

MARÍA JOSÉ HALABI

"A mitad de precio por 24 horas" o "envío gratis en todas las compras", eran algunas de las ofertas que permitieron que las plataformas de compra *online*, muchas de ellas chinas, fueran ganando terreno en Chile. Por solo unos miles de pesos, los clientes podían optar a prendas de ropa, artículos para el hogar y un sinfín de productos tan baratos como curiosos.

En el camino, eso sí, hubo un gran perdedor: el *retail* tradicional.

Es por eso que cuando el Servicio de Impuestos Internos (SII) comenzó a aplicar IVA a las compras realizadas en plataformas extranjeras, como AliExpress, Shein y Temu, los inversionistas de los *retailers* pudieron respirar con mayor tranquilidad.

La norma fue aplicada el pasado 25 de octubre, lo que provocó un encarecimiento de los precios de productos importados de bajo costo. Desde ese día, las plataformas comenzaron a cobrar el 19% de IVA en ventas hasta 500 dólares desde el país.

La noticia tuvo un impacto inmediato: un par de días después, la aplicación china Shopee dejó de funcionar en Chile.

Así, los *retailers* tradicionales ya comienzan a sacar cuentas alegres. "El *retail* se vuelve más competitivo en términos de precio y genera más espacio para participar en negocios de *ticketes menores*", afirma Jorge García, gerente de inversiones NVS AGF.

También se tradujo en menor flujo. De acuerdo al reporte "Global" de participación de mercado de Bank of America, en el cuarto trimestre de 2025, la cantidad de usuarios que visitan el sitio web de Shein bajó 0,3 puntos porcentuales, desde 13,08% de igual período de 2024 al 12,8%. Por su lado, AliExpress, descendió 2,1 puntos porcentuales, desde el 17,8% al 15,7%, en dicho lapso.

El aumento de impuestos a las plataformas de *e-commerce*

Impacto del cambio de regulaciones en el sector

# Por qué los *retailers* que están en el IPSA recuperan terreno en el comercio *online*

La aplicación de impuestos a plataformas internacionales alivió al sector. Sin embargo, esta racha podría ser breve: el alto nivel de competitividad de los actores extranjeros sigue en el foco de los analistas.



El IVA a las plataformas fue aplicado el pasado 25 de octubre de 2025. Esto provocó un encarecimiento de los precios de productos importados de bajo costo, lo que benefició al *retail* local.

transfronterizo ha generado una oportunidad competitiva para los *retailers* locales en Chile, permitiéndoles recuperar, en parte, participación frente a los actores globales (y especialmente chinos). Sin embargo, persiste la in-

certidumbre respecto a la evolución de los precios finales de los productos internacionales y a la capacidad de estas empresas para seguir compitiendo en el mercado local.

El impacto ya se comienza a

sentir. Según el mismo reporte de BofA, el Grupo Falabella ganó 2,4 puntos de participación sobre el total de mercado en el tráfico de internet en base a aplicaciones y URL.

A su vez, Ripley también lo-

gró aumentar 0,5 puntos porcentuales, desde 3,1% en el cuarto trimestre de 2024 al 3,6% en el último cuarto de 2025. Por su lado, Cencosud no tuvo un alza tan pronunciada, pero sí subió 0,1 punto porcentual, desde 5,8% en el cuarto trimestre de 2024 al 5,9% en el mismo período.

Los estrategas también miran con cautela el panorama.

"Si bien podrá producirse una cierta desviación del comercio a favor de los *retailers* locales, mucho va a depender tanto del traspaso final del impuesto al precio como del tipo de producto involucrado", afirma Guillermo Armelini, director de *marketing* y operaciones del ESE de la Universidad de los Andes.

"Las compras desde el exterior seguirán creciendo, en parte por una mayor confianza y por las mejoras en materia de logística y plazos, y también porque los proveedores internacionales son competitivos más allá del factor tributario", advierte George Lever, gerente de estudios Cámara de Comercio de Santiago (CCS).

Otro factor importante es la presencia del gigante del comer-

cio electrónico de América Latina: MercadoLibre. "Es un hecho que es un actor relevante en el sector. Su importancia crece a medida que avanza el *e-commerce*, y ese segmento se está expandiendo a dos dígitos para todos los grandes. Ya es parte de la estructura competitiva del *retail*", sostiene Lever, de la CCS.

## Corta ventaja

La racha de los *retailers* en el tráfico de internet en base a aplicaciones y URL podría ser un indicio del trabajo que harán los minoristas.

Falabella anunció en su plan de inversiones 2026 que invertirán US\$ 265 millones en tecnología, lo que correspondería a un aumento de 60% frente al plan de 2025. Del total, US\$ 172 millones serán destinados a OpeX Tecnología y US\$ 93 millones a CapEx Tecnología.

Así, el impuesto hacia las plataformas extranjeras fue un gran punto a favor. "Creemos que el impuesto podría generar una oportunidad para los *retailers* locales, ya que encarecería las compras en plataformas extranjeras como Shein y Temu, reduciendo principalmente la ventaja relativa en precio que mantienen frente al comercio local", dice Eduardo Ramírez, analista senior de estudios renta variable de BICE Inversiones.

"Dadas las distorsiones que existían previo a la entrada en vigencia, es posible que en términos relativos mejore la posición de los *players* locales en el corto plazo" dice Lever, de CCS.

Una segunda mirada es más prevenida con las nuevas regulaciones de las plataformas. "Existen artículos que venden en plataformas, como Temu o Shein, que son muy particulares en términos de diseño o funcionalidad, y que, si no están disponibles en el *retail* local, los consumidores los seguirán consumiendo", dice Armelini de la U. de Los Andes.

**EL MERCURIO**  
**Inversiones**  
 Más detalles en  
[www.elmercurio.com/inversiones](http://www.elmercurio.com/inversiones)

dice Eduardo Ramírez, analista senior de estudios renta variable de BICE Inversiones.

"Dadas las distorsiones que existían previo a la entrada en vigencia, es posible que en términos relativos mejore la posición de los *players* locales en el corto plazo" dice Lever, de CCS.

Una segunda mirada es más prevenida con las nuevas regulaciones de las plataformas. "Existen artículos que venden en plataformas, como Temu o Shein, que son muy particulares en términos de diseño o funcionalidad, y que, si no están disponibles en el *retail* local, los consumidores los seguirán consumiendo", dice Armelini de la U. de Los Andes.