

Según cálculos de la Cámara de Comercio de Santiago: Plataformas chinas concentran un 55% de las compras online de chilenos en el extranjero

N. BIRCHMEIER

El comercio electrónico dio un salto durante la pandemia como una de las formas de compra prioritarias por parte de los chilenos, quienes buscan distintas opciones de precios y conveniencia para adquirir productos.

En este contexto, las compras vía comercio electrónico internacional han ido en aumento entre los consumidores locales, a raíz de la arremetida de las plataformas chinas. Este boom es liderado por firmas como AliExpress, Shein y Temu, que se han consolidado como grandes alternativas en el mercado.

De acuerdo con datos de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) —presentados en el evento “E-Commerce Innovation Summit”—, al cierre del tercer trimestre de este año, las compañías de origen chino representan más de la mitad de las compras internacionales que realizan los chilenos por internet.

La arremetida es liderada por operadores como AliExpress, Shein y Temu, a través de una agresiva estrategia de precios que atrae al consumidor.

Según estimaciones del gremio, AliExpress domina entre los principales proveedores externos, con un 30% de participación en el comercio online internacional (*cross boarder*). Le siguen Shein (15%) y Temu (10%), concentrando un 55% del total de la cuota.

De esta manera, han relegado a grandes actores estadounidenses como Amazon, que representan un 13%. También quedan rezagadas otras plataformas norteamericanas como Wish (6%) y Ebay (5%).

George Lever, gerente de Estudio de la CCS, explica que esta

arremetida de las plataformas se ha transformado en un fenómeno tanto en Chile como a nivel global, debido a la agresiva estrategia de precios que implementan para atraer a los consumidores. “Estamos en un momento donde las condiciones son especialmente favorables para ese tipo de proveedores y sus modelos de negocio, por la inflación que ha habido a nivel global y por la disminución de los ingresos y del consumo en general, lo que aumenta la importancia de los operadores asiáticos de bajo costo, particularmente de China”, señala Lever.

MERCADO
 AliExpress posee un peso de 30% entre los principales proveedores externos de mercado.



Un tercio de los chilenos actualmente compra online en alguna tienda internacional, señalan desde la Cámara de Comercio de Santiago.

Exención de IVA

Lever indica que la compra en marketplaces se convirtió en uno de los canales más utilizados por los chilenos. Entre los usuarios que compran en el mundo online, un 36% lo hace a través de marketplaces, sostiene.

En este sentido, Lever asegura que las plataformas asiáticas han desarrollado un crecimiento relevante en materia de comercio electrónico local.

“Estamos en una situación económica más compleja, donde la elección de conveniencia por precio se ha tornado un factor de primera relevancia para el consumo en general y para el comercio electrónico en particular”, dice. “Por lo tanto, nos en-

contramos en una fase particularmente proclive a ese tipo de modelo. Lo relevante ahora es ver qué tan sostenibles son en el mediano y largo plazo”, agrega.

Tras la aprobación de la iniciativa para eliminar la exención de IVA a las importaciones de hasta US\$ 41—si se aprueba la norma, se deberá pagar el 19% de impuesto por cada producto comprado en plataformas online— el avance de las compras internacionales podría verse afectado. Sin embargo, Lever cree que este tipo de medidas empareja la cancha con el comercio local, así como también estima que los proveedores extranjeros “seguramente van a seguir teniendo una participación muy importante en el mercado.

“La señal importante es que nos estamos preocupando de darle a esos actores el estatus de competidores con las reglas que tienen el resto de los competidores locales”, dice. “Entrarán a actuar en un escenario mucho más formal”, añade.

De todas formas, la CCS estima que el comercio electrónico en Chile continuará creciendo a nivel general en los próximos años. Para 2024 proyectan un crecimiento de 8%, hasta los US\$ 11.503 millones.

Además, la CCS calcula que el e-commerce registraría un aumento promedio anual de 13,2% entre 2024 y 2029. La cifra superaría las tasas de crecimiento de mercados como Brasil (11,6%), India (11,5%) o China (10%).