**

Respecto a la forma de pago en las compras informales, al igual que en las formales, las tarjetas de débito es la gran protagonista, con 45%, seguido de las tarjetas de crédito con 12%. Si se ven diferencias en las transferencias bancarias, donde por el lado de las transacciones informales pesan 12% como medio de pago, versus 2% en las compras formales.

Acá también existe un gran desafío, ya que así como ha crecido el uso de medios de pago electrónicos, como billeteras digitales y otros, ha aumentado también a participación de este medio de pago en las transacciones informales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

## Conclusiones

El índice de informalidad online continúa dando cuenta de un gran porcentaje de compras que se están realizando a través de distintas plataformas digitales y que no están siendo formales, resultando en una enorme competencia desleal hacia el comercio establecido que cumple con las reglas del juego, junto a un posible daño a los consumidores y una pérdida para el fisco.

De esta manera los resultados muestran que un 10,2% de las transacciones digitales son informales, resultando en \$13 de cada \$100 pesos gastados y dando un total de US\$425,3 millones destinados a compras informales en canales digitales durante el último trimestre del año pasado, cerrando el 2023 con compras informales por un total de US\$1.110,6 millones. Si bien las ventas informales caen respecto al 2022, en línea con una desaceleración general en el retail el año pasado, llama la atención y preocupa que en los dos últimos trimestres se evidencia un alza anual en las compras informales, mientras que las formales caen.

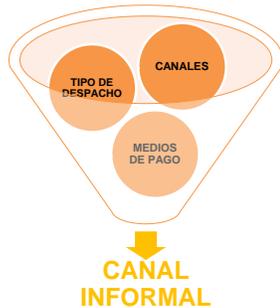
La informalidad digital en el comercio viene dada por vendedores que nunca han realizado inicio de actividades, donde es muy fuerte la venta a través de redes sociales, pero también está presente en comercios que, si bien son formales en el sentido que tienen iniciación de actividades ante el SII, no cumplen con su obligación en el otorgamiento de boleta y correspondiente pago de IVA.

El comercio digital, con una penetración que alcanza el 20% dentro del retail formal, continuará ascendiendo. Cada vez son más los negocios que entran al mundo digital, el cual es una gran oportunidad para alcanzar nuevos mercados, aumentar eficiencias y reducir costos. Pero este crecimiento del canal digital, también se ha traducido en un aumento de la informalidad online y representa un gran desafío para las políticas públicas en cuanto a la fiscalización y control, ya que al no ser un canal presencial es mucho más difícil de detectar.

## 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 2023



### 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

### 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*