

Informalidad en el E-Commerce

Segundo Trimestre 2024

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.

El canal de ventas digitales ha emergido como una oportunidad crucial para los pequeños negocios, brindándoles una plataforma para acceder a un mercado global y aumentar su visibilidad. Esta transformación digital permite a los emprendedores diversificar sus ingresos y llegar a una audiencia más amplia, facilitando la inclusión en la economía moderna. Sin embargo, esta expansión también presenta desafíos significativos en términos de formalidad y regulación. La necesidad de adaptarse a requisitos fiscales, normativas de comercio electrónico y estándares de seguridad para proteger tanto al consumidor como al empresario, es fundamental para garantizar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo en el entorno digital, equilibrando la innovación con la conformidad regulatoria.

Principales resultados segundo trimestre 2024

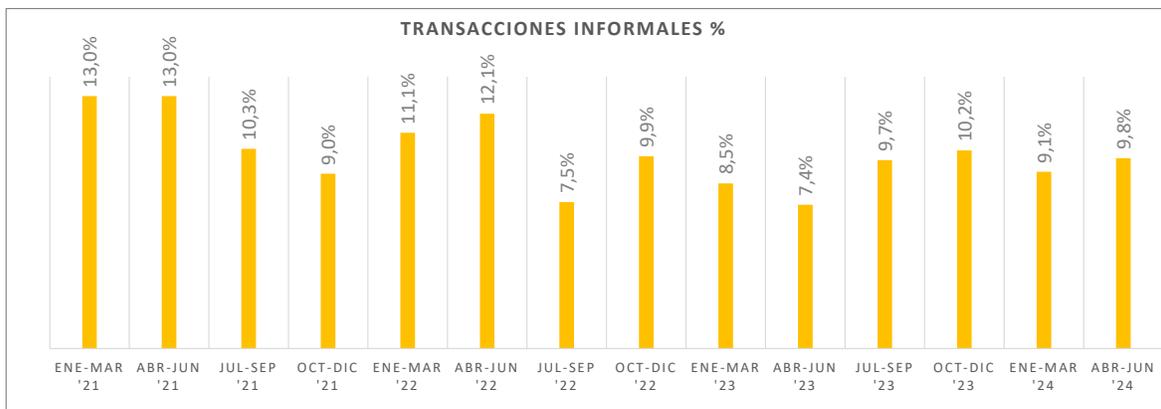
De las 4.100 encuestas realizadas a usuarios de internet durante el segundo trimestre del 2024, se determinó que un 72% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 67% de los usuarios de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet, cifras similares a lo registrado en el primer trimestre del 2024 (70% y 68% respectivamente) y mayor a lo registrado en igual trimestre de 2023, donde un 69% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 62% de las regiones estudiadas realizaron alguna compra online.

RESULTADOS DE INFORMALIDAD DIGITAL

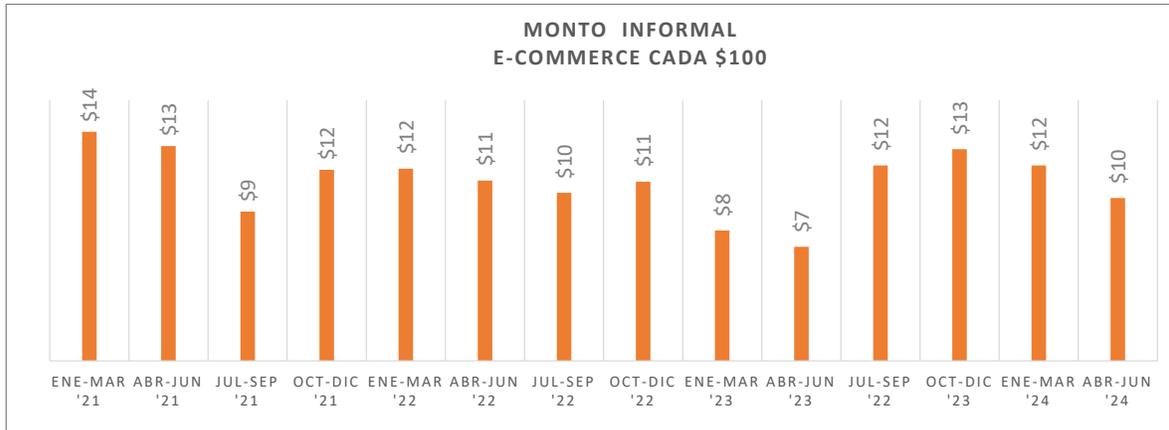
Resultados de la informalidad digital y estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

Del total de transacciones digitales en el sector retail realizadas en el segundo trimestre de 2024, un 9,8% se estima que fueron informales, 2,4 pp. sobre lo reportado en igual trimestre del año pasado. En cuanto al monto gastado, se estima que \$10 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad, marcando un alza frente a reportado en el segundo trimestre de 2023 (\$7 de cada \$100).

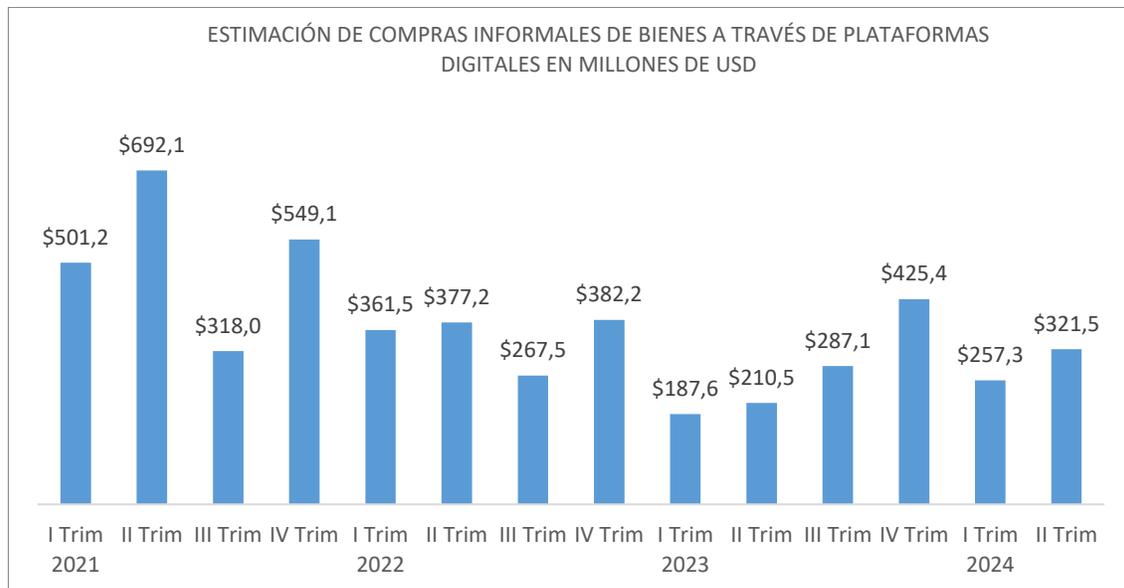
De esta manera, en el segundo trimestre de 2024 se estima que en el sector del comercio minorista (no incluye T&E y Servicios) se hicieron compras a través de plataformas digitales, nacionales e internacionales, por un total de US\$3.215,4 millones, de los cuales US\$321,5 millones fueron destinados a compras informales, evidenciando un alza nominal, descontando efecto tipo de cambio, de 53%, mientras que las compras formales aumentaron un 3%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

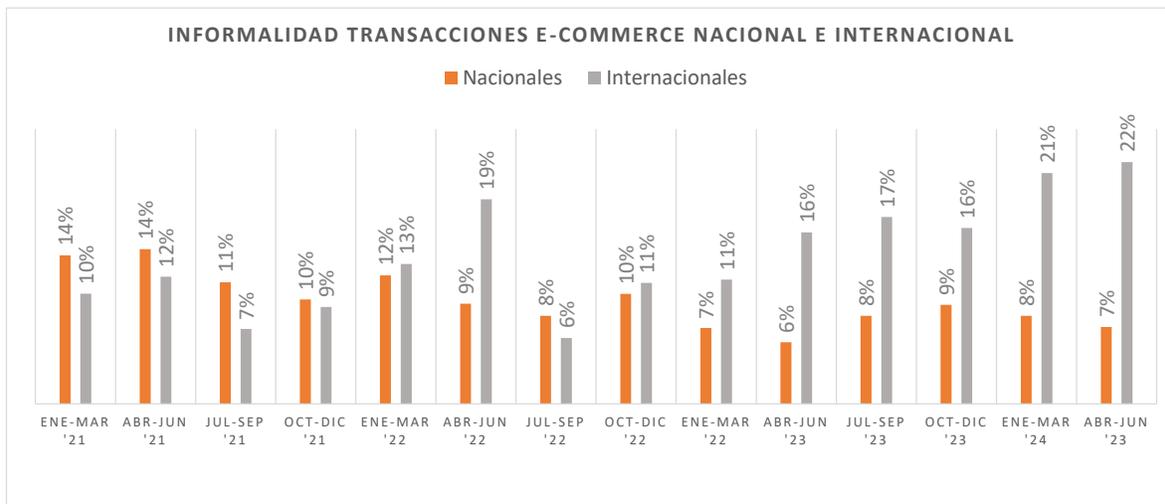
Transacciones nacionales versus internacionales

Un 7% de las transacciones en plataformas nacionales fueron informales durante el segundo cuarto de 2024. Respecto a las transacciones internacionales, las cuales representan un 17,8% de las transacciones totales, se estima que un 22% de ellas presentan alguna irregularidad en su entrada, entendida la irregularidad como la ausencia de pago de los derechos o impuesto en compras mayores de 41 dólares.

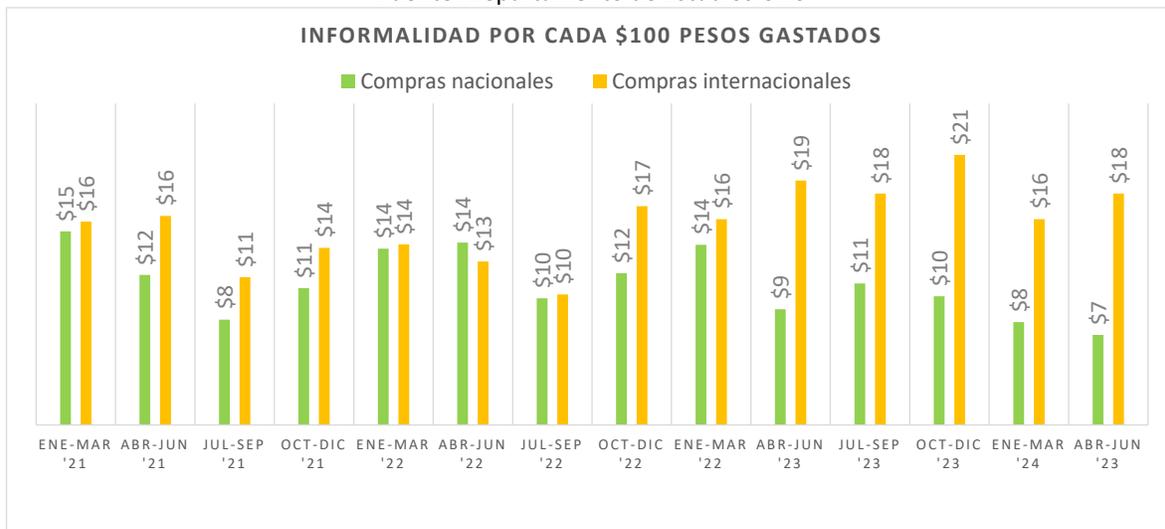
Al analizar el gasto informal en canales digitales, se evidencia que en el período abril-junio de 2024, \$7 de cada \$100 fueron compras informales en canales nacionales y en los canales internacionales \$18 de cada \$100 gastados se estiman con alguna irregularidad.

De esta manera, al analizar compras en portales o plataformas nacional versus internacionales, los resultados evidencian que durante el segundo trimestre de 2024 se gastaron US\$2.765,3 millones en portales nacionales, donde US\$193,5 millones fueron compras informales, 10% más que un año atrás.

Por su parte, el monto destinado a compras en portales internacionales alcanzó los US\$450,1 millones entre abril y junio de este año, 22% sobre un año atrás, donde US\$81 millones se estima que serían compras que entraron con algún grado de irregularidad.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



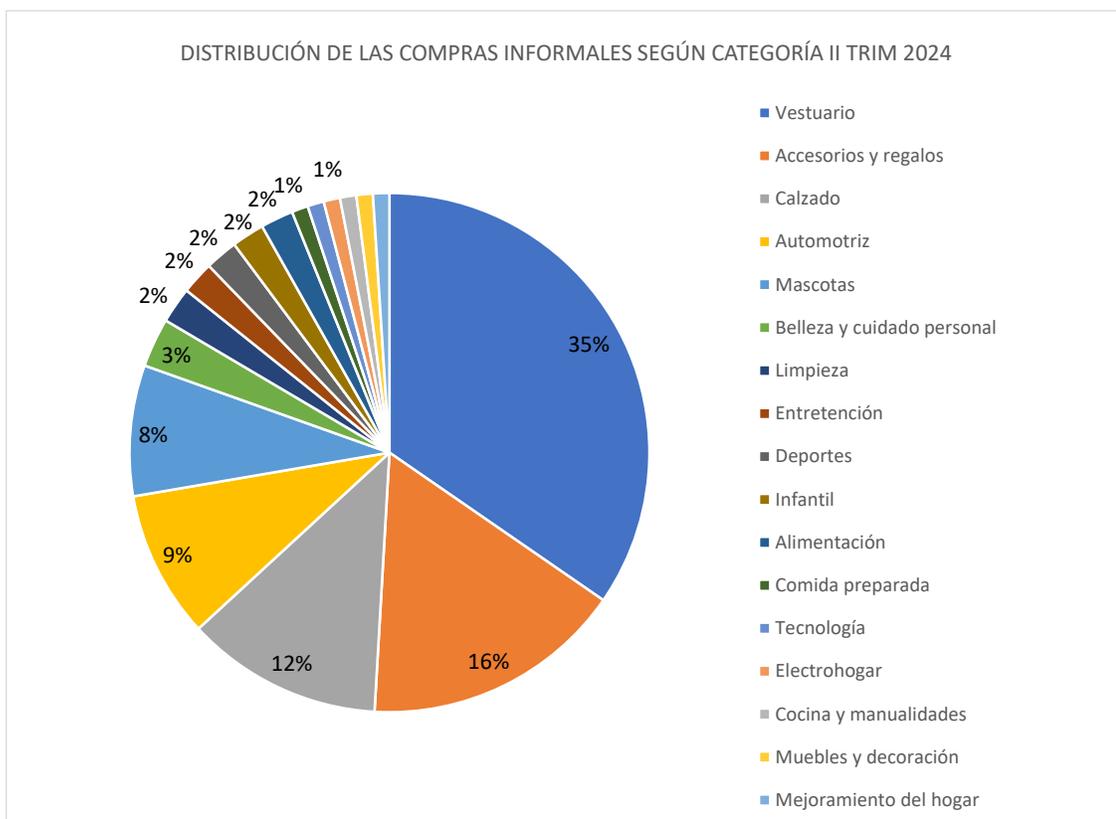
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Análisis de la informalidad por categoría

Transacciones informales

Del total de las transacciones informales a través de plataformas digitales durante el segundo trimestre del 2024, la mitad se concentra en Vestuario con un 35% de participación, luego Accesorios y Regalos representa un 16%, seguido de la categoría Calzado con 12%, el doble que hace un año, luego Automotriz (repuestos y accesorios) y Mascotas, con un 9% y 8% cada una de participación.

Frente a igual trimestre de 2023 resalta el aumento de 19 pp. en la participación de Vestuario, seguido de Accesorios y Regalos con un alza de 7 pp. Por su parte, las categorías Alimentos, Entretención (música, juegos de salón, comics, etc.) y las categorías de durables marcan bajas de entre 4 y 5 pp.



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. De esta manera, en Vestuario un 21% de las transacciones dentro de la categoría son informales, seguido de categoría Mascotas con una tasa de informalidad de 19%, luego sectores

Automotriz (repuestos, accesorios y otros), donde un 18% de las compras se estiman informales y Accesorio y Regalos donde 16% de las transacciones dentro de la categoría son informales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

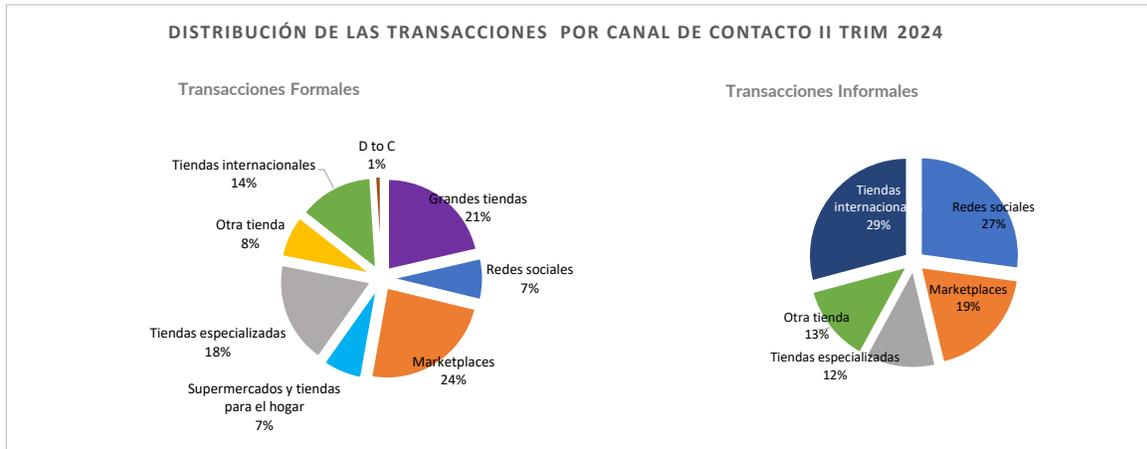
Monto gastado en compras informales

Respecto al monto gastado en compras informales durante el segundo trimestre del 2024, destaca Vestuario, donde \$23 de cada \$100 fue gasto informal, luego Mascotas con \$21 de cada \$100 y Automotriz donde \$28 de cada \$100 gastados se estima informal. Le siguen Accesorios y Regalos con \$16 de cada \$100 y Entretenimiento y Calzado donde \$14 y \$13 de cada \$100 respectivamente, se estima como gasto informal.

Informalidad según canal

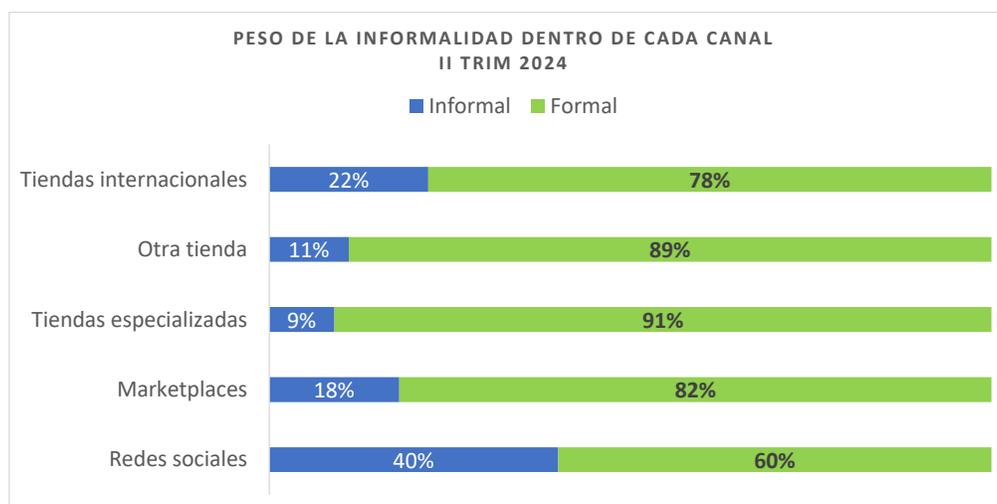
La distribución de las transacciones informales según canal de venta durante el segundo trimestre del año da cuenta que un 29% fueron en tiendas internacionales, seguido de las redes sociales con

un 27% del total y aumentando frente a igual período de 2023. Luego los Marketplace, con un 19%, marcan una menor participación que hace un año. Finalmente, un 13% proviene de otras tiendas nacionales de menor tamaño y un 12% en tiendas especializadas nacionales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar la informalidad que hay dentro de cada canal en el segundo trimestre de 2024, es decir, el peso de compras informales por canal de compra se evidencia que un 40% de las transacciones en las redes sociales son informales, muy por sobre el resto de los canales y subiendo 12 pp. respecto a igual trimestre de 2023.

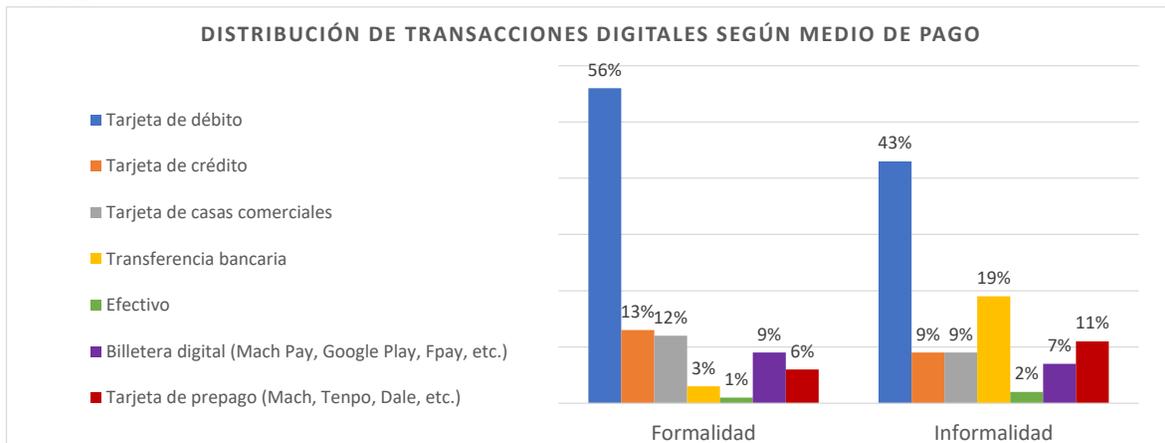


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Medio de pago

Respecto a la forma de pago en las compras informales, al igual que en las formales, la tarjeta de débito es la gran protagonista, con un 56% de participación en las transacciones formales y 43% en las informales.

Al comparar las compras formales e informales, destaca también en el escenario informal el uso de transferencias como medio de pago, alcanzando este casi un 19% de las transacciones informales y también las tarjetas de prepago con un 11% de participación versus el 6% que tienen en el universo formal.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Conclusiones

El índice de informalidad online del segundo trimestre de 2024 da cuenta que un 9,8% de las transacciones digitales son informales, resultando en \$10 de cada \$100 pesos gastados y dando un total estimado de US\$321,5 millones destinados a compras informales en canales digitales.

Destaca nuevamente el mayor crecimiento anual de las compras digitales informales versus las formales, donde el mundo digital informal crece 53% anual versus el alza de 3% en el formal. Junto con esto, preocupa la fuerte penetración que han adquirido las redes sociales en el ecosistema informal.

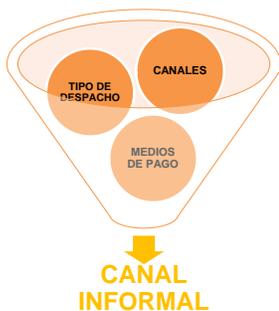
La competencia desleal entre las compras informales digitales y las formales se ha convertido en una preocupación creciente de la cual debemos hacernos cargo. Mientras que las tiendas formales deben cumplir con rigurosas normativas fiscales y de calidad, las compras informales digitales escapan a estos controles, permitiendo que vendedores sin inicio de actividades ofrezcan productos o que estén operando sin cumplir con sus obligaciones tributarias. Esta práctica no solo implica una pérdida fiscal significativa, sino que también pone en desventaja a los actores del comercio que operan legalmente, junto con afectar la calidad y seguridad de los productos adquiridos por los

consumidores, quienes pueden enfrentar riesgos por falta de garantías o condiciones de venta poco transparentes.

La brecha entre ambos tipos de comercio, que se ha incrementado debido a la fuerte penetración de las redes sociales, genera un entorno de competencia injusto, donde los estándares de regulación y protección del consumidor se ven comprometidos.

ENFOQUE METODOLÓGICO

Para aproximarnos al dimensionamiento de la informalidad en el comercio on line en Chile, se toma un conjunto de variables levantadas desde el Panel & Tracking de e-commerce de Kaweslab que permiten identificar las compras que se realizan fuera de los marcos del comercio establecido. Para la nueva medición se consideró el periodo de Abril-Junio 2024



FICHA METODOLÓGICA

MEDICIÓN TRIMESTRAL REALIZADA POR KAWESLAB

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