

Informalidad en el E-Commerce

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

Principales resultados tercer trimestre 2025

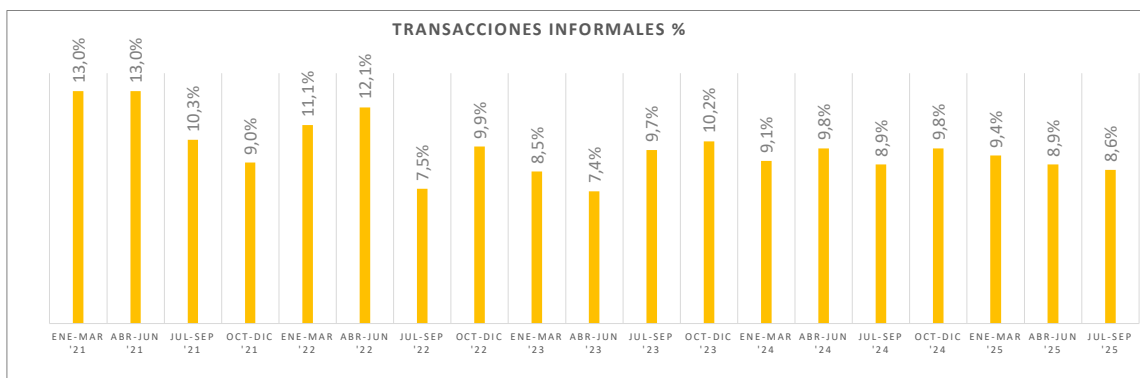
De las 7.800 encuestas realizadas a usuarios de internet durante el tercer trimestre del 2025, se determinó que un 69% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 63% de los usuarios de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet, similar a lo registrado en el segundo trimestre del 2025 (70% y 61%) respectivamente y levemente superior a igual periodo de 2024, donde un 67% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 60% de las regiones estudiadas realizaron alguna compra online.

RESULTADOS DE INFORMALIDAD DIGITAL

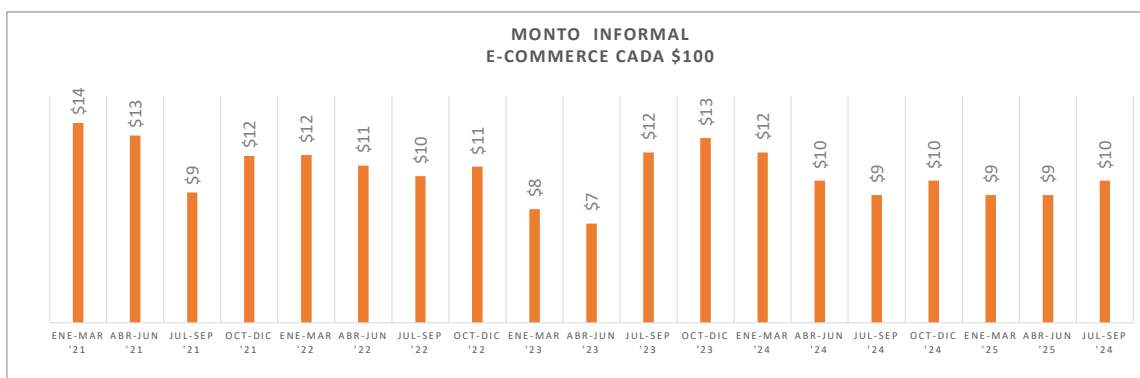
Resultados de la informalidad digital y estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

Del total de transacciones digitales en el sector retail realizadas en el tercer trimestre de 2025, un 8,6% se estima que fueron informales, en línea con períodos previos. En cuanto al monto gastado, se proyecta que \$10 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad, un peso más que el período previo.

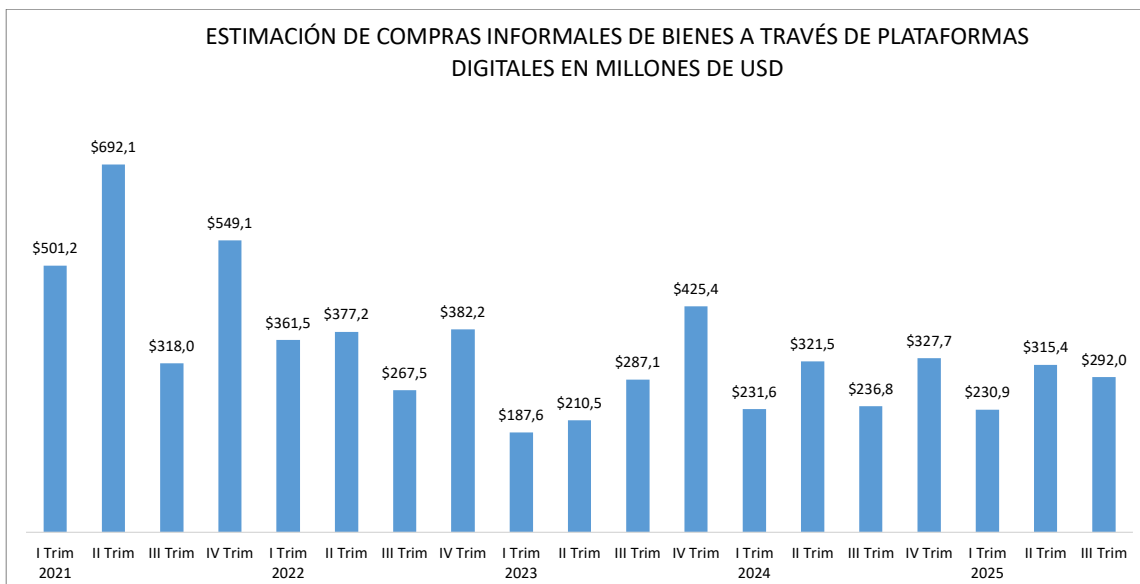
De esta manera, en el tercer trimestre de 2025 se estima que en el sector comercio (no incluye T&E y Servicios) se hicieron compras a través de plataformas digitales, nacionales e internacionales, por un total de US\$2.919,5 millones, 9,6% más que en 2024, de los cuales US\$292 millones fueron destinados a compras informales, evidenciando la informalidad un alza nominal en dólares de 13,5% y acumulando entre enero y septiembre de 2025 compras informales por un monto US\$838,2 millones.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Informalidad Nacional versus Internacional

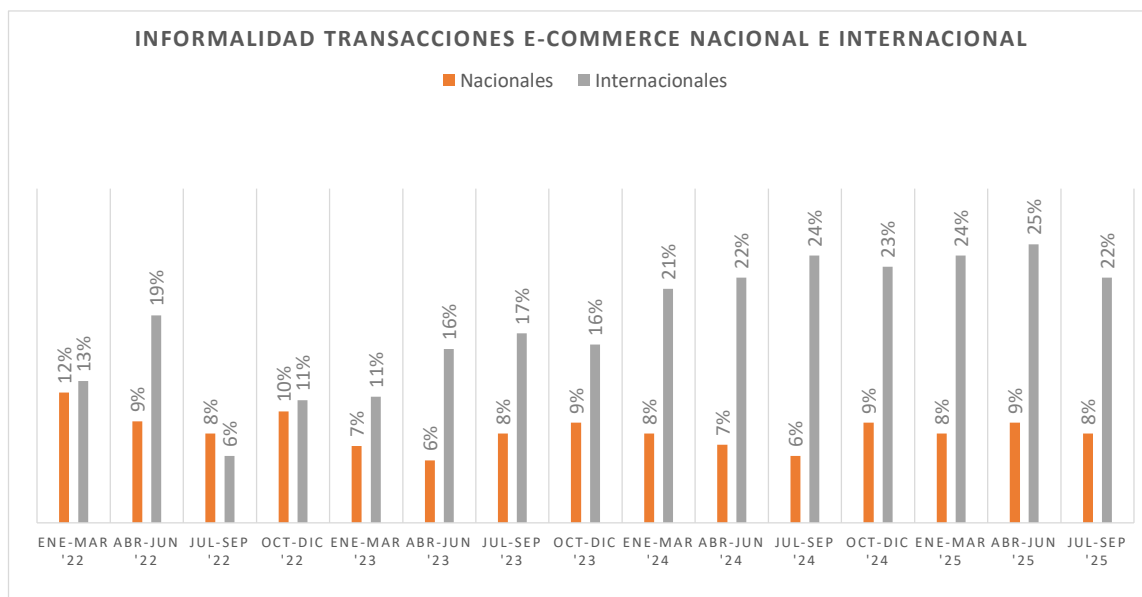
Un 8% de las transacciones en plataformas nacionales fueron informales durante el tercer cuarto de 2025, 2 pp. sobre un año atrás y 1 pp. bajo el trimestre anterior. Respecto a las transacciones internacionales, que representan un 16,7% del total, se estima que un 22% de las transacciones presentar alguna irregularidad en su entrada, levemente a lo reportado un año atrás y bajo el período previo, 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 julio-septiembre 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.

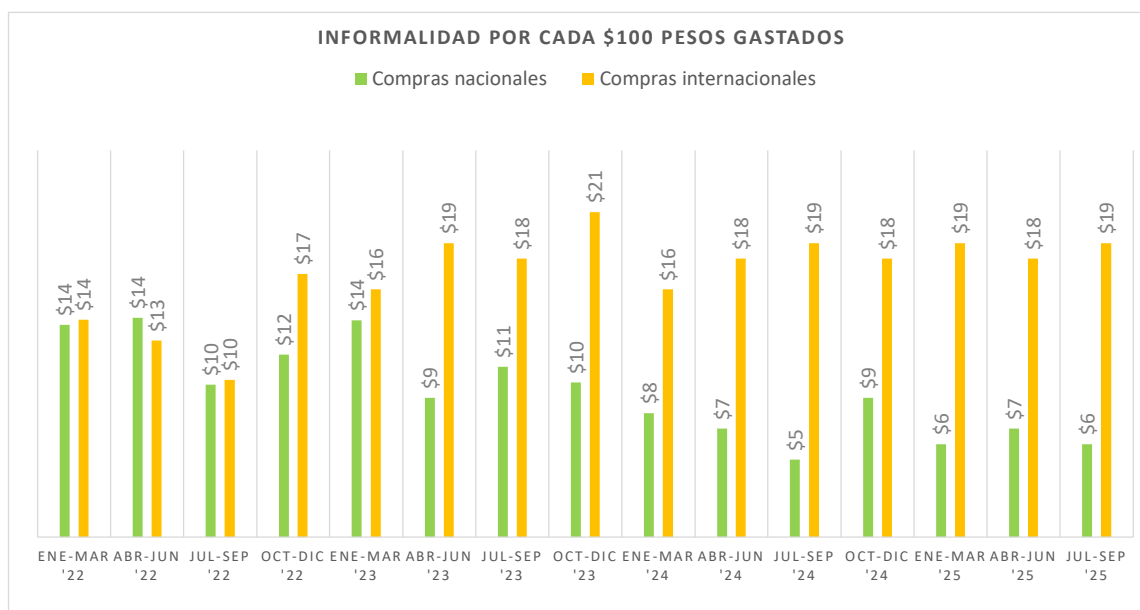
De esta manera, al analizar compras en portales o plataformas nacional versus internacionales, los resultados evidencian que durante el tercer trimestre de 2025 se estima un gasto de US\$2.487,4 millones en portales nacionales, 8,3% más que en igual trimestre de 2024, donde US\$197 millones habrían sido compras informales, subiendo 16,7% frente a igual trimestre 2024.

Por su parte, el monto destinado a compras en portales internacionales alcanzó un estimado US\$432,1 millones entre julio y septiembre de este año, 17,3% más que un año atrás, donde US\$94,8 millones se estima que serían compras que entraron con algún grado de irregularidad, subiendo un 7,3% frente al tercer trimestre 2024.

Dentro de la estimación de la informalidad internacional, el 50% de las compras corresponde a Vestuario, seguido Accesorios y Regalos con un 24%. Muchos más atrás se encuentra Calzado con un 4% de participación en la informalidad internacional.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

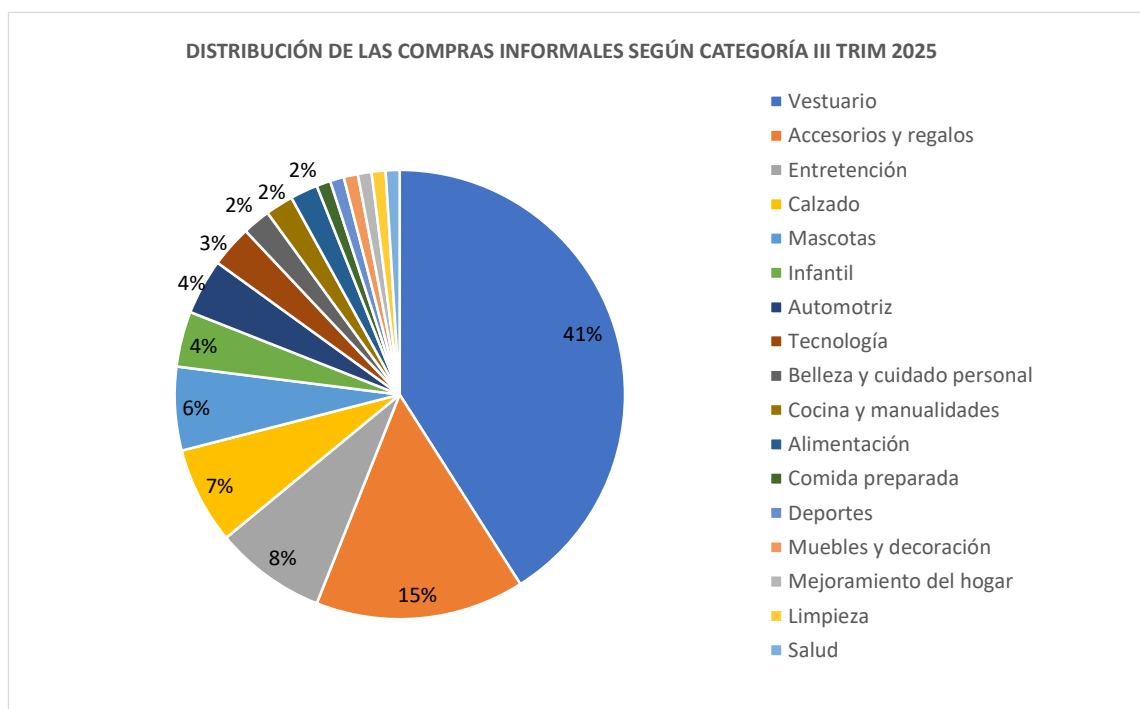


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Análisis de la informalidad por categoría

Transacciones informales

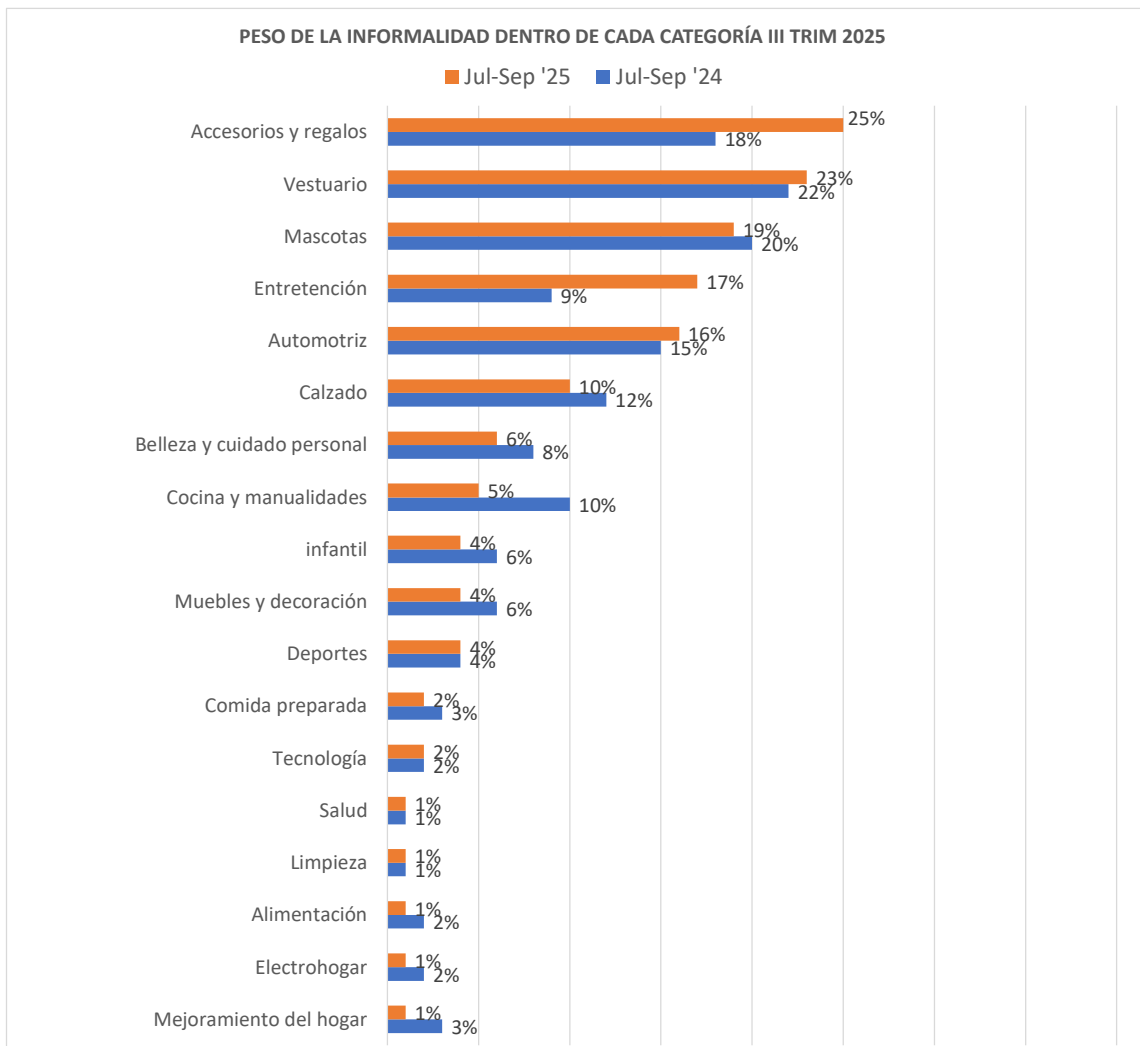
Del total de las transacciones informales a través de plataformas digitales durante el tercer trimestre del 2025, lo más demandado es Vestuario con un 41% de participación y subiendo 18 pp. frente a igual trimestre de 2024. Luego Accesorios y Regalos representa un 15%, subiendo 7 pp. en un año, seguido de Artículos de Entretenimiento con un 8%, Calzado con un 7% y Mascotas con un 6% en el mundo informal.



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 evidencia un fuerte aumento anual de 7pp. en la tasa de informalidad en Accesorios y Regalos, alcanzando un 25% y en la categoría de Artículos de Entretención, que sube 8 pp. alcanzando una tasa de informalidad de 17%.

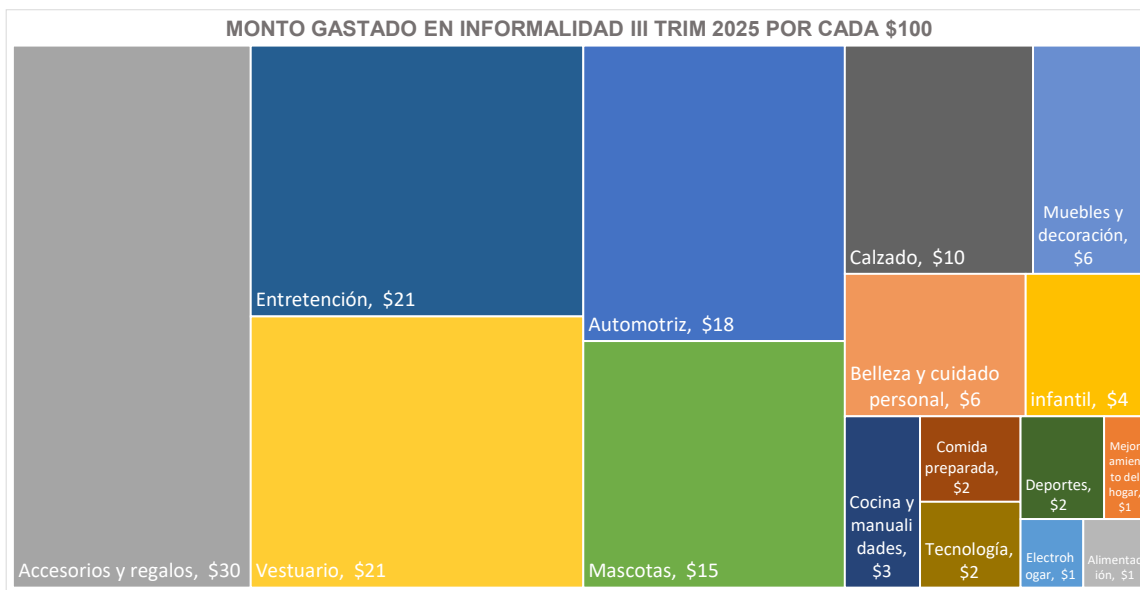
Tasas de informalidad altas se registran también dentro de la categoría Vestuario, donde un 23% de las compras dentro de la categoría se estiman informales, Mascotas con un 19% y Automotriz con 16%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Monto gastado en compras informales por categoría

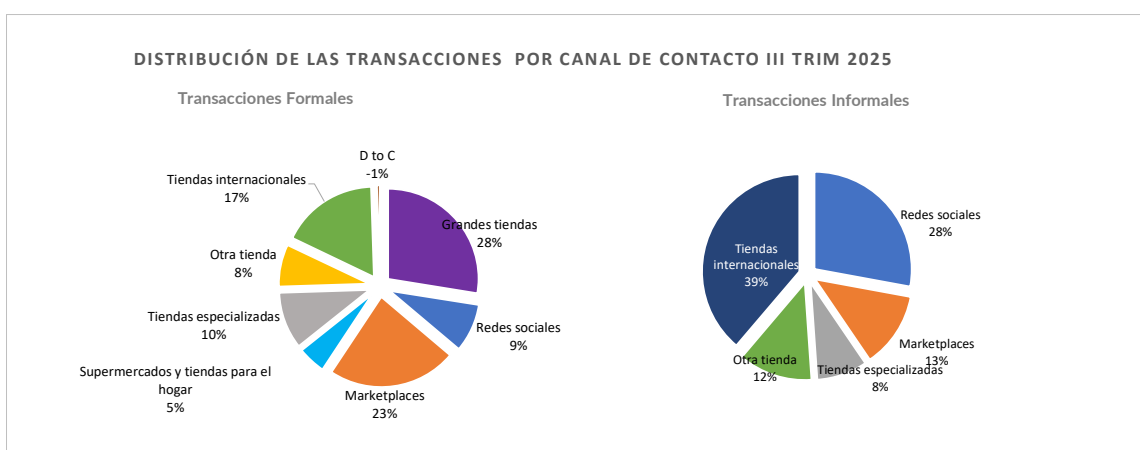
Respecto al monto gastado en compras informales durante el tercer trimestre del 2025, destaca Accesorios y Regalos donde \$30 de cada \$100 se estima como gasto informal. Luego, Artículos de Entretención y Vestuario con \$21 cada \$100. Le siguen Automotriz y mascotas con \$18 y \$15 de cada \$100 de gasto informal cada uno.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

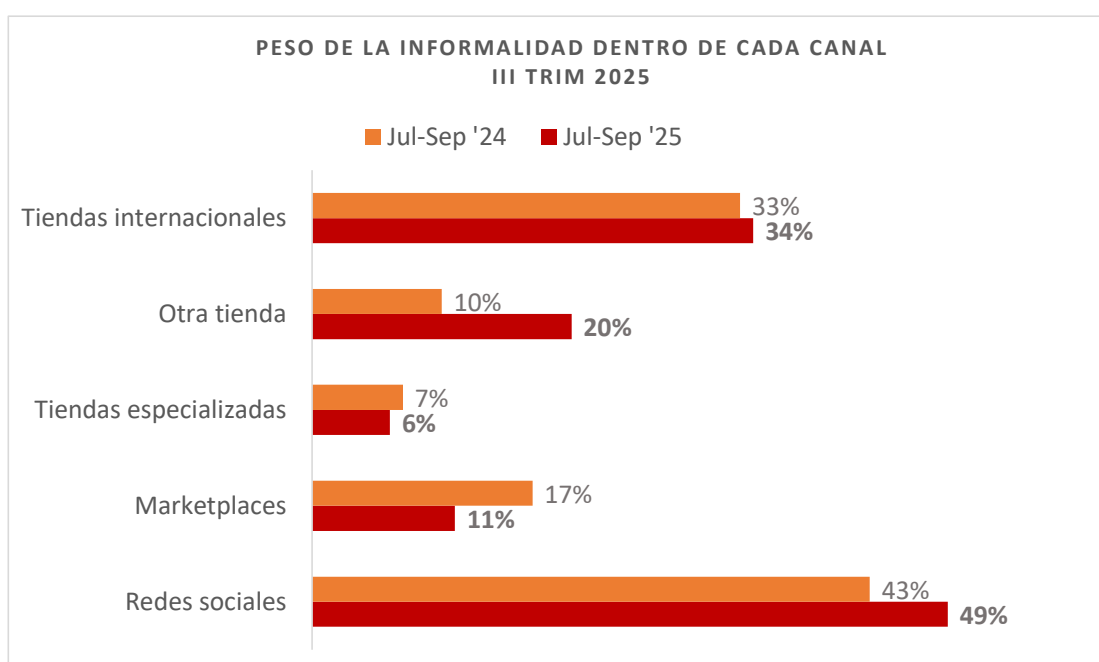
Informalidad según canal

La distribución de las transacciones informales según canal de venta durante el tercer trimestre del año está bastante en línea con el segundo, dando cuenta que un 39% fueron en tiendas internacionales, seguido de las redes sociales con un 28%, aumentando 6 pp. respecto a igual trimestre de 2024. Por su parte, los Marketplace con un 13%, cayendo frente al 2024 y 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 tercer trimestre de 2025, es decir, el peso de compras informales por canal se evidencia que un 49% de las transacciones en las redes sociales son informales, aumentando nuevamente frente a mediciones anteriores. Destacan también las plataformas internacionales, donde se estima que el 34% de lo comprado ahí tiene algún grado de irregularidad en cuanto a su cumplimiento tributario al entrar al país, informalidad que debiera caer fuertemente en el último trimestre de este año al comenzar a exigir pago de IVA a toda compra internacional, independiente de su monto. Por su parte, también se ve un alza en “otras tiendas nacionales” donde un 20% de las transacciones están siendo informales en cuanto a la entrega de boleta correspondiente, 10 pp. más que hace un año.

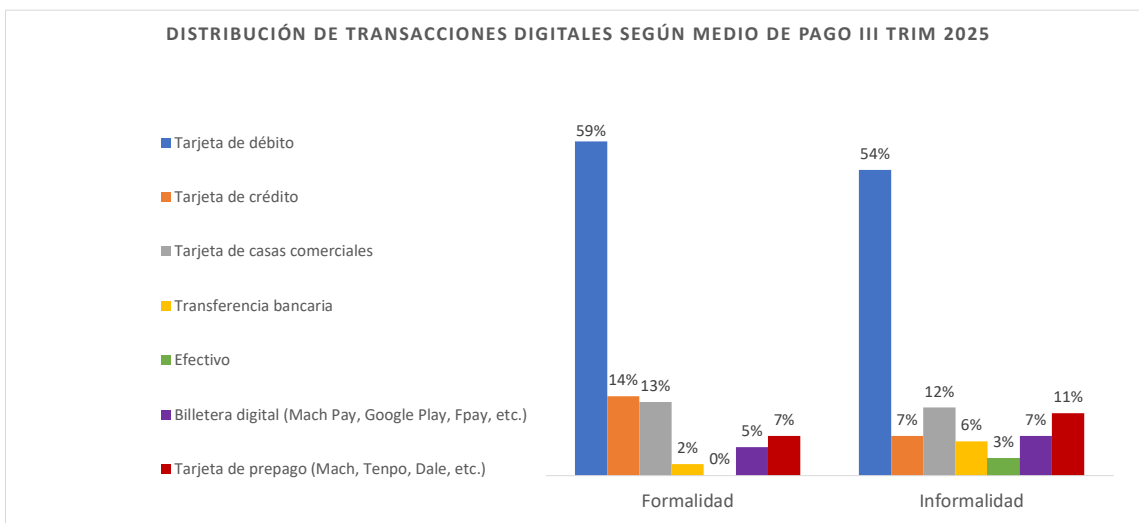


Fuente: Departamento de Estudios CNC

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 59% de participación en las transacciones formales, en línea con un año atrás y 54% en las informales, subiendo 13 pp. en su participación respecto a igual trimestre de 2024.

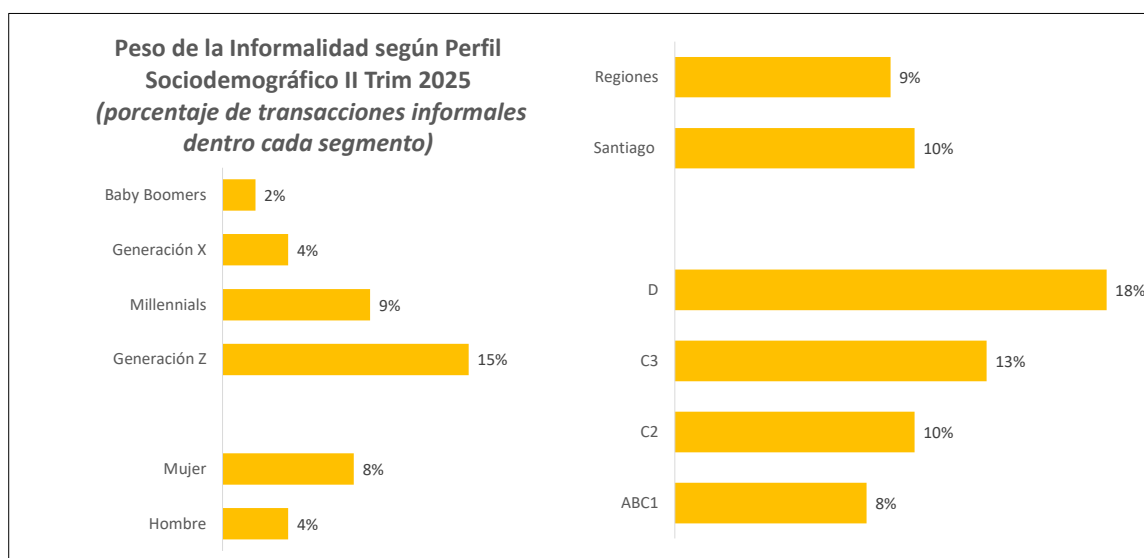
Al comparar las compras formales e informales, destaca también en el escenario informal un mayor uso de tarjetas electrónicas de prepago y las transferencias bancarias, sin embargo, estas últimas marcan una significativa baja de 9 pp. frente a igual trimestre de 2024, lo que puede estar asociado a la 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, 8% versus 4% en los hombres, y por edad aumenta en las generaciones más jóvenes, alcanzando un 15% en la generación Z, 3 pp. más que hace un año. Por su parte, 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 tercer trimestre de 2025 confirman que la informalidad digital es un fenómeno estructural y persistente dentro del ecosistema del comercio electrónico. Si bien el e-commerce continúa expandiéndose, con un aumento nominal anual de 9,6% en el gasto total en dólares, la informalidad mantiene una presencia significativa, representando 8,6% de las transacciones y un 10% del gasto online, equivalentes a US\$292 millones sólo en este trimestre y más de US\$838 millones acumulados entre enero y septiembre. Este crecimiento de la informalidad (+13,5% anual) demuestra que no se trata de un problema marginal, sino de un mercado paralelo que opera bajo reglas distintas, afectando la competencia leal, la recaudación fiscal y la protección al consumidor.

En el mercado local, las redes sociales se han consolidado como el principal foco de informalidad, y a esto se suma la informalidad importada, donde las plataformas internacionales continúan siendo un canal altamente expuesto. Un elemento clave hacia adelante es la eliminación de la exención de IVA a compras internacionales menores de US\$41, medida que comenzó a regir a fines de octubre. Esta modificación debiera contribuir a reducir la informalidad digital en los próximos trimestres, dado que una parte importante de las irregularidades detectadas proviene justamente de compras importadas que ingresaban sin pago de impuestos, generando una competencia desleal frente al comercio formal.

A partir de estos resultados, emergen aprendizajes claros. La informalidad digital no se reduce únicamente con instrumentos tributarios: requiere una regulación actualizada para los canales digitales, especialmente redes sociales; una fiscalización inteligente y coordinada entre plataformas, couriers y Aduanas; y políticas que disminuyan la demanda por informalidad mediante educación digital, información clara sobre riesgos y mayor transparencia respecto del origen, garantías y trazabilidad de los productos. Al mismo tiempo, se vuelve fundamental apoyar a las micro y pequeñas empresas en su tránsito hacia la formalidad plena, simplificando trámites y ampliando el acceso a herramientas digitales.

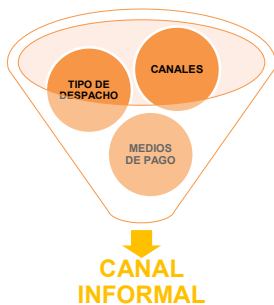
En síntesis, el Índice de Informalidad Online evidencia que la informalidad digital es hoy una de las principales amenazas para el comercio formal y para el desarrollo de un mercado digital justo y seguro. Enfrentar este desafío requiere avanzar hacia reglas claras, plataformas responsables, fiscalización oportuna y consumidores informados, construyendo un ecosistema digital más

transparente, competitivo y centrado en la protección del usuario.

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 julio-septiembre 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