



El eCommerce no para de crecer en Chile: en 2024 representó el 14% de las ventas totales de todos los canales

Análisis de NielsenIQ presentado en el encuentro eCommerce Day, entrega reveladores datos sobre el avance de este canal en el consumo masivo de los chilenos en diversas categorías, destacando incluso a nivel latinoamericano, donde ya lidera en el Q1 de 2025.

Definitivamente el comercio digital en Chile no solo llegó y se instaló de manera permanente, sino que ya es una fuerza de venta que no para de crecer. Así al menos lo evidencia el estudio del eCommerce en Chile de NielsenIQ, que da cuenta de un mercado online con un crecimiento en facturación del 12,3% en relación al 2023. Esta cifra se explica por el crecimiento de ventas valor de todos los canales, entre ellos Supermercados, Durables, Marketplace Durables, entre otros de consumo masivo.

Al juntar todos los canales, la venta total de productos a través del comercio electrónico en Chile representa el 14,7% de la venta total.

Maximiliano Narducci, Retail Vertical Leader en NielsenIQ señaló en el evento eCommerce Day que "sin duda se trata de un número muy importante que además no para de desarrollarse. Corresponde a un aumento de 1,3 punto porcentual respecto de 2023 y que además todos años tiene pico de ventas en los eventos Cyber que hacen que cada año evolucione sobre el anterior, lo que provoca que nuevos comenzarán a experimentar la compra en plataformas digitales motivados por ofertas, disponibilidad de productos,

surtidos y la comodidad de que llegue directo a la casa, lo que evidentemente hace que este canal vaya aumentando permanentemente la cantidad de usuarios".

El estudio da cuenta que el aumento de las compras online se ha visto impulsado, principalmente, por los Grupos Socioeconómicos medios, C2 y altos, este último registrando el 54% del total de las compras a través de este canal

¿Qué es lo más comprado por los chilenos por eCommerce?, las preferencias manifestadas a través de una medición que abarcó más de 2 mil hogares de todo el país, se las llevan la Ropa (16%), compras de Supermercado (11%) y Comida a Domicilio (10%). Más atrás, con 9%, aparece la Tecnología, Pasajes y Calzado. Y son los Millennials (30-42), los que se presentan como los principales compradores en el canal online, con un 87%.

Respecto de las ventas por canales, en el canal Durables 1P los teléfonos móviles son siempre los líderes en ventas con un crecimiento del +16%, además de monitores y secadores de pelo, con crecimientos de +41% y +33% respectivamente.

En tanto, en el Marketplace, también destaca la venta de teléfonos móviles, pero aparecen con importantes crecimientos, productos como calentacamas (+371%) y colchones (+87%). En el Canal Supermercados online, los productos abarrotes se imponen con un crecimiento de +26% y perecibles (+29) y esto se suma a otros canales donde el aseo personal también muestra un importante crecimiento impulsado por la venta en farmacias.

La investigación consigna otro dato relevante y es que el 50% de las compras de bienes duraderos en Chile, se llevan a cabo a través del comercio electrónico.

"Hoy hemos dejado de hablar de un eCommerce orientado a televisores, celulares y todo lo que tiene que ver con electrónica, para referirnos a un mercado online mucho más integral, en la que participante todos los canales y donde, además, estamos comenzando a ver la compra de productos de alimentos y perecibles, con Chile posicionándose como líder.", sostiene Maximiliano Narducci.

En el contexto regional, la participación del eCommerce a nivel

latinoamericano llega a un 4,3% en el canal supermercadista, con un crecimiento de un 14%. Los países donde más peso tiene en este segmento son Colombia (6,9%), Chile (6,7%) y Perú (5,2%) y en el inicio del año, Chile se instala en el Q1 de 2025, como líder el ranking de comercio electrónico de consumo masivo de Latam, con 7,2%.

Acerca de NIQ NielsenIQ (NIQ) es la compañía líder mundial en inteligencia del consumidor, que proporciona el más completo entendimiento del comportamiento de compra del consumidor y abre nuevos caminos de crecimiento.

NIQ se fusionó con GfK en 2023, uniendo a los dos líderes del sector con un alcance mundial sin precedentes. Nuestro alcance global se extiende a más de 90 países, cubriendo aproximadamente el 85% de la población mundial y más de 7,2 trillones de dólares en gasto global de los consumidores. Con una lectura holística del comercio minorista y la información más completa del consumidor, entregada con análisis avanzados a través de plataformas de vanguardia, NIQ ofrece La Visión Completa™.