

Informalidad en el E-Commerce

Primer 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.

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.

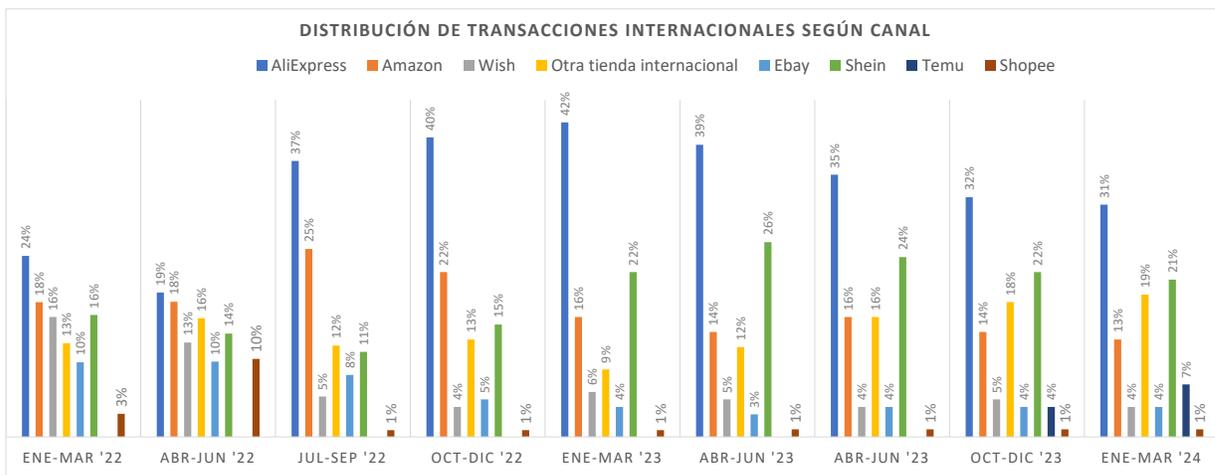
Principales resultados primer trimestre 2024

De las 4.100 encuestas realizadas a usuarios de internet durante el primer trimestre del 2024, se determinó que un 70% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 68% de los usuarios de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet, cifras similares a lo registrado en el cuarto trimestre del 2023 (72% y 69% respectivamente) y mayor a lo registrado en igual trimestre de 2023, donde un 62% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 53% 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 primer trimestre de 2024 un 17,4% de las transacciones, subiendo 1,1 puntos porcentuales (pp) respecto al período anterior y 5,5 pp. por sobre el primer trimestre del 2023. En cuanto al monto, \$14 de cada \$100 fueron destinados a compras en plataformas extranjeras bastante en línea con el resultado del último trimestre de 2023 (\$13 de cada \$100) y sobre los \$11 marcados en igual período del año pasado.

Las plataformas internacionales más usadas durante el primer trimestre de este año por los chilenos fueron AliExpress con un 31% de las transacciones seguido de Shein con un 21%. Luego, Amazon con 13% y otras tiendas internacionales con una participación de 19%, todas participaciones bastante en línea con el último cuarto de 2023. Por su parte, Temu continúa creciendo y alcanza un 7% de participación. Por último, Wish y Ebay alcanzan un 4% de participación respectivamente.



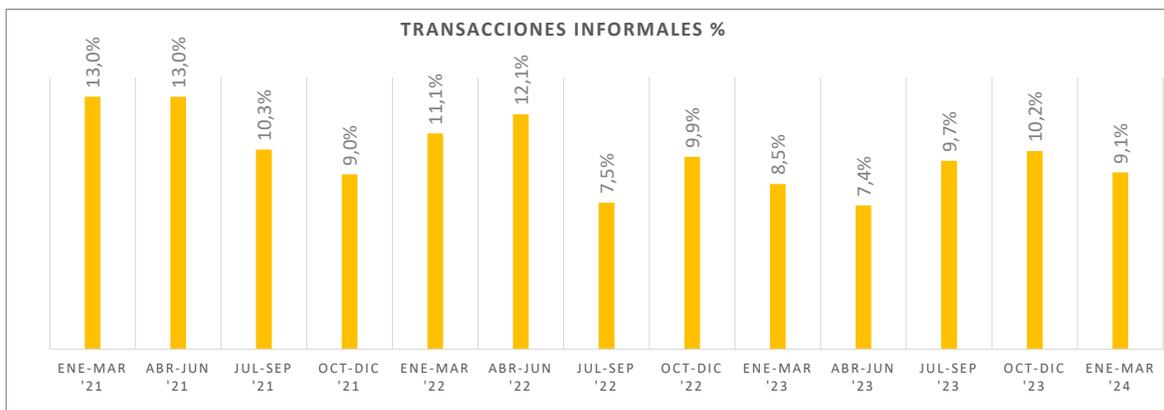
Fuente: Departamento de Estudios CNC

RESULTADOS DE INFORMALIDAD DIGITAL

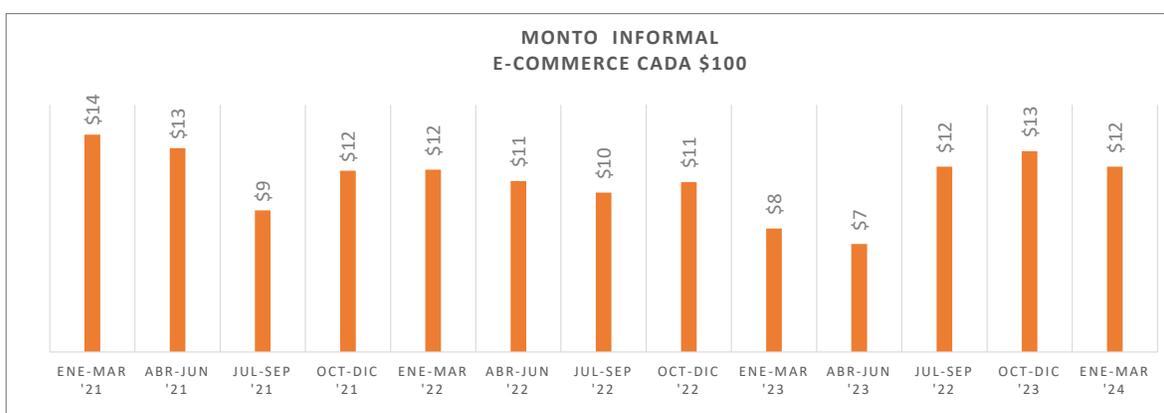
Resultados de la informalidad digital y estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

Del total de transacciones digitales en el sector retail realizadas en el primer trimestre de 2024, un 9,1% fueron informales, subiendo marginalmente respecto de lo reportado en igual trimestre del año pasado. En cuanto al monto gastado, se evidencia que \$12 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad marcando un alza de 50% frente a lo reportado en el primer trimestre de 2023.

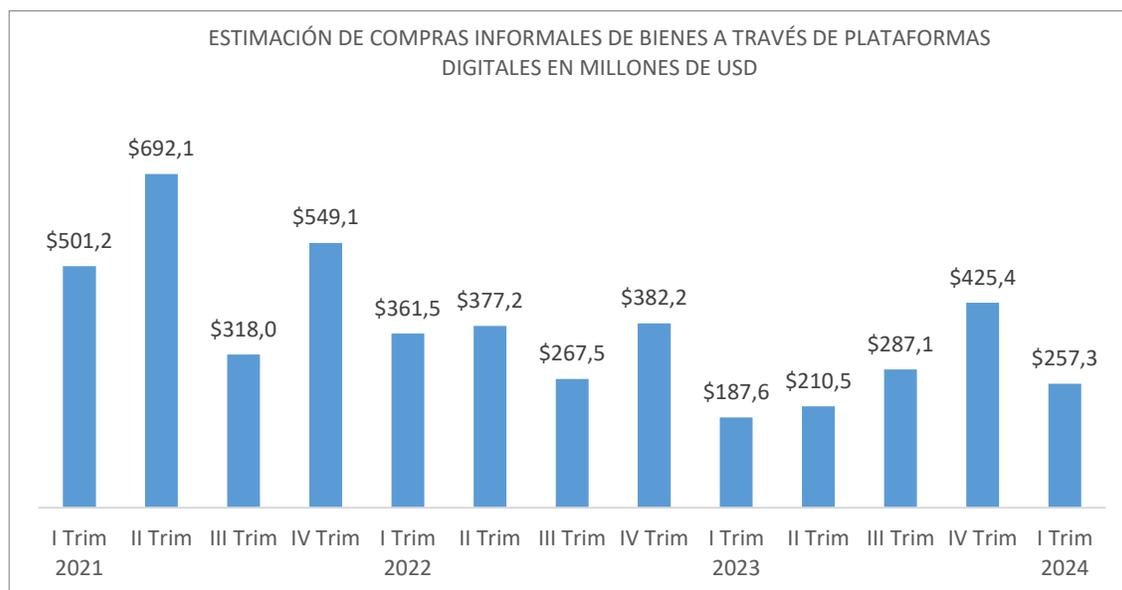
De esta manera, en el primer trimestre de 2024 se estima que en el sector comercio (no incluye T&E y Servicios) se hicieron compras a través de plataformas digitales, nacionales e internacionales, por un total de US\$2.144 millones de los cuales US\$257,3 millones fueron destinados a compras informales, evidenciando un alza nominal, descontando efecto tipo de cambio, de 28%, mientras que las compras formales aumentaron un 11%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

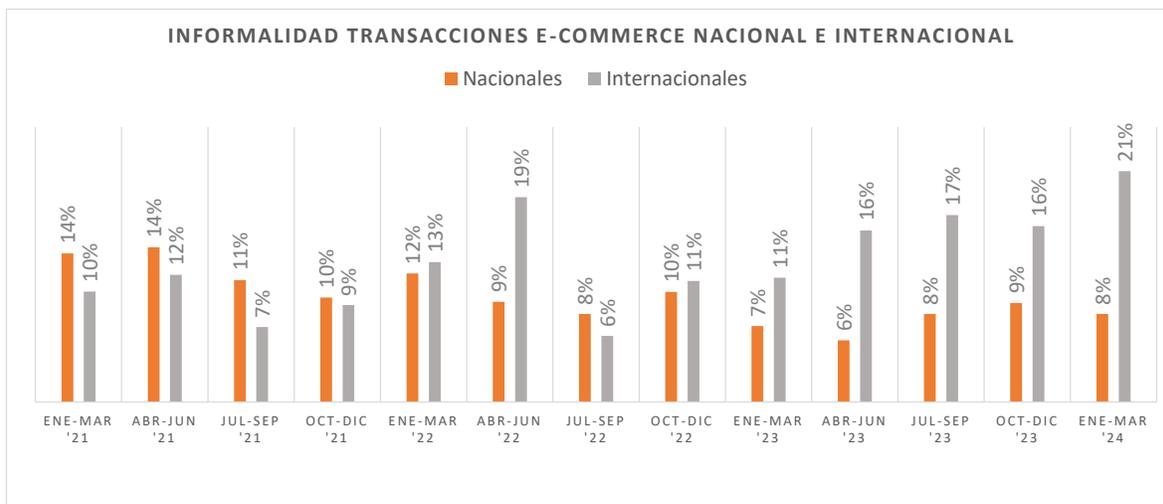
Informalidad en canales nacionales versus internacionales

Un 8% de las transacciones en plataformas nacionales fueron informales durante el primer cuarto de 2024 y respecto a las transacciones internacionales, se estima que un 21% de las transacciones presentar alguna irregularidad en su entrada, entendida la irregularidad como la ausencia de pago de los derechos o impuesto en compras mayores de 41 dólares.

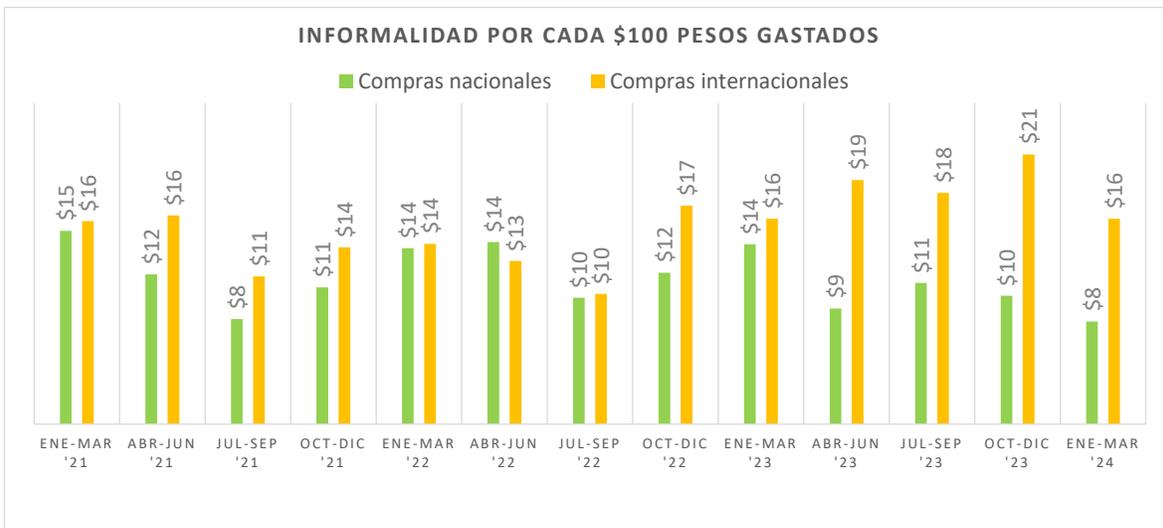
Al analizar el gasto informal en canales digitales, se evidencia que en el período enero-marzo de 2024, \$8 de cada \$100 fueron compras informales en canales nacionales y en los canales internacionales \$16 de cada \$100 gastados se estiman con alguna irregularidad.

De esta manera, al analizar compras en portales o plataformas nacional versus internacionales, los resultados evidencian que durante el primer trimestre de 2024 se gastaron US\$1.844,2 millones en portales nacionales, donde US\$147,5 millones fueron compras informales.

Por su parte, el monto destinado a compras en portales internacionales alcanzó los US\$300,2 millones entre enero y marzo de este año, donde US\$48 millones se estima que serían compras que entraron con algún grado de irregularidad.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



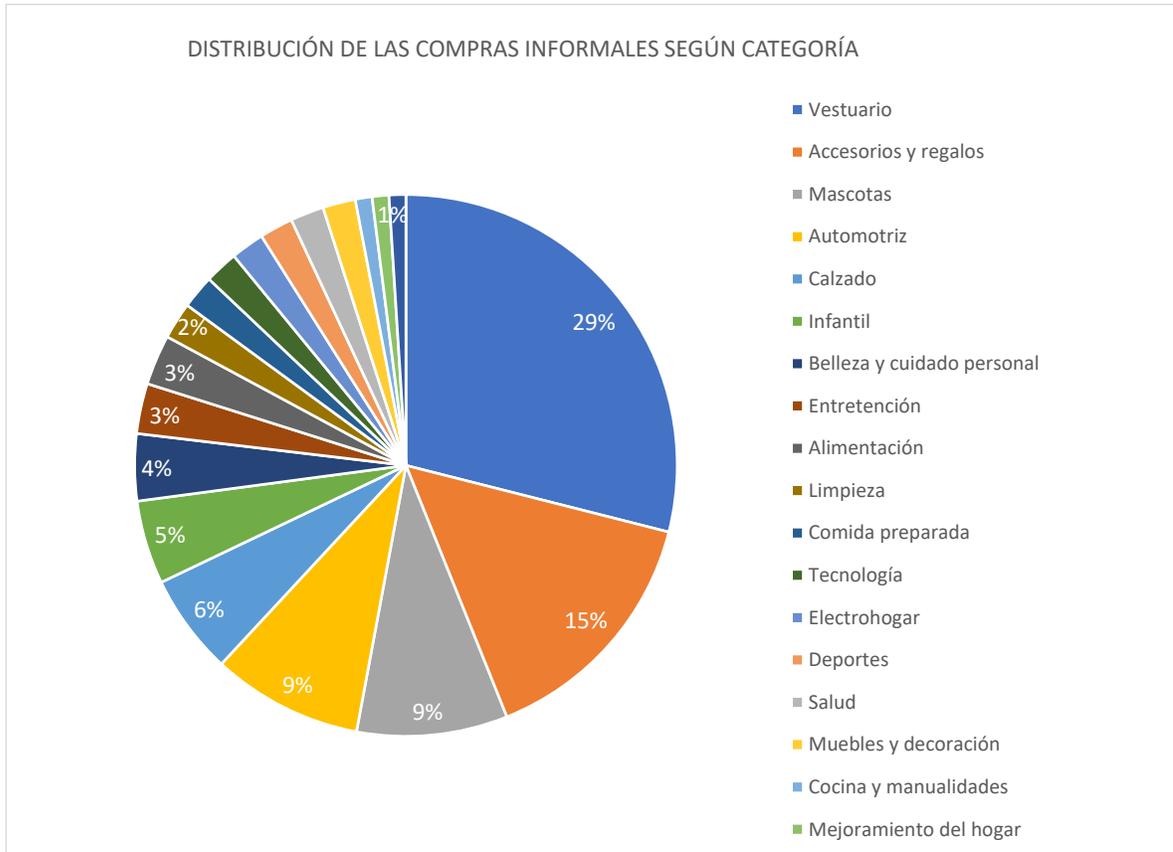
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Análisis de la informalidad por categoría

Transacciones informales

Del total de las transacciones informales a través de plataformas digitales durante el primer trimestre del 2024, lo más demandado es Vestuario con un 29% de participación y subiendo 21 pp. frente a igual trimestre de 2023. Luego Accesorios y Regalos representa un 15%, subiendo 10 pp. en un año, seguido de las categorías Mascotas y Automotriz (repuestos y accesorios) con un 9% cada una de participación. En el otro extremo, Comida Preparada cae en 15 pp. al comparar con el primer trimestre de 2023, alcanzando una participación de 2%.

Frente al último cuarto del 2023 resalta también el aumento en la participación de Vestuario, mientras que es la categoría Entretención (música, juegos de salón, comics, etc.) la que refleja una caída más significativa.

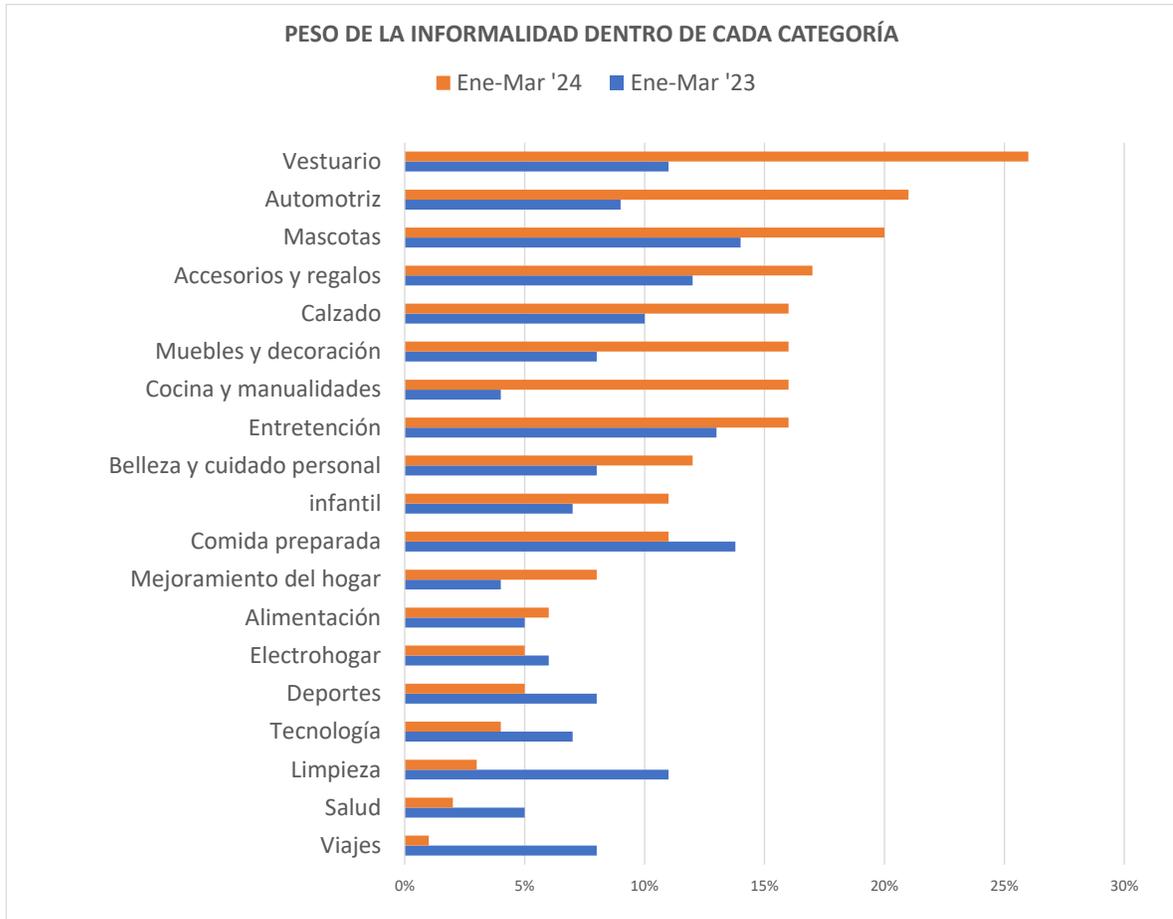


Fuente: Departamento de Estudios CNC

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 2023, destacando los incrementos en Vestuario, Automotriz y Cocina y Manualidades.

De esta manera, en Vestuario un 26% de las transacciones dentro de la categoría son informales, 15 pp. sobre lo marcado un año atrás; luego la categoría Mascotas con una tasa de informalidad de 21%, seguido de sectores Automotriz (repuestos, accesorios y otros), donde un 19% de las compras se estiman informales.

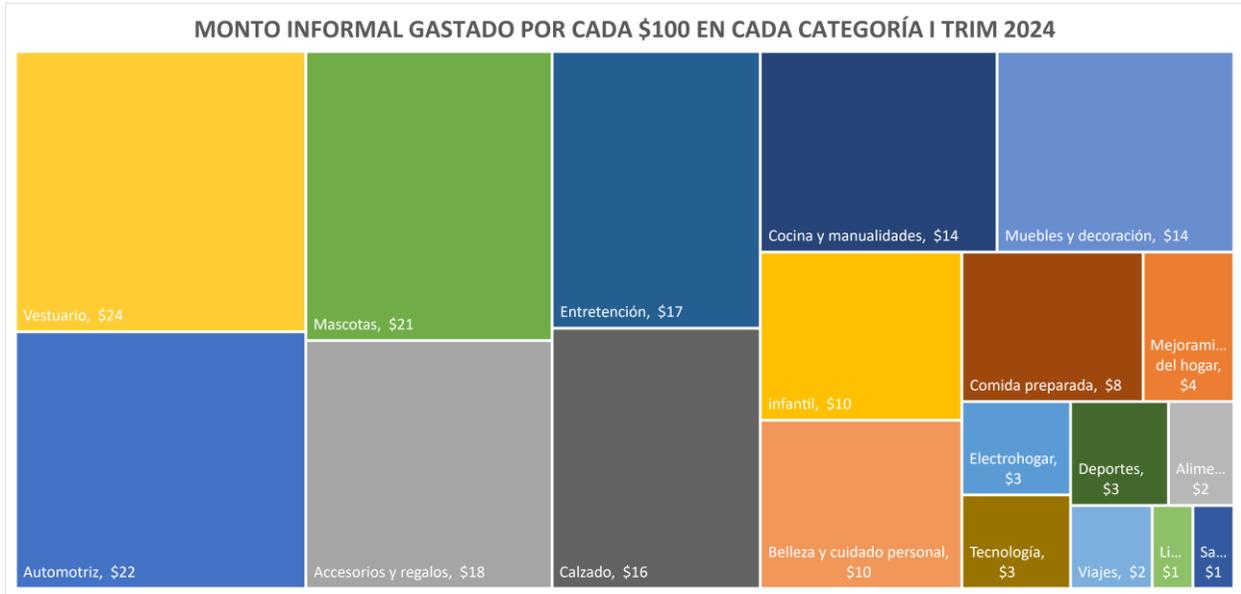
En el otro extremo cae la tasa de informalidad en las categorías de Limpieza y Artículos de Viaje.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Monto gastado en compras informales

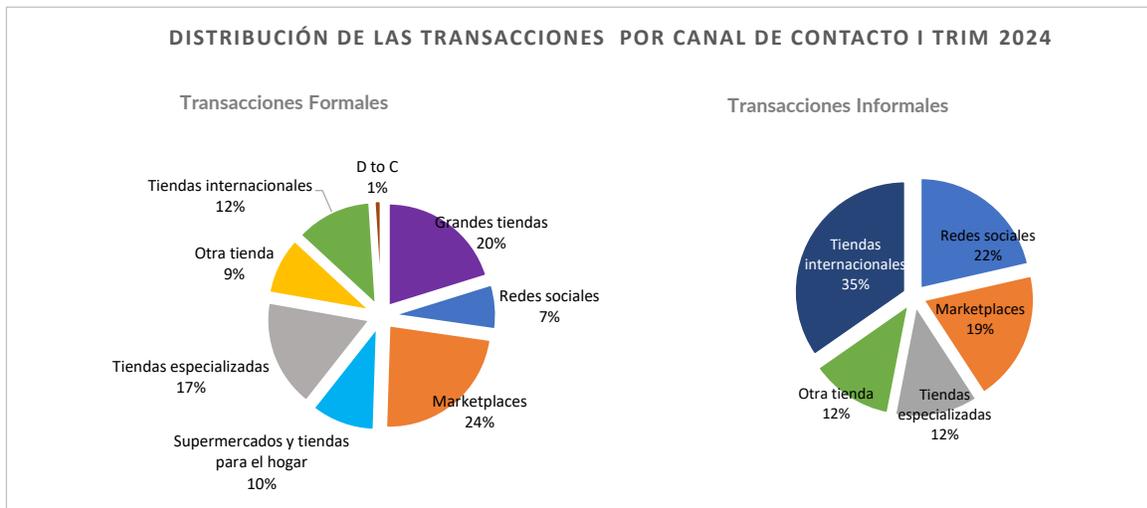
Respecto al monto gastado en compras informales durante el primer trimestre del 2024, destaca Vestuario, donde \$24 de cada \$100 fue gasto informal, aumentando fuertemente frente al año anterior y luego Automotriz con \$22 de cada \$100 y Mascotas donde \$21 de cada \$100 gastados se estima informal. Luego siguen Accesorios y Regalos con \$18 de cada \$100, seguido de Entretención y Calzado donde \$17 y \$16 de cada \$100 se estima como gasto informal.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

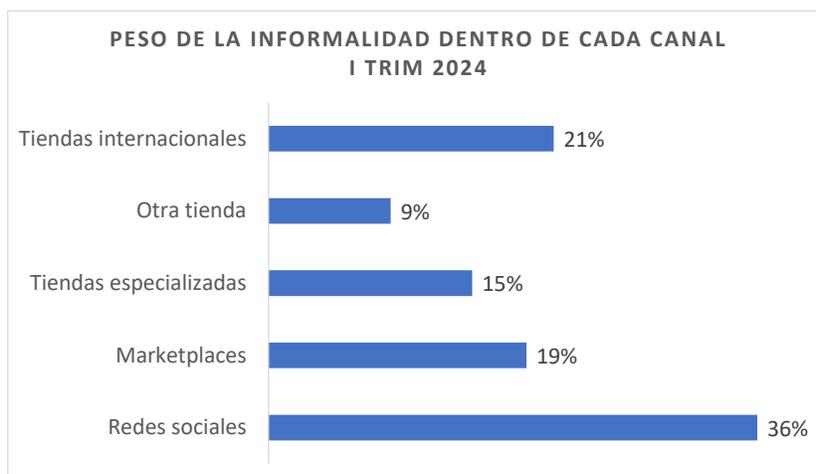
Informalidad según canal

La distribución de las transacciones informales según canal de venta durante el primer trimestre del año da cuenta que un 35% fueron en tiendas internacionales, seguido de las redes sociales con un 22% y los marketplace con un 19%. Luego, un 12% proviene de otras tiendas nacionales de menor tamaño y también un 12% en tiendas especializadas subiendo estas 5 pp. su participación en las transacciones informales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar la informalidad que hay dentro de cada canal en el primer trimestre de 2024, es decir, el peso de compras informales por canal de compra, se evidencia que un 36% de las transacciones en las redes sociales son informales, subiendo 10 pp. respecto al igual trimestre de 2023.

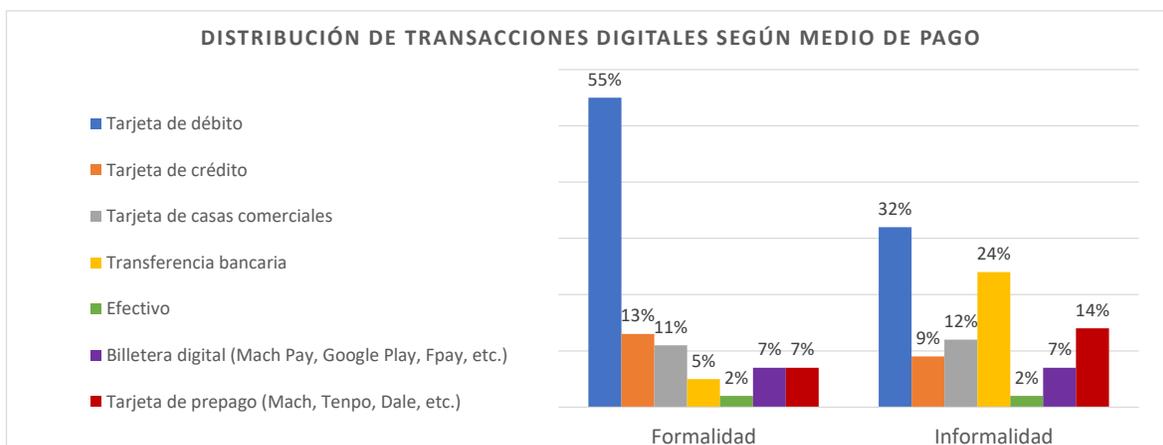


Fuente: Departamento de Estudios CNC

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 55% de participación en las transacciones formales y 32% 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 cuarto de las transacciones informales y también las tarjetas de prepago con un 14% de participación versus el 7% que tienen en el universo formal.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Conclusiones

El índice de informalidad online del primer trimestre de 2024 da cuenta que un 9,1% de las transacciones digitales son informales, resultando en \$12 de cada \$100 pesos gastados y dando un total de US\$257,3 millones destinados a compras informales en canales digitales.

Destaca el mayor aumento anual de las compras digitales informales versus las formales, donde el mundo digital informal crece más del doble de lo que lo hace el formal, tema que llama a preocuparse, y a ocuparse, si queremos tener una competencia justa en el sector.

Junto a esto, se ve también un fuerte aumento en las compras totales en plataformas internacionales, de 42%, dando cuenta de la rápida penetración que han tenido en el consumidor chileno estas plataformas, sobre todo las asiáticas, debido principalmente a los bajos precios que ofrecen. Dentro del total de estas compras internacionales, se estima que un 16% de las transacciones presentar alguna irregularidad en su entrada. Entendida la irregularidad como la ausencia de pago de los derechos o impuestos en aquellas compras mayores a 41 dólares.

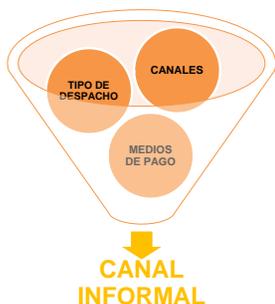
La informalidad digital en el comercio viene dada por vendedores que nunca han realizado inicio de actividades, donde es muy fuerte la venta a través de redes sociales, pero también está presente en comercios que, si bien son formales en el sentido que tienen iniciación de actividades ante el SII, no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

Los resultados de este estudio dan cuenta de los altos niveles de informalidad digital que existen en Chile, una realidad que es necesario controlar ya que no solo implica una competencia desleal hacia el comercio que cumple las reglas del juego, sino que implica también una tremenda pérdida fiscal.

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 Enero-Marzo 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