

Informalidad en el E-Commerce

Primer 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 primer trimestre de 2025 y busca aportar con evidencia al diseño de políticas públicas más eficaces para abordar este fenómeno creciente.

Principales resultados primer trimestre 2025

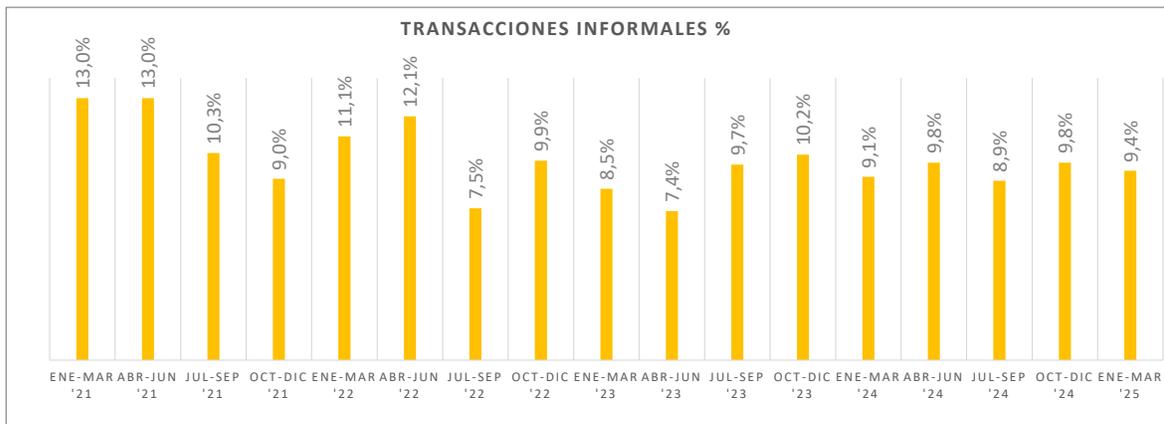
De las 7.800 encuestas realizadas a usuarios de internet durante el primer trimestre del 2025, se determinó que un 69% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 63% de los usuarios de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet, menor a lo registrado en el cuarto trimestre del 2024 (73% y 69% respectivamente) y algo similar a igual periodo de 2024, donde un 70% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 68% de las regiones estudiadas realizaron alguna compra online.

RESULTADOS DE INFORMALIDAD DIGITAL

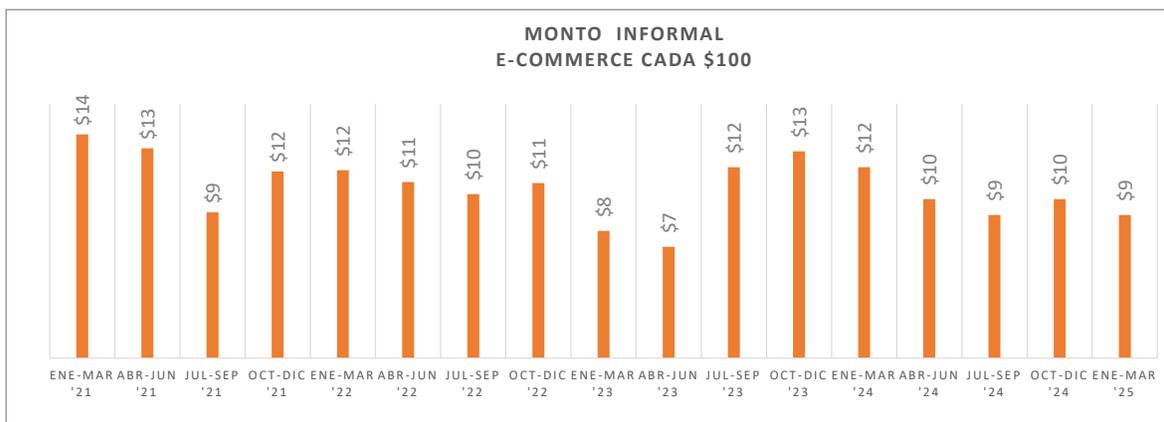
Resultados de la informalidad digital y estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

Del total de transacciones digitales en el sector retail realizadas en el primer trimestre de 2025, un 9,4% se estima que fueron informales, en línea respecto de lo reportado en igual trimestre del año pasado. En cuanto al monto gastado, se proyecta que \$9 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad.

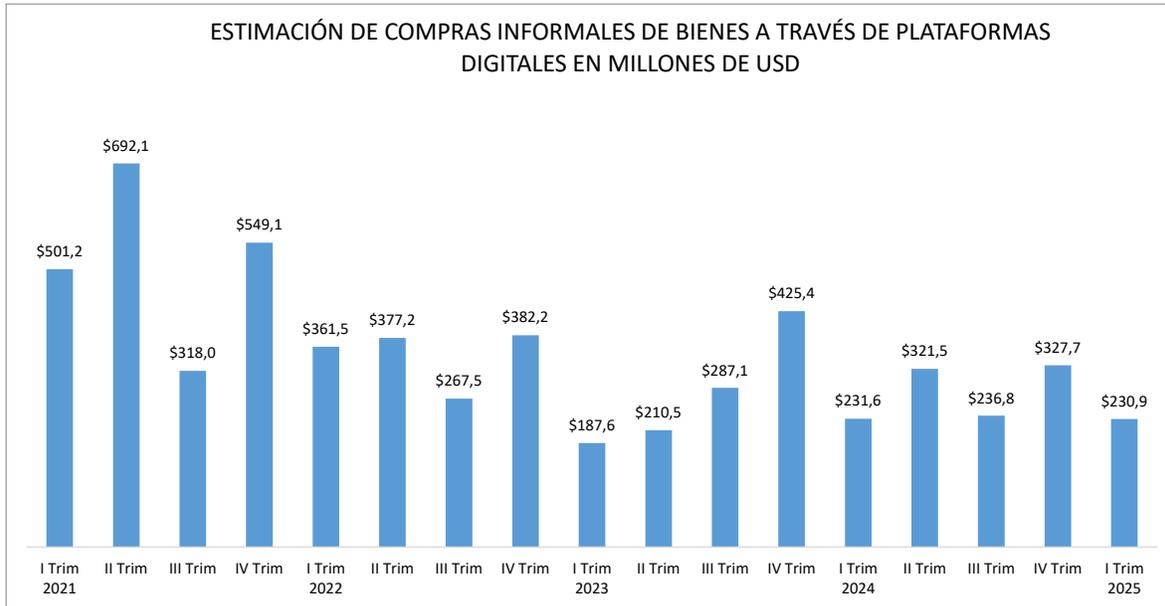
De esta manera, en el primer trimestre de 2025 se estima que en el sector comercio (no incluye T&E y Servicios) se hicieron compras a través de plataformas digitales, nacionales e internacionales, por un total de US\$2.308,7 millones, 7% más que en 2024, de los cuales US\$230,9 millones fueron destinados a compras informales, evidenciando una baja marginal nominal en dólares de 0,3%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Informalidad Nacional versus Internacional

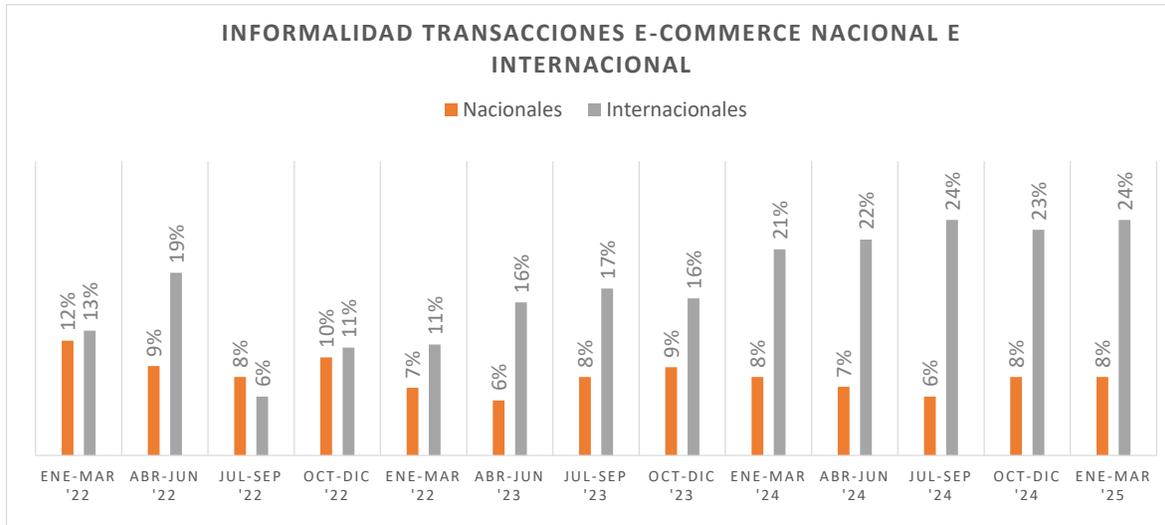
Un 8% de las transacciones en plataformas nacionales fueron informales durante el primer cuarto de 2025, sin variación anual ni trimestral y, respecto a las transacciones internacionales, que representan un 17% del total, se estima que un 24% de las transacciones presentar alguna irregularidad en su entrada, mayor a lo reportado un año atrás, entendida la irregularidad como la ausencia de pago de los derechos o impuesto en compras mayores de 41 dólares.

Al analizar el gasto informal en canales digitales, se evidencia que en el período enero-marzo de 2025, \$6 de cada \$100 fueron compras informales en canales nacionales y en los canales internacionales \$19 de cada \$100 gastados se estiman con alguna irregularidad.

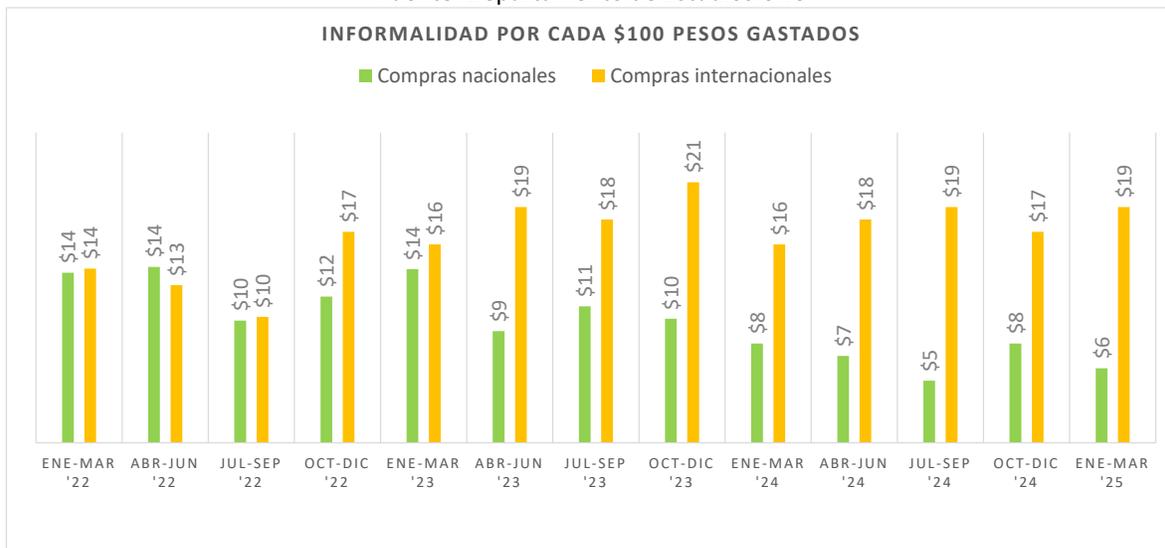
De esta manera, al analizar compras en portales o plataformas nacional versus internacionales, los resultados evidencian que durante el primer trimestre de 2025 se gastaron US\$1.963,5 millones en portales nacionales, 6% más que en igual trimestre de 2024, donde US\$155,7 millones fueron compras informales, cayendo 9% frente a igual trimestre 2024.

Por su parte, el monto destinado a compras en portales internacionales alcanzó los US\$345,2 millones entre enero y marzo de este año, 15% más que un año atrás, donde US\$66,2 millones se estima que serían compras que entraron con algún grado de irregularidad, subiendo un 31% frente al primer trimestre 2024.

Dentro de la estimación de la informalidad internacional, el 44% de las compras corresponde a Vestuario, seguido de Belleza y Cuidado Personal con un 21%. Muchos más atrás se encuentra Calzado con un 6%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



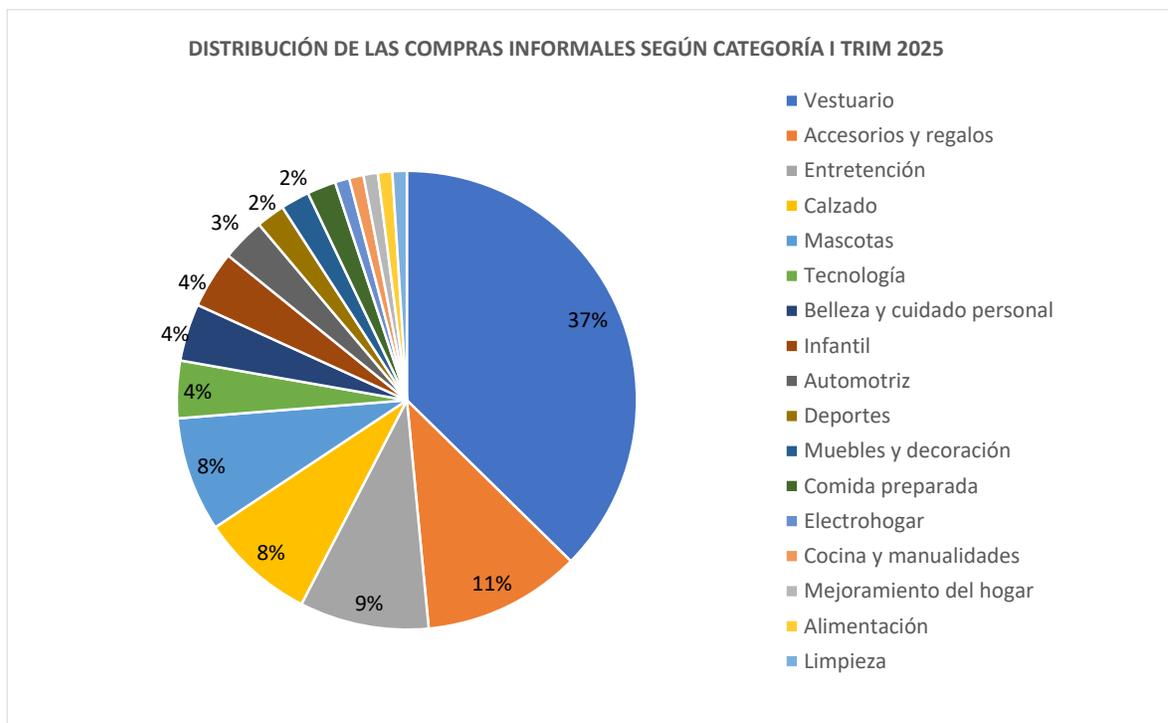
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Análisis de la informalidad por categoría

Transacciones informales

Del total de las transacciones informales a través de plataformas digitales durante el primer trimestre del 2025, lo más demandado es Vestuario con un 37% de participación y subiendo 8 pp.

frente a igual trimestre de 2024. Luego Accesorios y Regalos representa un 11%, cayendo 4 pp. en un año, seguido de las categorías Artículos de Entretención con 9%, 6 pp. más que hace un año, Calzado y Mascotas con un 8% cada una de participación, sin mayor cambio frente a 2024.

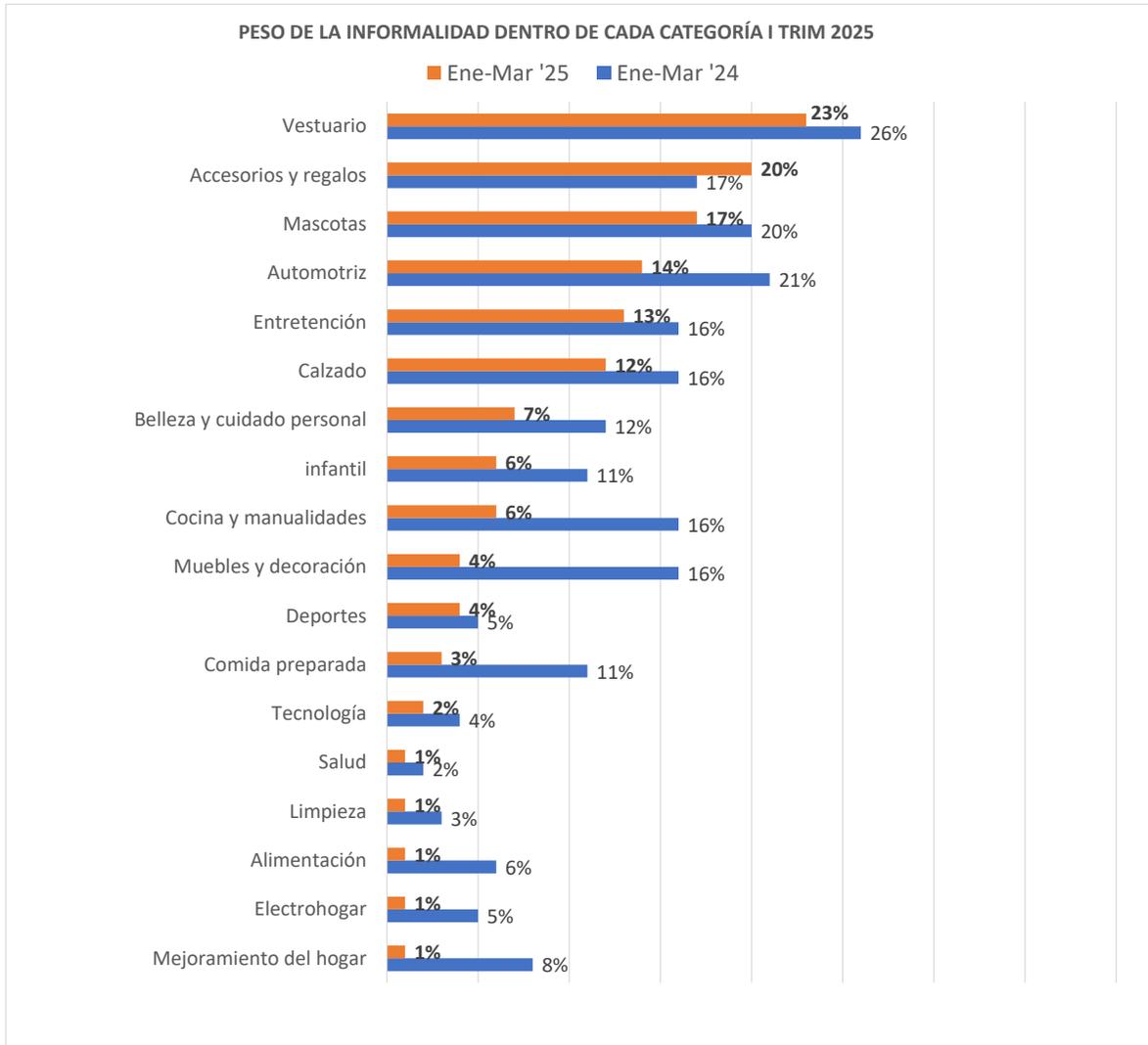


Fuente: Departamento de Estudios CNC

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 baja su tasa de informalidad frente a igual período de 2024, destacando solo el alza en Accesorios y Regalos, que alcanza un 10% de informalidad.

Por su parte, pese a haber caído levemente, la mayor tasa de informalidad se registra en Vestuario, donde un 23% de las compras dentro de la categoría se estiman informales. Luego, destaca la categoría de Mascotas con 17% de informalidad, seguida de Automotriz y Entretención con 14% y 13% respectivamente.

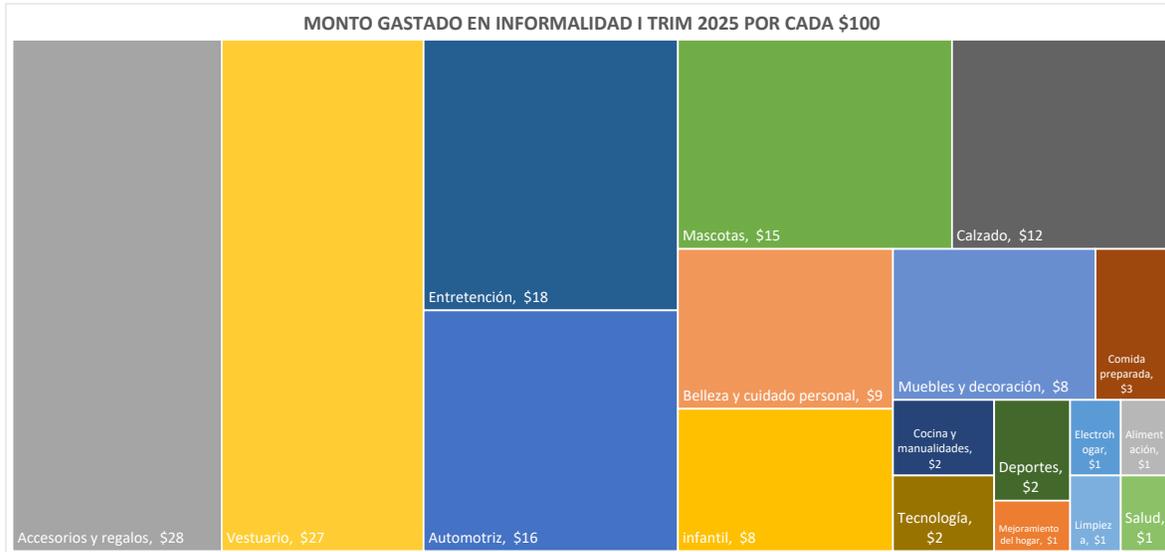
En el otro extremo, se evidencian significativas bajas de la tasa de informalidad en las categorías de Cocina y Manualidades, Muebles y decoración, Comida Preparada, Mejoramiento del Hogar y Automotriz (repuestos y accesorios).



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Monto gastado en compras informales

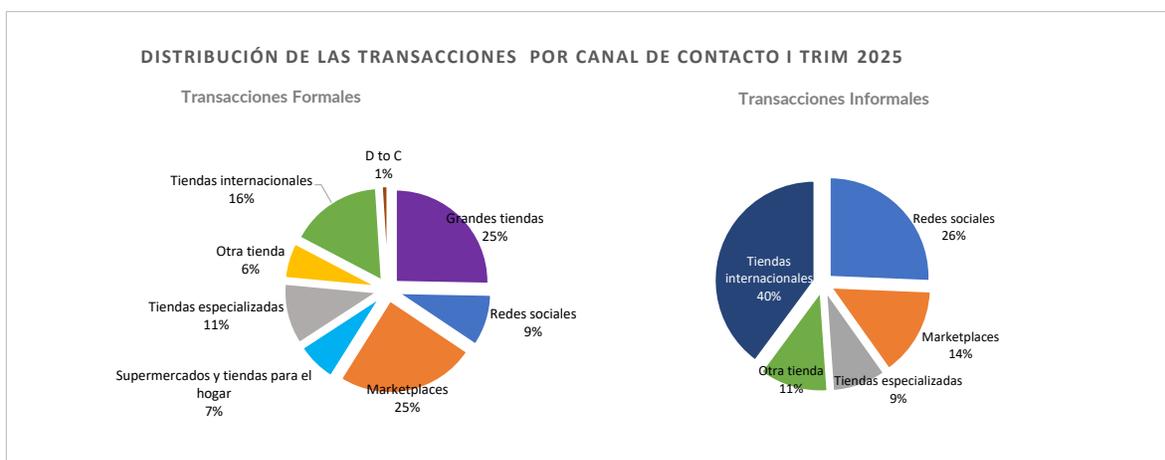
Respecto al monto gastado en compras informales durante el primer trimestre del 2025, destaca Accesorios y Regalos donde \$28 de cada \$100 fue gasto informal y Vestuario con \$27 cada \$100, aumentando ambos frente al año anterior. Luego, Artículos de Entretención y Automotriz con \$18 y \$16 de cada \$100 de gasto informal cada uno, seguido de Mascotas donde \$15 de cada \$100 gastados se estima informal.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

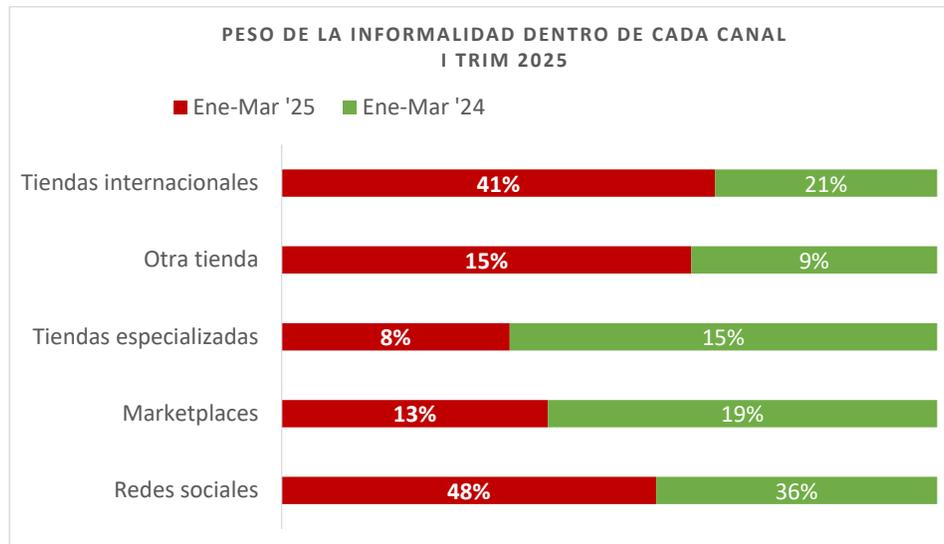
Informalidad según canal

La distribución de las transacciones informales según canal de venta durante el primer trimestre del año, da cuenta que un 40% fueron en tiendas internacionales, seguido de las redes sociales con un 26%, ambos canales subiendo respecto a la medición anterior. Por su parte, los Marketplaces con un 14%, bajan su participación en el ecosistema informal. Luego, un 11% proviene de otras tiendas nacionales de menor tamaño y también un 9% en tiendas especializadas.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar la informalidad que hay dentro de cada canal de venta en el primer trimestre de 2025, es decir, el peso de compras informales por canal, se evidencia que un 48% de las transacciones en las redes sociales son informales, subiendo nuevamente frente a la medición anterior y 12 pp. más que hace un año. Destaca también el alza en las plataformas internacionales, donde se estima que el 41% de lo comprado ahí tiene algún grado de irregularidad.



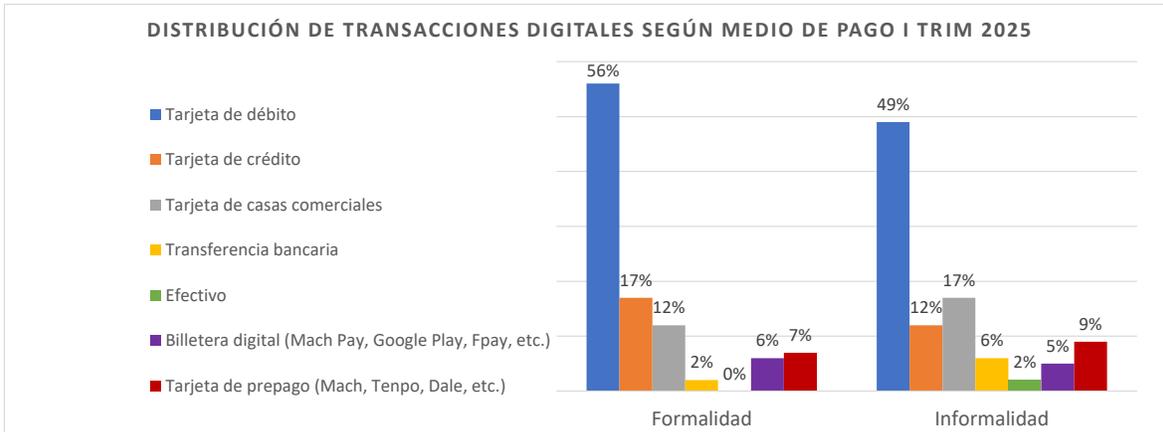
Fuente: Departamento de Estudios CNC

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 49% en las informales, subiendo eso sí 12 pp. en su participación como medio de pago en compras informales.

Al comparar las compras formales e informales, destaca también en el escenario informal el uso de tarjetas de casas comerciales con un 17% del total, subiendo frente a mediciones anteriores.

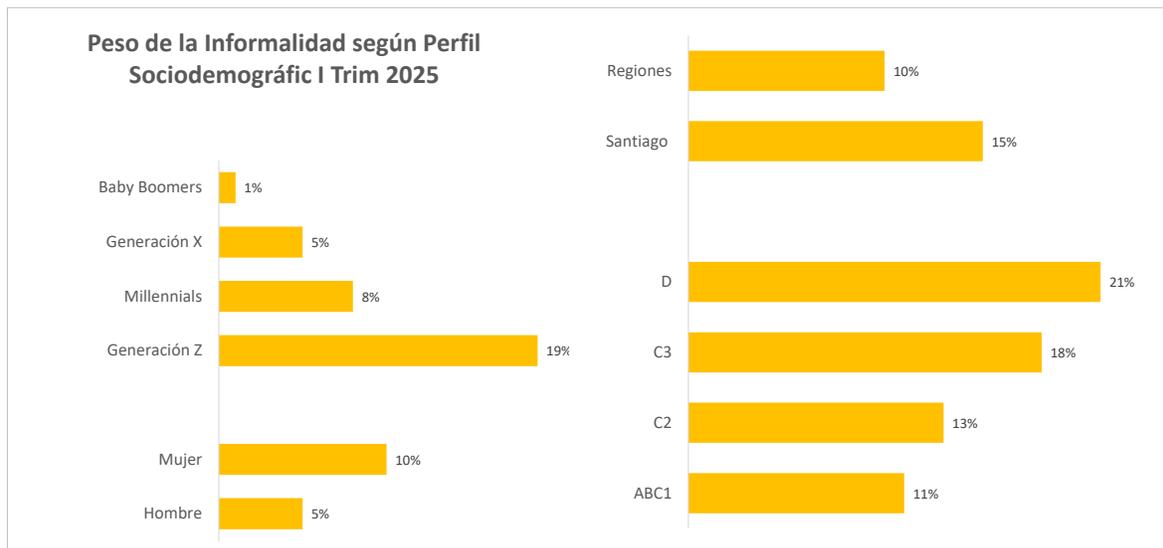
Llama la atención la fuerte caída en las transferencias bancarias que pasaron de representar un 24% de las compras informales hace un año a un 6% en el primer trimestre 2025, baja que puede estar influida por la entrada en vigor del tope a las transferencias bancarias mensuales. Por su parte, se evidencia un leve aumento en el uso de efectivo.



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 19% en la generación Z, aumentando 7 pp. frente a igual trimestre 2024. Por su parte, en Santiago también aumenta la tasa de compras informales y, por nivel socioeconómico, a menor nivel mayor es el peso de la informalidad, llegando a 21% 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

Durante el primer trimestre de 2025, la informalidad digital se mantiene como un fenómeno relevante dentro del ecosistema del comercio electrónico, representando un 9,4% de las transacciones totales y cerca de US\$230 millones en compras informales. Si bien este porcentaje se mantiene estable respecto a igual período del año anterior, se evidencian diferencias importantes según origen, canal y categoría.

Uno de los hallazgos más relevantes es la disminución de la informalidad en plataformas nacionales, tanto en porcentaje de transacciones como en monto gastado, lo que puede estar vinculado a mayores exigencias regulatorias, como la limitación del número de transferencias bancarias, que dificultan operar al margen de la ley. Esto contrasta con el aumento observado en el estimado de irregularidad proveniente de plataformas internacionales, gatillada por la categoría Vestuario, subiendo un 31% el monto informal estimado respecto al primer trimestre de 2024, en parte, por el fuerte aumento que tuvieron las compras totales en plataformas internacionales por parte de los chilenos durante el trimestre.

Por canal, las redes sociales continúan siendo el espacio con mayor proporción de informalidad, alcanzando dentro del canal un 48% de transacciones informales y representando poco más de un cuarto de las transacciones informales totales.

Desde una perspectiva sociodemográfica, el fenómeno se concentra en mujeres, jóvenes y personas de menores ingresos, lo que refuerza la necesidad de políticas públicas no solo enfocadas en fiscalización, sino también en educación digital y medidas que incentiven la formalización, especialmente en sectores vulnerables.

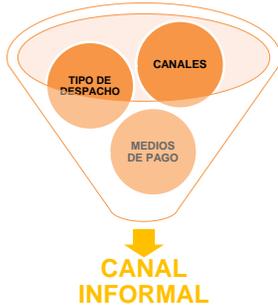
Finalmente, el análisis de los medios de pago muestra transformaciones relevantes, las transferencias bancarias pierden peso en el mundo informal (de 24% a 6% en un año), posiblemente debido a los nuevos topes regulatorios. En paralelo, aumenta el uso de tarjetas de débito (49% de participación en compras informales) y tarjetas de casas comerciales, lo que podría estar vinculado a la búsqueda de mayor conveniencia y flexibilidad, incluso en contextos informales. El uso de efectivo también presenta un leve aumento, lo que refuerza la necesidad de monitorear cómo evolucionan los medios de pago ante nuevas barreras y oportunidades para la informalidad.

En resumen, si bien se observan señales positivas en el ámbito nacional, la informalidad online sigue representando una amenaza creciente. Esto exige avanzar en una regulación más efectiva, mayores controles en aduanas y una fiscalización más proactiva sobre los nuevos canales digitales, particularmente redes sociales y plataformas internacionales.

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 enero-marzo 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