

Crecieron un 25% real de acuerdo a la CCS

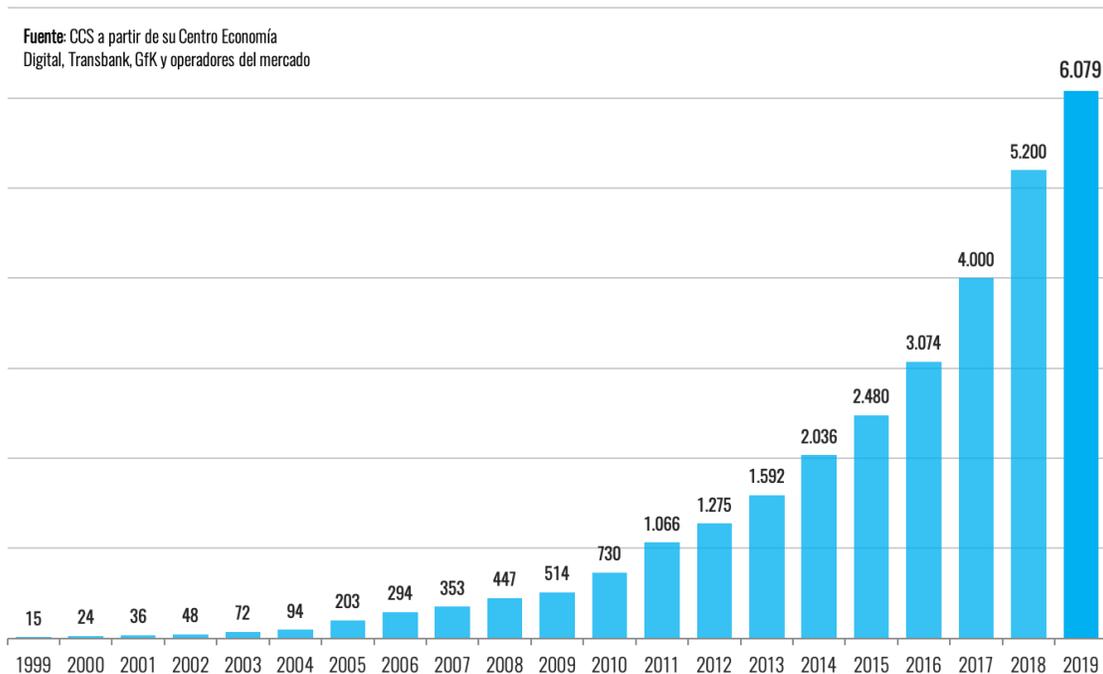
Ventas de Comercio Electrónico superaron levemente los US\$ 6.000 millones en 2019

- Las expectativas de la CCS se encuentran en un amplio rango de entre 15% y 25% de crecimiento para el comercio electrónico en 2020, dependiendo de la intensidad con que prosiga el proceso social en el país y de los impactos que éste genere sobre el sentimiento de los consumidores y la demanda interna.

Luego de cerrar el año en medio de un complejo último trimestre, el comercio electrónico chileno alcanzó los US\$ 6.079 millones durante 2019, según estimaciones de la Cámara de Comercio de Santiago. La cifra se ubica por primera vez en la historia por debajo de la proyección previa de la CCS, que rondaba los US\$ 7 mil millones, debido principalmente a dos factores: en primer lugar, los hechos de violencia ocurridos a partir del 18 de octubre y el impacto directo e indirecto que tuvieron sobre el consumo. En segundo lugar, la fuerte depreciación del peso, agudizada de hecho durante los últimos meses del año.

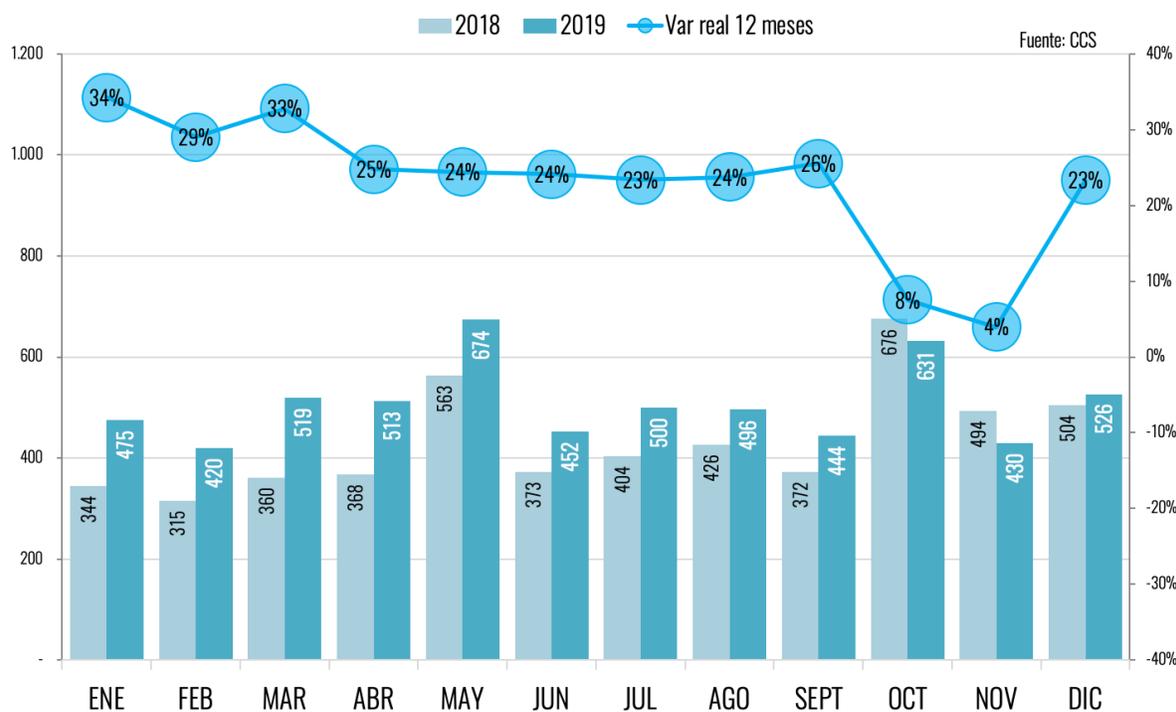
eCommerce B2C en Chile

(en MMUS\$ corrientes de cada año)



En términos reales, las ventas online aumentaron un 25% en 2019 (vs la proyección inicial en torno al 30%), afectadas por dos meses cuyo dinamismo cayó claramente por debajo de la media: octubre, con una expansión de tan solo 8%, y noviembre, con un 4%. Ambos meses, de hecho, experimentaron una contracción nominal medida en dólares corrientes. En el caso de octubre, el deterioro de los últimos días del mes anularon el crecimiento del CyberMonday, con lo que el mes de mayores ventas del año fue mayo, en el cual tuvo lugar el evento CyberDay.

Ventas eCommerce mensuales en MMU\$ nominales y variación real en moneda nacional

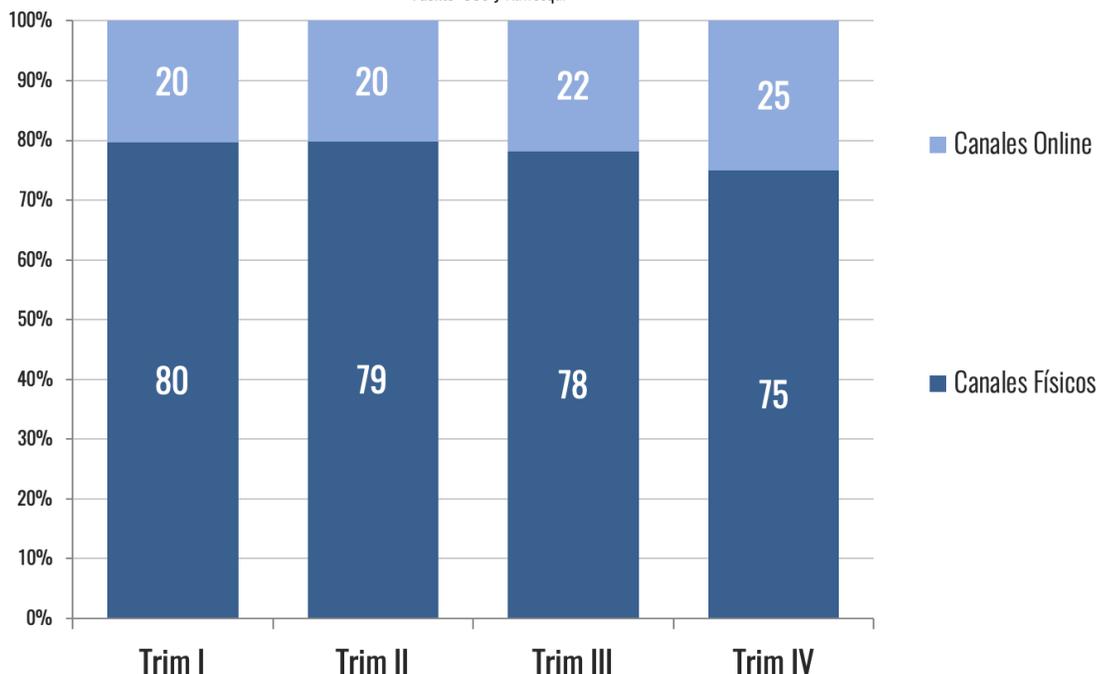


Pese al deterioro en el desempeño del cuarto trimestre, el comercio online siguió ganando participación en las preferencias de los consumidores, lo que se vio reforzado por los graves daños que sufrió el comercio físico a manos de la delincuencia, incentivando el uso de canales de mayor disponibilidad y seguridad para el consumo. De acuerdo a la encuesta trimestral a consumidores que realizan la CCS y Kawesqar, la preferencia por el canal online subió a un 25% de los consumidores, 5 puntos porcentuales por sobre el primer semestre.

En el caso del comercio, también se observó una mayor preferencia por el canal eCommerce, particularmente en diciembre, mes que se registró el mayor incremento en tiendas online operativas de los últimos años.

Preferencia canal de compra

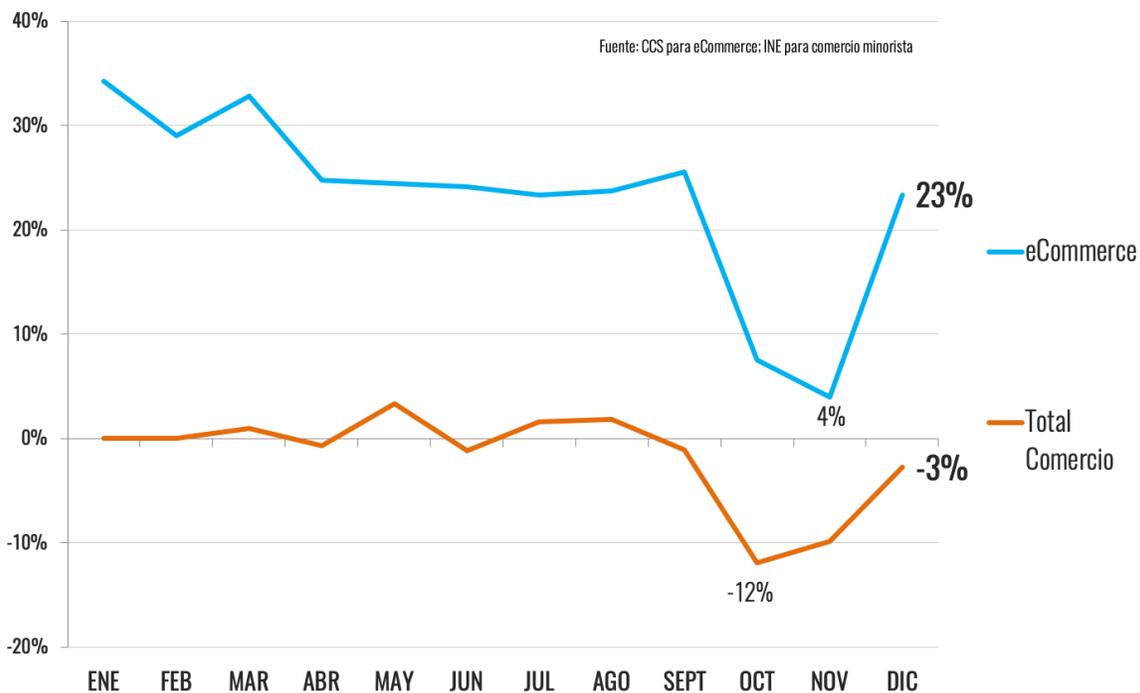
Fuente: CCS y Kawesqar



Lo anterior intensificó la tendencia del eCommerce a ganar terreno sobre las ventas minoristas, pasando de un 5,8% del total en 2018 a un 7,4% en 2019. De acuerdo al INE, el año pasado las ventas del comercio minorista disminuyeron un 1,7%, mientras el formato electrónico, pese a su desaceleración, siguió creciendo a tasas de dos dígitos.

El impacto del último trimestre en la trayectoria de crecimiento se puede ver con claridad tanto en el comercio online como presencial. En ambos casos se produce una fractura en octubre que tiende luego a un proceso de normalización, bastante más pronunciado en el eCommerce durante diciembre.

Crecimiento del eCommerce y Comercio Total (2019, var 12 meses)



Los antecedentes preliminares indican que este proceso de normalización ha continuado en el primer bimestre, si bien a partir de marzo se abre un inusual margen de incertidumbre en la proyección de escenarios. Por ahora, las expectativas de la CCS se encuentran en un amplio rango de entre 15% y 25% de crecimiento para el comercio electrónico en 2020, dependiendo de la intensidad con que prosiga el proceso social en el país y de los impactos que éste genere sobre el sentimiento de los consumidores y la demanda interna.