

Informalidad en el E-Commerce

Primer Trimestre 2026

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 2026 y busca aportar con evidencia al diseño de políticas públicas más eficaces para abordar este fenómeno creciente.

Principales resultados primer trimestre

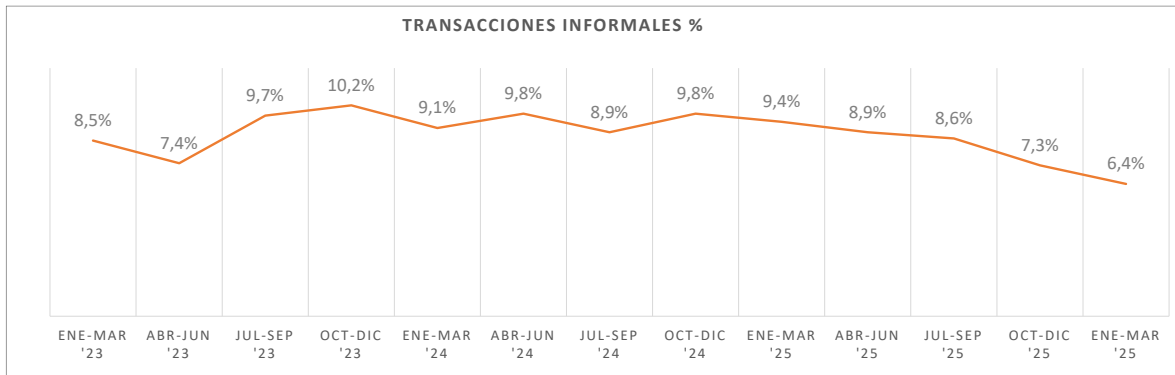
De las 7.800 encuestas realizadas a usuarios de internet durante el primer trimestre del 2026, se determinó que un 67% de los usuarios de la Región Metropolitana y un 62% de los usuarios de las regiones estudiadas, realizaron alguna compra en internet, cifras inferior similares a lo registrado en el cuarto trimestre del 2025 (73% y 66% respectivamente) y mayor a lo registrado en igual trimestre de 2025, donde un 69% de los usuarios de internet de la Región Metropolitana y un 63% de las regiones estudiadas realizaron alguna compra online.

RESULTADOS DE INFORMALIDAD DIGITAL

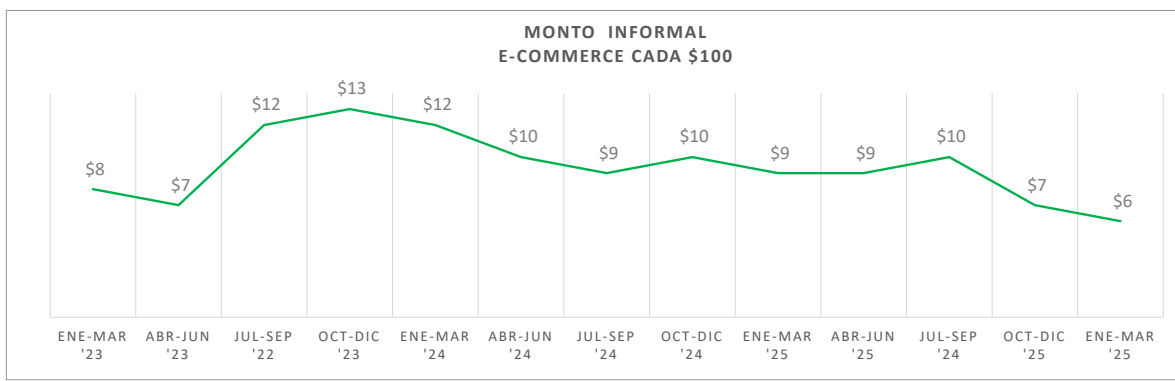
Resultados de la informalidad digital y estimación del monto anual que se gasta en el mercado informal online

Del total de transacciones digitales en el sector retail realizadas en el primer trimestre de 2026, un 6,4% cayendo 3 pp. frente a igual período de 2025 y 0,9 pp. bajo el período anterior. En cuanto al monto gastado, se proyecta que \$6 de cada \$100 pesos son destinados a la informalidad, cayendo también frente a períodos previos.

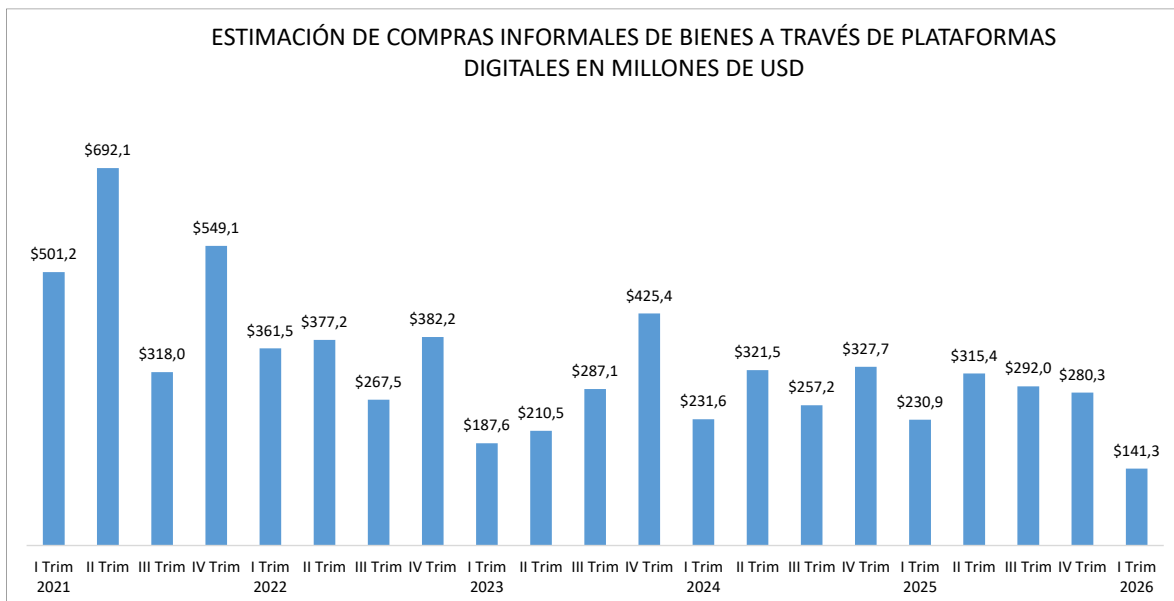
De esta manera, en el primer trimestre de 2026 se estima que en el sector comercio (no incluye T&E y Servicios) se hicieron compras a través de plataformas digitales, nacionales e internacionales, por un total de US\$2.167 millones, 1% menos que en 2025, de los cuales US\$141,3 millones fueron destinados a compras informales, 39% por debajo a lo reportado en igual trimestre de 2025, debido a la fuerte caída de la informalidad estimada en plataformas internacionales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Plataformas nacionales versus internacionales

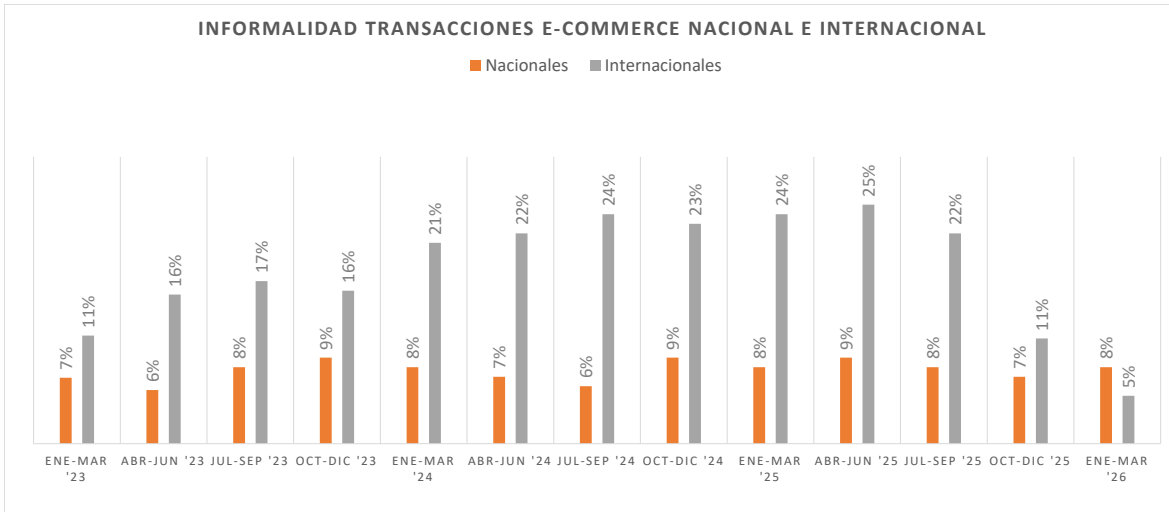
Durante el primer trimestre de 2026, un 8% de las transacciones realizadas en **plataformas nacionales** se estimaron como informales, en línea con igual trimestre de 2025 y 1 pp. sobre el trimestre previo. En el caso de las transacciones internacionales, que representaron un 14,7% del total, se estima que un 5% presentó algún grado de irregularidad en su ingreso, registrando una caída significativa respecto de períodos anteriores, asociada principalmente a la entrada en vigor, a fines de octubre, del cobro de IVA a las compras internacionales menores a US\$41, previamente exentas del impuesto. Este cambio normativo pasó automáticamente a la formalidad a aquellas plataformas inscritas en el SII, recaudando el IVA en toda compra internacional menor de 500 dólares. De esta manera, plataformas asiáticas, que concentran más del 75% de las transacciones, pasaron de tener un alto grado de informalidad a salir de aquel ecosistema.

Por su parte, al analizar el gasto informal en canales digitales, se estima que entre enero y marzo de 2026 \$7 de cada \$100 gastados en plataformas nacionales correspondieron a compras informales, en línea con el trimestre anterior. En contraste, en los canales internacionales, se estima que \$3 de cada \$100 gastados presentaron alguna irregularidad, mostrando una caída relevante frente a trimestres previos, consistente con la mayor formalización observada tras la aplicación del IVA en toda compra de las plataformas registradas.

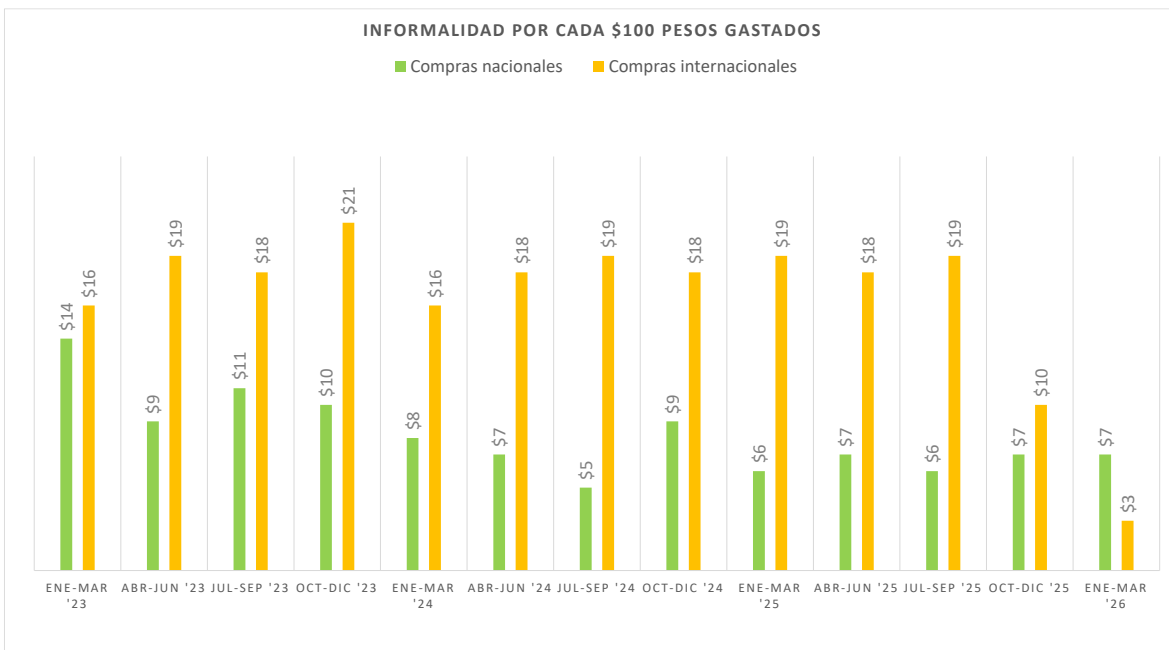
De esta manera, al analizar las compras en portales nacionales versus internacionales, los resultados evidencian que durante el primer trimestre de 2026 se estimó un gasto total de US\$1.907 millones en plataformas nacionales, un 3% superior a igual trimestre de 2025, de los cuales US\$133,5 millones habrían correspondido a compras informales, registrando una baja de 19% anual.

Por su parte, el monto destinado a compras en portales internacionales alcanzó un estimado de US\$260 millones, un 25% menos que en igual período del año anterior, explicado en gran parte por la entrada en vigor del cobro del IVA a todas las compras anteriormente exentas. Dentro de este total internacional, se estima que US\$7,8 millones correspondieron a compras con algún grado de irregularidad, lo que implica una caída de 88% al comparar con igual trimestre de 2025, confirmando el impacto normalizador del nuevo marco tributario transfronterizo.

Este comportamiento es consistente con la evidencia administrativa del Servicio de Impuestos Internos, que reportó una recaudación superior a \$48 mil millones en IVA por compras internacionales de bienes durante los tres primeros meses del año, tras la aplicación de la normativa, confirmando que la medida no solo incrementó la recaudación, sino que avanzó en la formalización del comercio digital transfronterizo, reduciendo significativamente la informalidad estimada en este canal.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

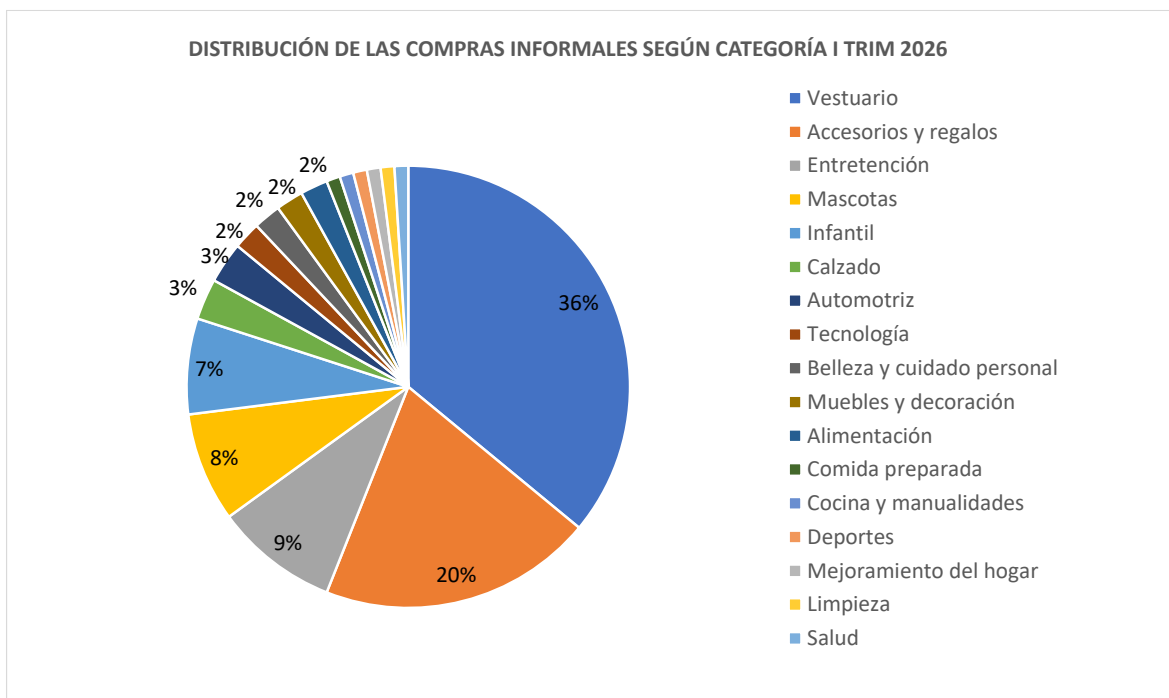


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Análisis de la informalidad por categoría

Transacciones informales

Del total de las transacciones informales a través de plataformas digitales durante el primer trimestre del 2026, lo más demandado es Vestuario con un 36% de participación, en línea con igual trimestre de 2025. Luego Accesorios y Regalos representa un 20%, subiendo 9 pp. en un año, seguido de Artículos de Entretención con un 9%, Mascotas con un 8%, y categoría Infantil con un 7% respectivamente.

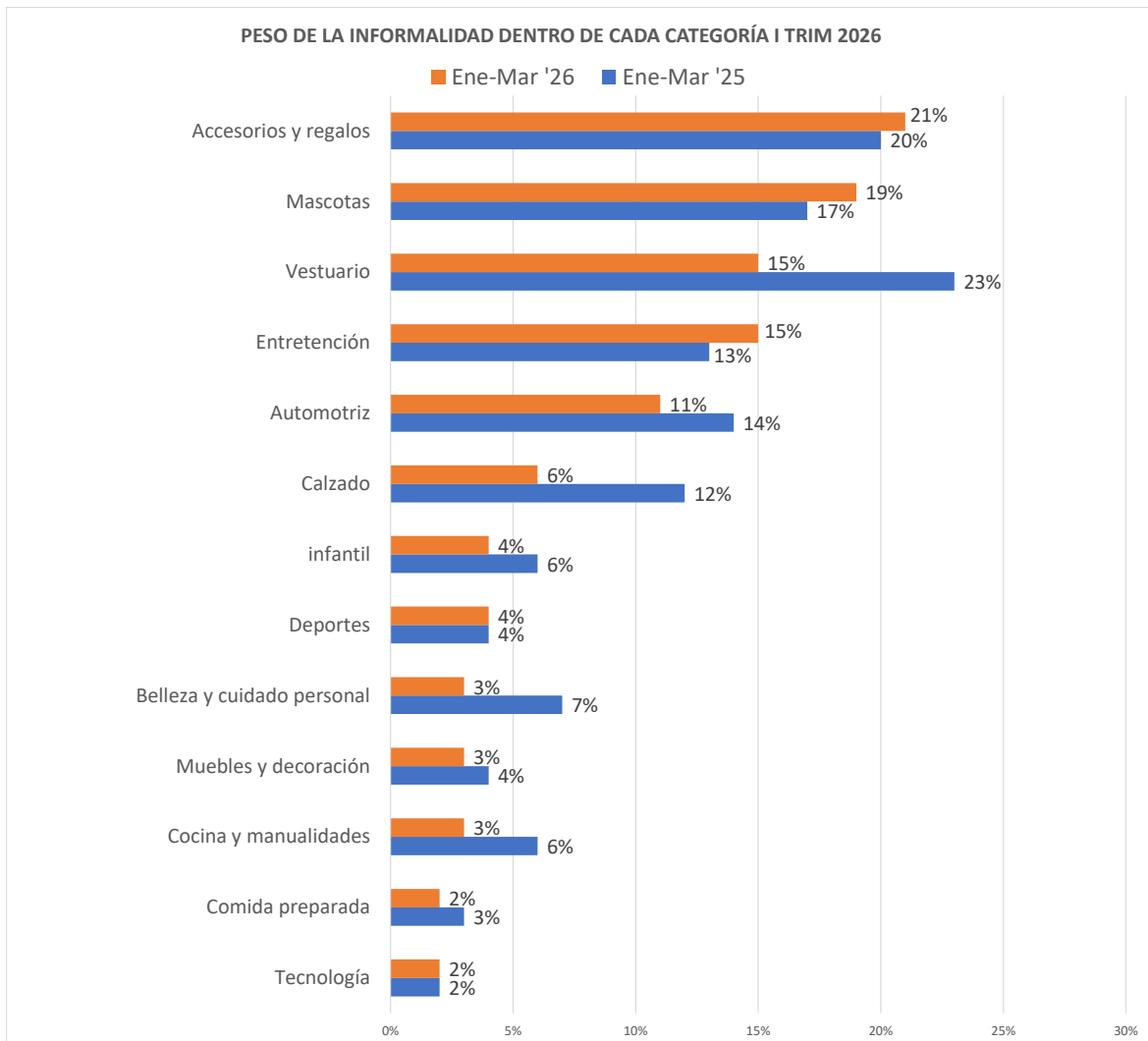


Fuente: Departamento de Estudios CNC

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, con bajas en varias de ellas.

Destaca la tasa de informalidad en Accesorios y Regalos, alcanzando un 21%, seguido de la categoría Mascotas con un 19%. Por su parte, Vestuario marca una tasa de informalidad de 15%, cayendo 8 pp. frente al primer trimestre de 2025, baja que se debe en gran medida a la mayor formalidad en plataformas internacionales, donde la categoría más demandada es Vestuario.

Altas tasas de informalidad se registran también dentro de la categoría de Artículos de Entretención con un 15%, Automotriz con 11% y luego calzado con 6% cayendo significativamente frente al año anterior.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Composición histórica de la informalidad por categorías y cambios tras normativa

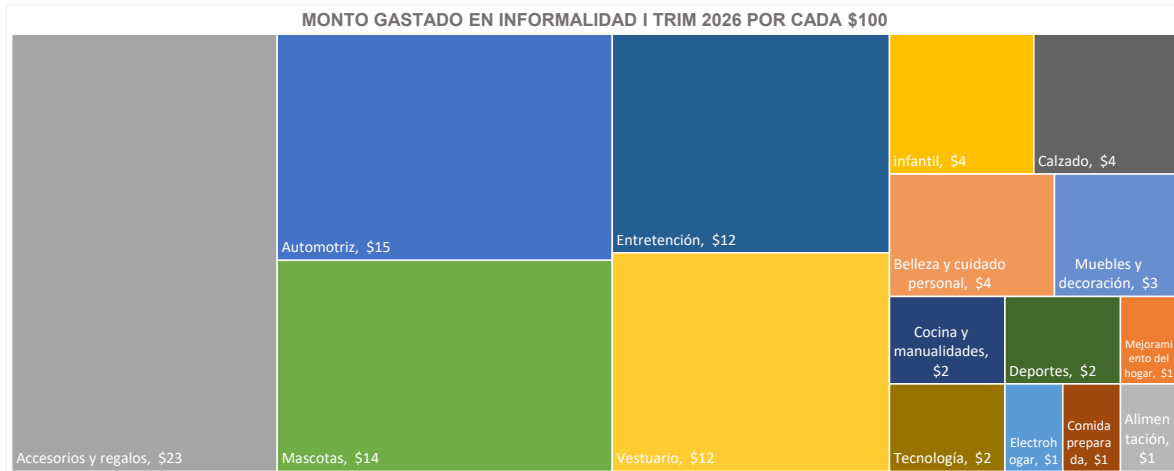
El análisis de la distribución de la informalidad internacional por categoría muestra que Vestuario concentraba el 53% de toda la informalidad transfronteriza en el último trimestre de 2025, creciendo sostenidamente desde el 18% de 2023. Accesorios alcanza al 25% y se mantiene estable. Estas dos categorías concentraban el 78% del volumen informal internacional.

El IVA transfronterizo, aplicado desde fines de octubre, formalizó donde tenía que formalizar, principalmente Vestuario, que concentraba más del 50% de la informalidad internacional. Sin embargo, Accesorios y Regalos muestra que no toda la informalidad se explica por el canal internacional, su tasa estable revela que su informalidad tiene raíces nacionales que el IVA no aborda. Esto significa que no se volvió más informal, simplemente ganó peso relativo en el mix porque otras categorías (Vestuario, Calzado) se formalizaron y redujeron su volumen informal. Es un efecto composición, no un aumento real de informalidad en esa categoría.

Monto gastado en compras informales por categoría

Respecto al monto gastado en compras informales en cada categoría durante el primer trimestre del 2026, se evidencia una caída en la mayoría de estas, destacando las bajas en Vestuario y Calzado.

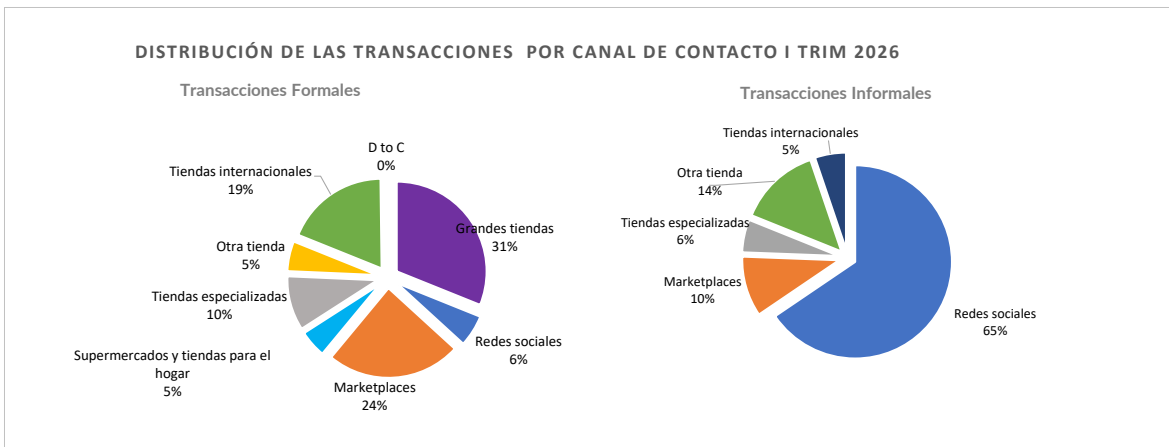
Sin embargo, pese a esta baja, sigue destacando Accesorios y Regalos, donde \$23 de cada \$100 se estima como gasto informal. Luego Automotriz con \$15 de cada \$100, mascotas con \$14 de cada \$100 y Artículos de Entretención, donde \$12 de cada \$100 se estima que es gasto informal.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Informalidad según canal

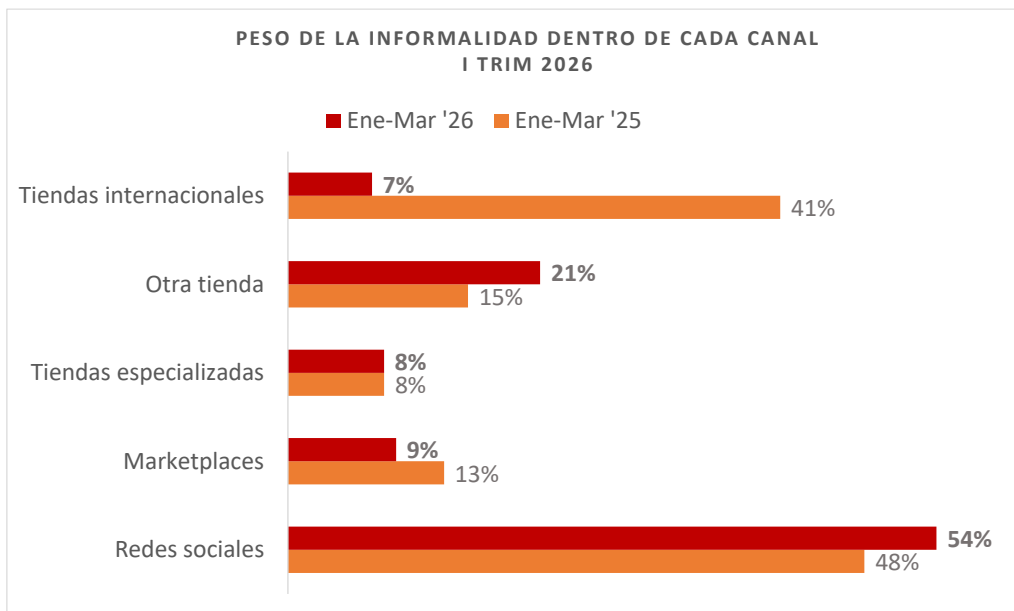
La distribución de las transacciones informales según canal de venta durante el primer trimestre del año muestra un cambio respecto a los trimestres anteriores, dado el cambio normativo a compras internacionales, dando cuenta de una baja en el canal internacional y un alza en el peso de las redes sociales. De esta manera un 65% de la informalidad digital son transacciones en redes sociales, 25,3 pp. más que en el tercer cuarto y 39,9 pp. sobre un año atrás, luego un 14% proviene de otras tiendas nacionales, los Marketplace concentran un 10%, cayendo frente al 2025, luego un 6% proviene de tiendas especializadas y un 5% de tiendas o plataformas internacionales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar la informalidad que hay dentro de cada canal de venta en el primer trimestre de 2026, es decir, el peso de compras informales por canal se evidencia que un 54% de las transacciones en las redes sociales son informales, aumentando frente a mediciones anteriores. Destaca la fuerte baja en plataformas internacionales, donde se estima que el 7% de lo comprado ahí tuvo algún grado de irregularidad en cuanto a su cumplimiento tributario al entrar al país. Por su parte, también se ve una baja anual en Marketplaces, donde un 9% de las transacciones son informales dentro del canal, y una leve alza en “otras tiendas nacionales”.

Este patrón confirma la dualidad del mercado, donde los canales con mayor trazabilidad y regulación avanzan en formalización, mientras los canales de redes sociales escalan su informalidad sin fiscalización equivalente.

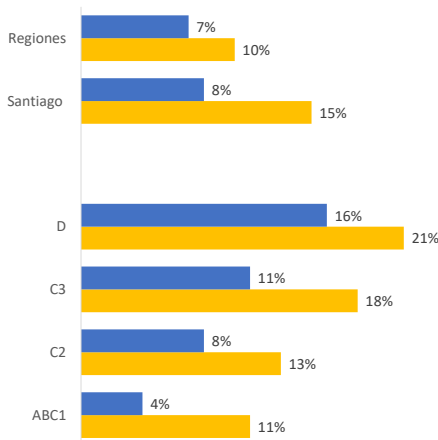
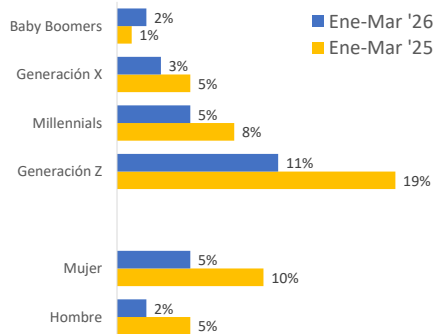


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Perfil Sociodemográfico de las compras informales

Las mayores tasas de informalidad se concentran en mujeres (5% vs 2% en hombres). Por su parte destacan las generaciones más jóvenes, asociado al uso intensivo de redes sociales y por nivel socioeconómico resalta la informalidad en el segmento D, con un 16%.

Peso de la Informalidad según Perfil Sociodemográfico I Trim 2026
(porcentaje de transacciones informales dentro cada segmento)



Fuente: Departamento de Estudios CNC

CONCLUSIONES por Bernardita Silva, gerente de Estudios de la CNC

El primer trimestre de 2026 muestra una evolución mixta en las compras de bienes a través de plataformas digitales. Mientras el monto asociado a compras informales cayó con fuerza frente al año anterior, la tasa de informalidad por transacción disminuyó de manera más moderada. Comprender esta diferencia es clave para interpretar correctamente cómo está cambiando el fenómeno.

La principal explicación detrás de esta caída está en la entrada en vigencia del cobro de IVA a las compras internacionales de bajo monto, medida que redujo significativamente los incentivos para adquirir productos a través de plataformas extranjeras bajo esquemas informales. A esto se suma un menor dinamismo del gasto online total y una caída en el valor promedio de las compras informales.

Sin embargo, la informalidad no desaparece. Hoy se concentra con mayor fuerza en ciertos canales donde este fenómeno sigue siendo elevado, especialmente en redes sociales y plataformas de menor ticket promedio. Esto explica por qué la tasa de informalidad no baja al mismo ritmo que el monto total involucrado.

En este contexto, el mercado informal también ha cambiado de composición. Han perdido participación los canales asociados a compras de mayor valor, mientras crecen espacios donde

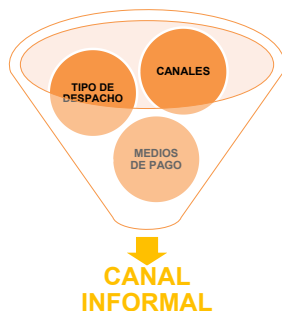
predominan transacciones más pequeñas y difíciles de fiscalizar. Esto refleja que la informalidad digital sigue adaptándose a las nuevas dinámicas del comercio electrónico y continúa siendo un reto relevante para la competencia formal, la recaudación y la protección de los consumidores.

El principal desafío hacia adelante será entonces trasladar al ecosistema nacional los avances observados en el comercio internacional. Para ello, será necesario avanzar en mecanismos de identificación de vendedores recurrentes, fortalecer la coordinación entre plataformas digitales y el SII, y desarrollar esquemas de formalización proporcional que permitan incorporar a microemprendimientos al sistema formal sin generar barreras excesivas de entrada.

Finalmente, el fuerte peso de las generaciones más jóvenes, que concentran gran parte de la informalidad digital, también tiene un componente cultural y de hábitos de consumo. En este contexto, la educación financiera, la trazabilidad digital y los incentivos simples de formalización serán claves para reducir estructuralmente este fenómeno en el largo plazo.

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 2026.



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