

Informalidad en el E-Commerce

Segundo Trimestre 2025

Desde 2019, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) ha monitoreado la evolución de la informalidad digital a través de su Índice de Informalidad en el Comercio Electrónico. Esta medición busca dimensionar el peso de las transacciones informales en el e-commerce, identificar las categorías más expuestas y visibilizar las brechas regulatorias que siguen presentes en los canales digitales.

La expansión del comercio electrónico ha generado nuevas oportunidades para los emprendedores y consumidores, pero también ha dado espacio a prácticas fuera del marco normativo, que afectan la competencia leal y reducen la recaudación fiscal. Este informe entrega los principales hallazgos del segundo trimestre de 2025 y busca aportar con evidencia al diseño de políticas públicas más eficaces para abordar este fenómeno creciente.

Principales resultados segundo trimestre 2025

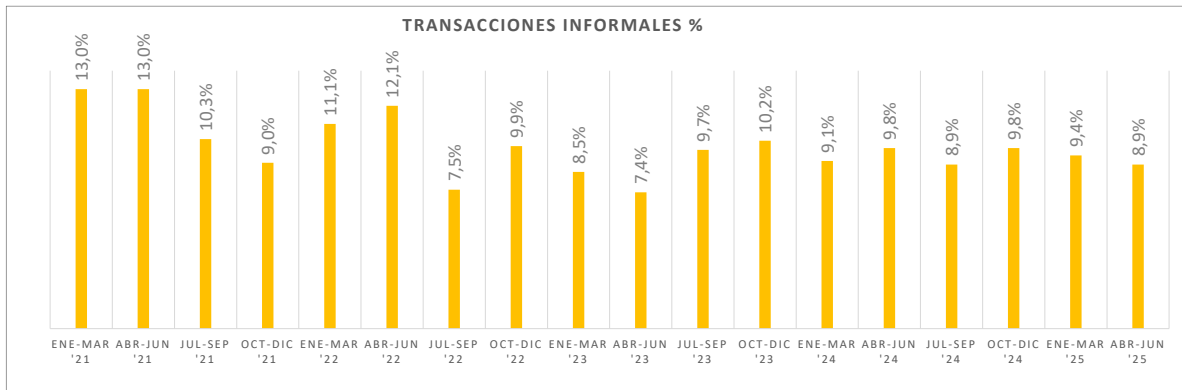
De las 7.800 encuestas realizadas a usuarios de internet durante el segundo trimestre del 2025, se determinó que un 70% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 61% de los usuarios de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet, similar a lo registrado en el primer trimestre del 2025 (69% y 63%) respectivamente y levemente inferior a igual periodo de 2024, donde un 72% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 67% de las regiones estudiadas realizaron alguna compra online.

RESULTADOS DE INFORMALIDAD DIGITAL

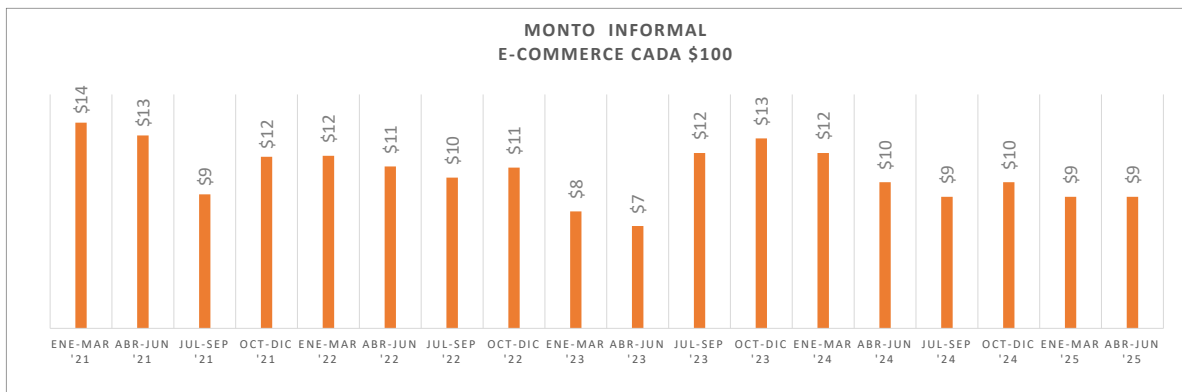
Resultados de la informalidad digital y estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

Del total de transacciones digitales en el sector retail realizadas en el segundo trimestre de 2025, un 8,9% se estima que fueron informales, con una baja marginal respecto a lo registrado en igual trimestre del año pasado. En cuanto al monto gastado, se proyecta que \$9 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad, sin mayor cambio frente al período previo.

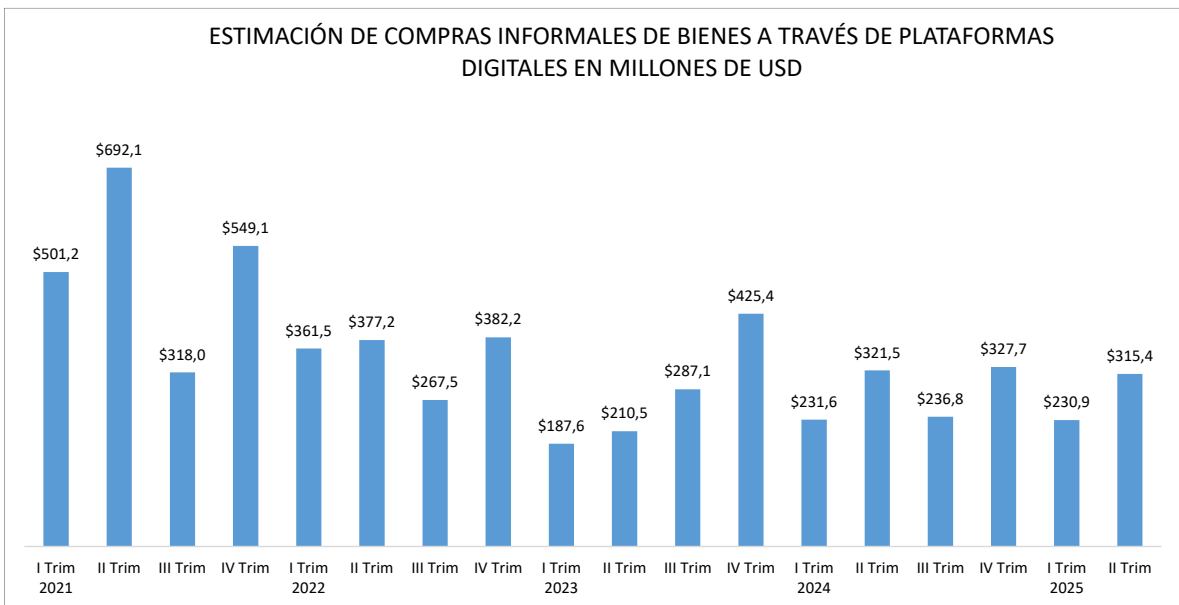
De esta manera, en el segundo trimestre de 2025 se estima que en el sector comercio (no incluye T&E y Servicios) se hicieron compras a través de plataformas digitales, nacionales e internacionales, por un total de US\$3.543,8 millones, 10% más que en 2024, de los cuales US\$315,4 millones fueron destinados a compras informales, evidenciando una baja nominal en dólares de 2% y acumulando en la primera mitad de 2025 compras informales por un monto US\$546,3 millones.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Informalidad Nacional versus Internacional

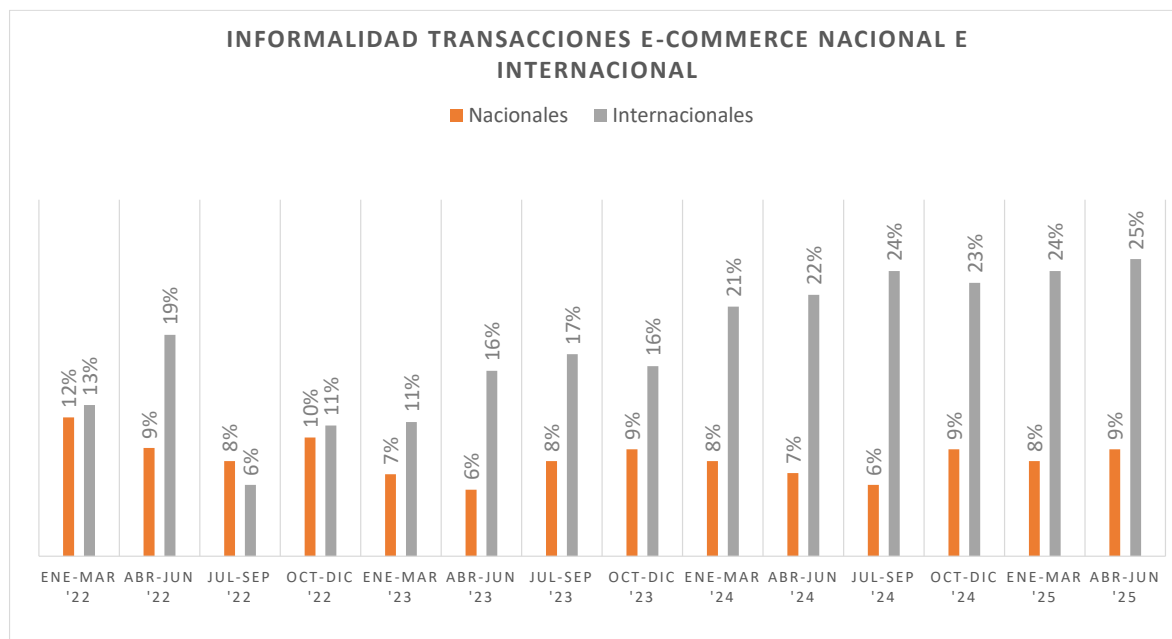
Un 9% de las transacciones en plataformas nacionales fueron informales durante el segundo cuarto de 2025, 2 pp. sobre un año atrás y 1 pp. sobre el trimestre anterior. Respecto a las transacciones internacionales, que representan un 17,9% del total, se estima que un 25% de las transacciones presentar alguna irregularidad en su entrada, mayor a lo reportado un año atrás, entendida la irregularidad como la ausencia de pago de los derechos o impuesto correspondientes en compras mayores de 41 dólares.

Al analizar el gasto informal en canales digitales, se evidencia que en el período abril-junio de 2025, \$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.

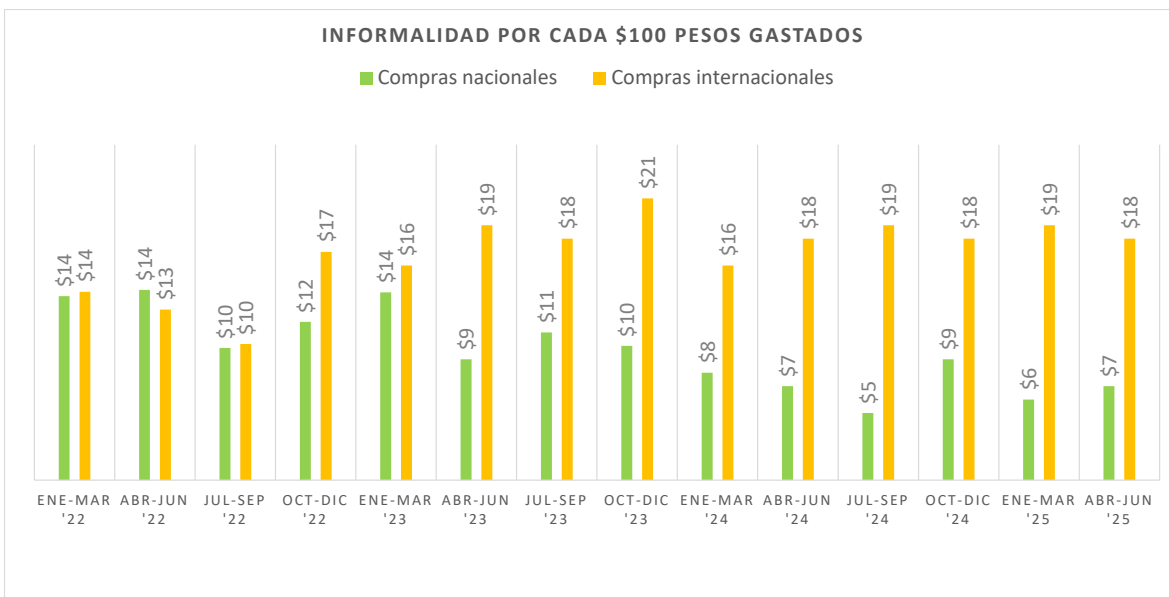
De esta manera, al analizar compras en portales o plataformas nacional versus internacionales, los resultados evidencian que durante el segundo trimestre de 2025 se gastaron US\$3.015,2 millones en portales nacionales, 9% más que en igual trimestre de 2024, donde US\$215,8 millones fueron compras informales, subiendo 11% frente a igual trimestre 2024.

Por su parte, el monto destinado a compras en portales internacionales alcanzó los US\$528,5 millones entre abril y junio de este año, 17,4% más que un año atrás, donde US\$94,7 millones se estima que serían compras que entraron con algún grado de irregularidad, subiendo un 16,9% frente al segundo trimestre 2024.

Dentro de la estimación de la informalidad internacional, el 47% de las compras corresponde a Vestuario, seguido Accesorios y Regalos con un 23%. Muchos más atrás se encuentra Calzado con un 5% de participación en la informalidad internacional.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

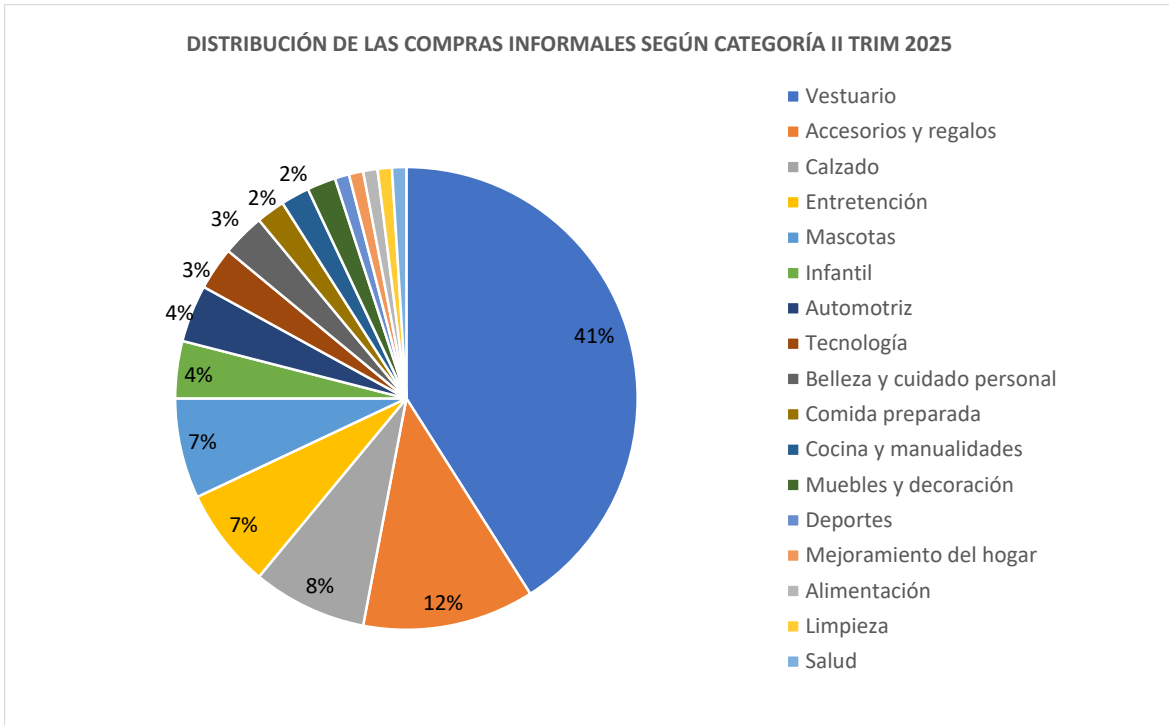


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Análisis de la informalidad por categoría

Transacciones informales

Del total de las transacciones informales a través de plataformas digitales durante el segundo trimestre del 2025, lo más demandado es Vestuario con un 41% de participación y subiendo 7 pp. frente a igual trimestre de 2024 y 4 pp. más que el primer trimestre. Luego Accesorios y Regalos representa un 12%, cayendo 4 pp. en un año, seguido de Calzado con un 8%, seguido de Artículos de Entretención y Mascotas, con un 7% cada una de participación.

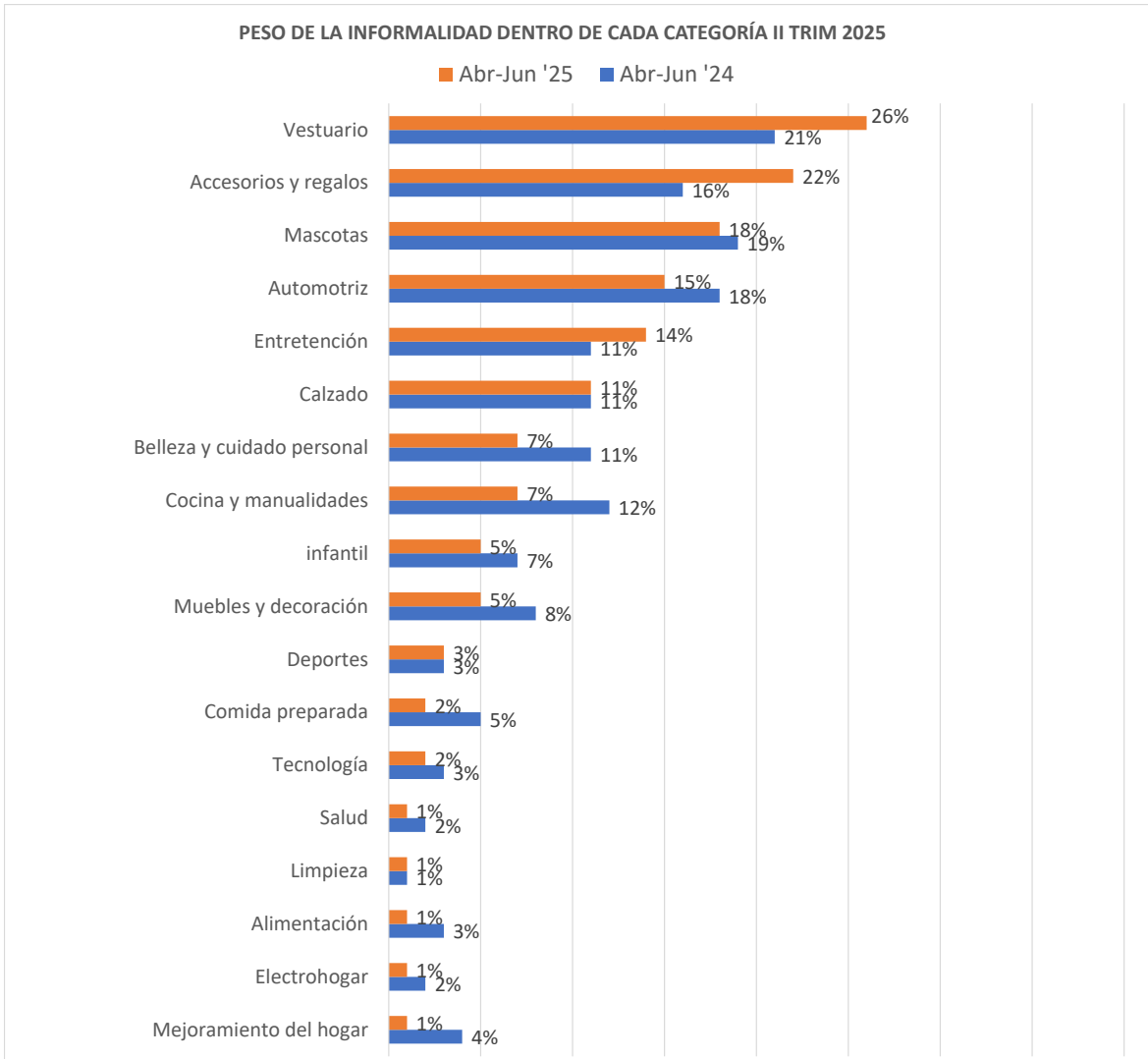


Fuente: Departamento de Estudios CNC

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 se ven alzas en las tasas de informalidad en Vestuario, Accesorios y Regalos y Artículos de Entretención, frente a igual período de 2024, mientras que los demás rubros marcan bajas de distinta magnitud.

La mayor tasa de informalidad se registra dentro de la categoría Vestuario, donde un 26% de las compras dentro de la categoría se estiman informales, 5 pp. más que un año atrás. Luego, destaca Accesorios y Regalos con 22% de informalidad dentro de la categoría, seguida de Artículos para Mascotas con un 18%, Automotriz con 15% y Entretención con 14% de informalidad en la categoría.

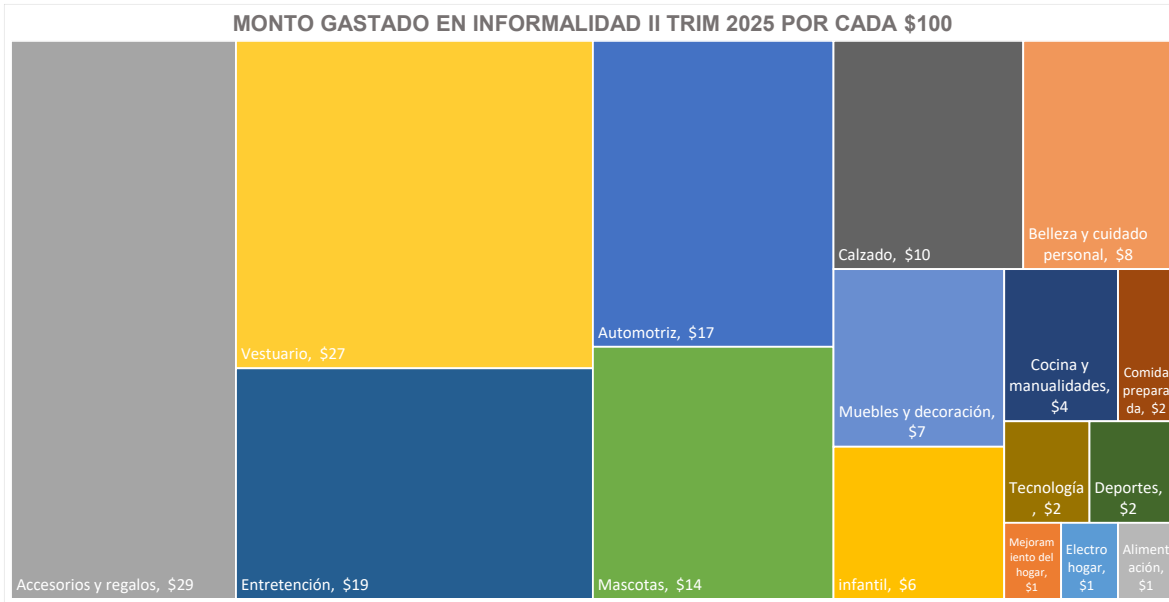
En el otro extremo, se evidencian significativas bajas de la tasa de informalidad en las categorías de Cocina y Manualidades y Belleza y Cuidado personal, con tasas de informalidad de 7% cada una.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Monto gastado en compras informales por categoría

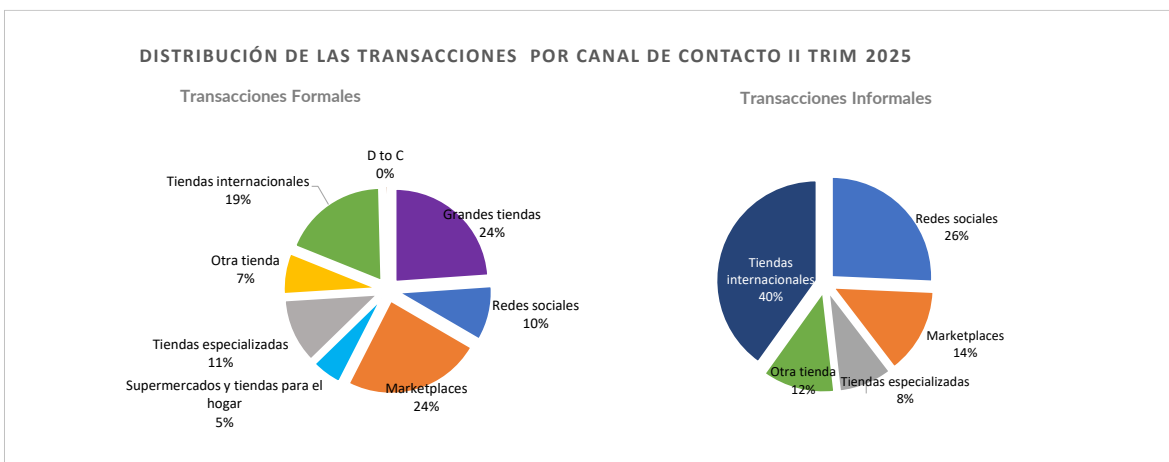
Respecto al monto gastado en compras informales durante el segundo trimestre del 2025, destaca Accesorios y Regalos donde \$29 de cada \$100 fue gasto informal y Vestuario con \$27 cada \$100, en línea con el informe del primer trimestre. Luego, Artículos de Entretención y Automotriz con \$19 y \$17 de cada \$100 de gasto informal cada uno, seguido de Mascotas donde \$14 de cada \$100 gastados se estima informal.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

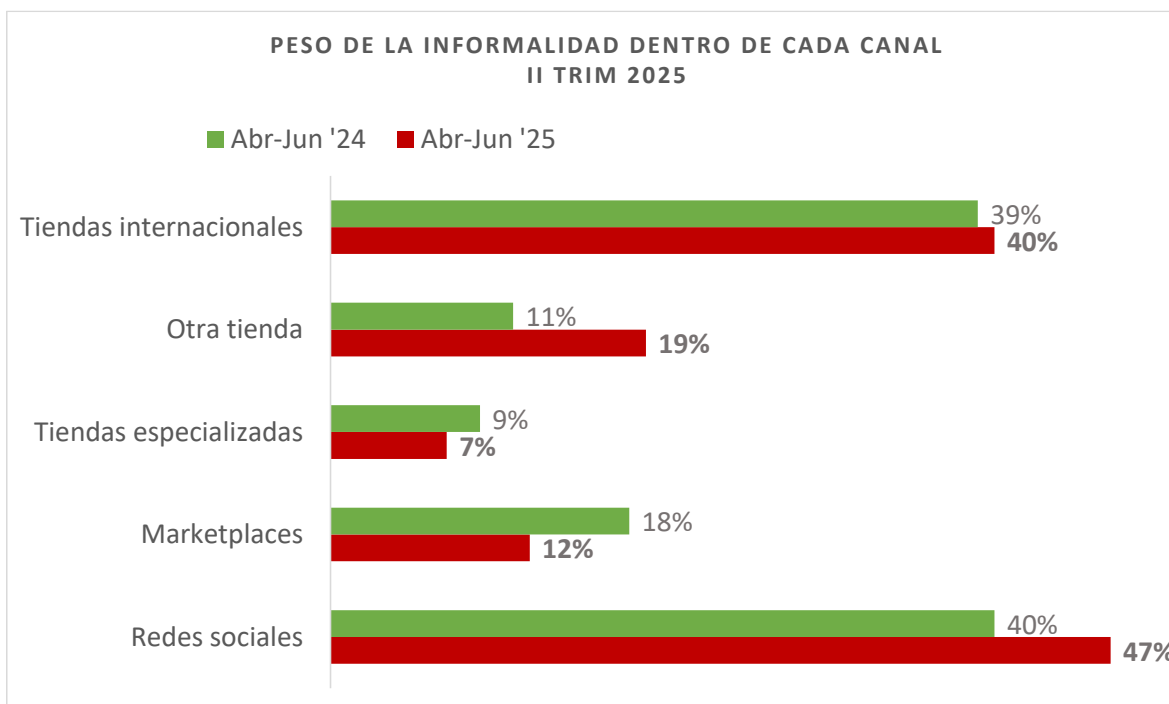
Informalidad según canal

La distribución de las transacciones informales según canal de venta durante el segundo trimestre del año está bastante en línea con el primero, dando cuenta que un 40% fueron en tiendas internacionales, seguido de las redes sociales con un 26%. Por su parte, los Marketplaces con un 14%, bajan su participación en el ecosistema informal respecto un año atrás. Luego, un 12% proviene de otras tiendas nacionales de menor tamaño y también un 8% en tiendas especializadas.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar la informalidad que hay dentro de cada canal de venta en el segundo trimestre de 2025, es decir, el peso de compras informales por canal se evidencia que un 47% de las transacciones en las redes sociales son informales, en línea con la medición anterior y 7 pp. más que hace un año. Destacan también las plataformas internacionales, donde se estima que el 40% de lo comprado ahí tiene algún grado de irregularidad en cuanto a su cumplimiento tributario al entrar al país. Por su parte, también se ve un alza en “otras tiendas nacionales” donde un 19% de las transacciones están siendo informales en cuanto a la entrega de boleta correspondiente.



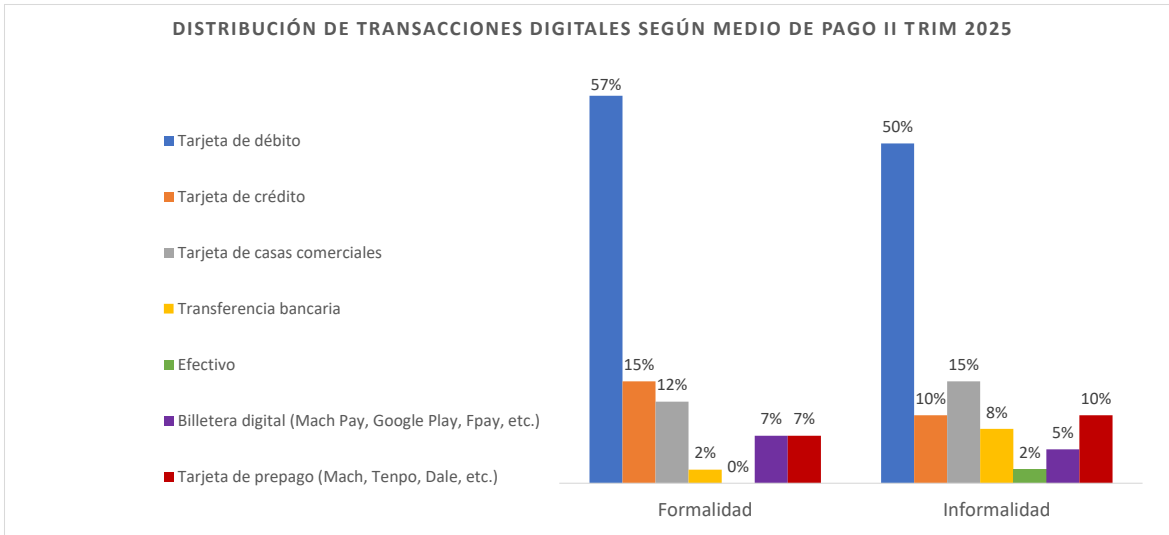
Fuente: Departamento de Estudios CNC

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 57% de participación en las transacciones formales y 50% en las informales, subiendo 7 pp. en su participación respecto a un año atrás.

Al comparar las compras formales e informales, destaca también en el escenario informal el uso de tarjetas de casas comerciales con un 15% del total, subiendo frente a mediciones anteriores.

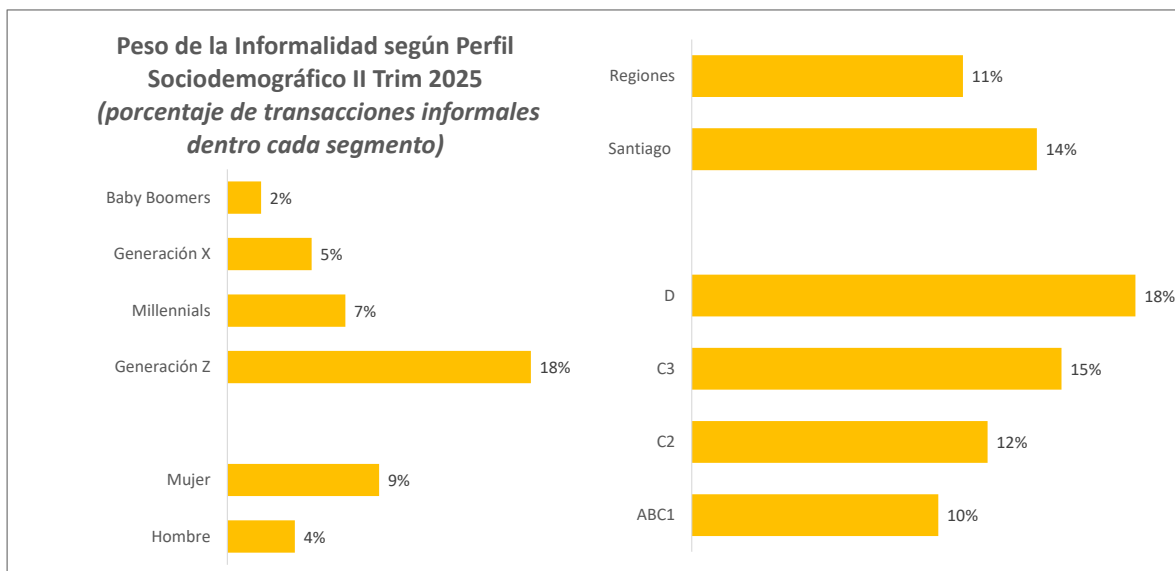
Llama la atención la caída en las transferencias bancarias en el último año, pasando de representar un 19% de las compras informales hace un año a un 8% en el segundo trimestre 2025, baja que puede estar influida por la entrada en vigor del tope a las transferencias bancarias mensuales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perfil Sociodemográfico de las compras informales

Según perfil sociodemográfico las mayores tasas de informalidad están en las mujeres y por edad aumenta en las generaciones más jóvenes, alcanzando un 18% en la generación Z. Por su parte, en Santiago la tasa de compras informales es mayor que en regiones y, por nivel socioeconómico, a menor nivel mayor es el peso de la informalidad, llegando a 18% en las compras del nivel socioeconómico D, aumentando de esta manera la tasa de informalidad en los niveles más bajos comparado con un año atrás.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Conclusiones

Los resultados del segundo trimestre de 2025 muestran que la informalidad en el comercio electrónico sigue siendo un fenómeno persistente y heterogéneo, con leves variaciones frente al año anterior. Si bien la tasa global se mantiene en torno al 9% de las transacciones, el monto destinado a compras informales asciende a más de US\$ 315 millones en el trimestre, lo que confirma la magnitud de esta economía paralela y su impacto en la recaudación y en la competencia formal.

Al diferenciar entre canales nacionales e internacionales se observa un aumento en la incidencia de compras con algún grado de irregularidad en ambos frentes respecto a un año atrás. En el mercado local, las redes sociales consolidan su rol como el espacio más expuesto, con casi la mitad de sus transacciones en la informalidad, mientras que, en el ámbito internacional, cuatro de cada diez compras presentan algún incumplimiento tributario. Estos resultados reflejan la necesidad de fortalecer la fiscalización en las plataformas digitales y, sobre todo, de diseñar mecanismos regulatorios acordes a las nuevas dinámicas del comercio online.

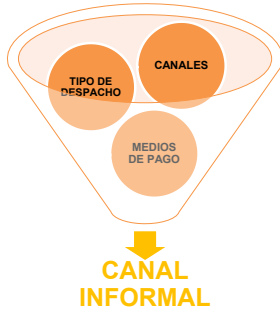
En términos de categorías, vestuario lidera con claridad tanto en número de transacciones informales como en gasto, seguido por accesorios, artículos de entretenimiento y el segmento automotriz. Este patrón muestra que los bienes de consumo masivo y de alta rotación continúan siendo los más propensos a operar en la informalidad, reforzando la idea de que la decisión de compra no solo responde a factores de precio, sino también a disponibilidad, flexibilidad en la entrega y escasa exigencia de formalidad por parte de los consumidores.

Finalmente, el análisis sociodemográfico confirma que la informalidad digital tiene mayor incidencia en mujeres, jóvenes y en los niveles socioeconómicos más bajos, lo que revela un componente de acceso y de costo de oportunidad en la decisión de compra. De esta manera, los desafíos no solo pasan por un marco institucional más sólido, sino también por políticas que mejoren el acceso a la formalidad de microemprendedores digitales y campañas de educación al consumidor que visibilicen los costos de optar por transacciones fuera del marco normativo.

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 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-mayo 2025.



FICHA METODOLÓGICA

FICHA METODOLÓGICA MEDICIÓN TRIMESTRAL 4600 CASOS SANTIAGO Y 3200 CASOS REGIONES REGIONES: IQUIQUE, ANTOFAGASTA, LA SERENA / COQUIMBO, VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR, RANCAGUA, GRAN CONCEPCIÓN, TEMUCO y PUERTO Montt. HOMBRES Y MUJERES 18 A 75 AÑOS - ABC1, C2, C3 Y D MARGEN DE ERROR 2,1% EN SANTIAGO Y 2,2% REGIONES