



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

Chile

Com cerca de 19,6 milhões de habitantes e um PIB *per capita* elevado para o contexto regional, o Chile é um dos mercados digitais com maior interesse da América do Sul. Este país pode revelar-se interessante para as empresas portuguesas pelas seguintes razões:

- Mercado com alguma maturidade, mas em crescimento
- Razoável poder de compra e dimensão de mercado
- Elevadas taxas de penetração de internet e de consumidores *online*
- Transportadoras internacionais bem estabelecidas localmente
- Rede de infraestruturas desenvolvida e em melhoria progressiva
- Contexto regulamentar muito favorável à iniciativa empresarial

O *e-commerce* inclui a venda direta ao consumidor (B2C) e transações entre empresas (B2B). Este último está também a crescer, representando uma parte considerável do comércio eletrónico mundial e do Chile. Entre as principais plataformas de comércio *online* B2B no Chile estão: Mercado Libre, Sodimac e Alibaba. Porém, a análise efetuada recai apenas na vertente B2C, dada a sua maior relevância junto do consumidor final.

(05/2024)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

Conteúdo

1.	Posicionamento do País no e-Commerce Global	3
2.	Maturidade Digital	3
3.	Indicadores de Compras Online	3
4.	Perfil do Consumidor e-Commerce	5
5.	Logística e Distribuição	6
6.	Marketplaces e Retalhistas Online.	6
7.	Meios de Pagamento	6
8.	Quadro Legal e Regulamentar.	7
9.	Recomendações para Exportar Online	9





1. Posicionamento do País no e-Commerce Global

Prevê-se que em 2028 as compras de *e-commerce* dos chilenos atinjam os 15,5 mil milhões de USD, o que representa um crescimento médio anual de 11,4% desde 2024. Este ritmo de crescimento é superior tanto à média mundial (9,5%) como à da América do Sul (10,8%), o que reflete a dinâmica de crescimento deste mercado. Em 2023, o volume de negócios de *e-commerce* foi de cerca de 9,0 mil milhões de USD, tornando o Chile no 29º maior e-mercado mundial e no 3º maior da América do Sul. Esta evolução global encerra, porém, dinâmicas próprias em termos setoriais.

(05/2024)

1.1. Top Países

Posição	Mercado	Compras e-commerce (milhões de USD)
1	China	1 255 000
2	Estados Unidos América	1 066 000
3	Japão	151 100
4	Reino Unido	118 300
5	Alemanha	89 710
29	Chile	8 980

Fonte(s): Statista, maio 2024. Dados referentes a 2022

2. Maturidade Digital

O Chile tem um ambiente digital propício aos negócios *online*. Em 2023, a taxa de penetração da internet superou em 21,5 pp a média mundial (69,3%) e a dos *smartphones* em 6,6 pp (51,2%). Prevê-se que em 2027 as mesmas atinjam 98,0% e 65,8% da população, respetivamente.

- **40 / 115 - Digitalização** Fonte(s): Resilience Digital 2021. Dados do final de 2019
- **17,8 milhões - Utilizadores de internet** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **90,8 % - Taxa de penetração de internet** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **57,8 % - Taxa de penetração de smartphones** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023

(05/2024)

3. Indicadores de Compras Online

O Chile é um mercado com alguma maturidade no que respeita ao *e-commerce*, mas elevado potencial de crescimento. Os indicadores revelam um ímpeto de crescimento, com o valor de compras a aumentar, bem como o gasto médio por comprador. Em 2028, a percentagem de consumidores *online* deverá atingir os 65,7%, abaixo da média prevista para a América do Sul (68,1%), mas bastante acima da média mundial (47,4%) e da previsão de penetração para Portugal (38,5%).

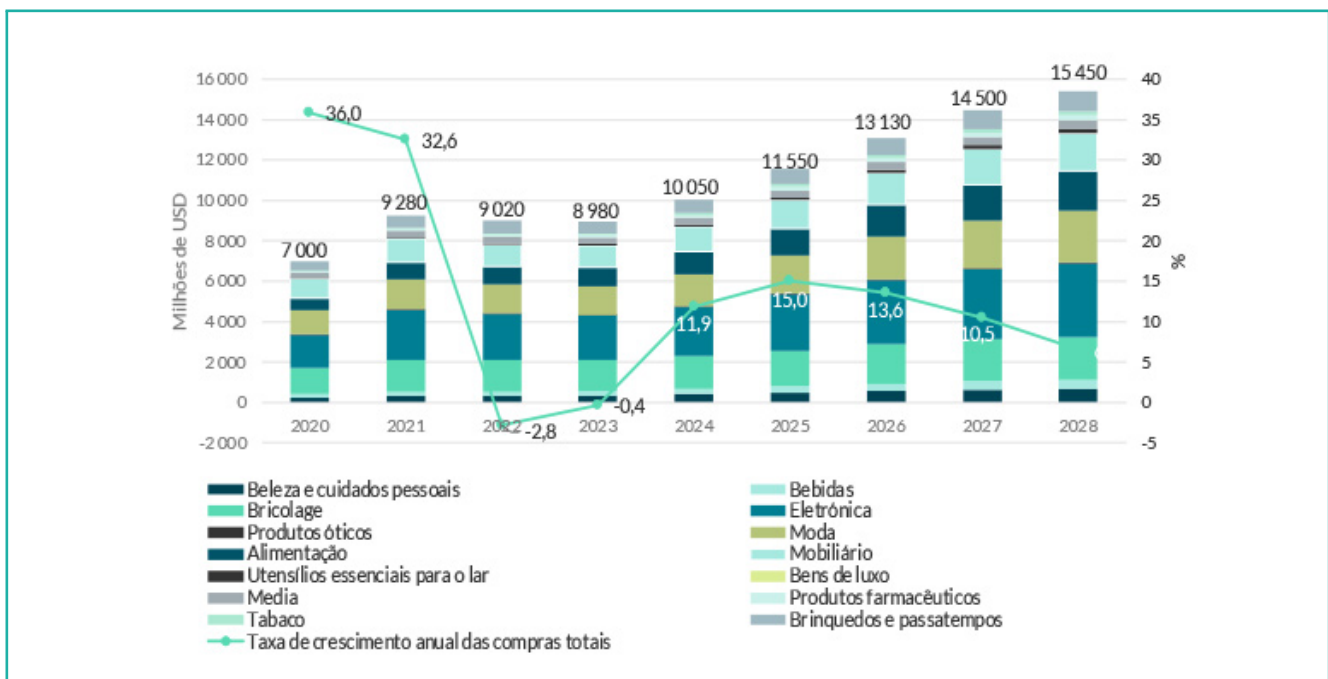
- **9,4 milhões - Compradores online** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **52,8 % - Compradores online no total da população** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023

(05/2024)



3.1. Compras em e-Commerce

Prevê-se que as compras *online* dos chilenos continuem a crescer, mas a um ritmo menos acelerado que o verificado no início da pandemia (2020-2021). Comparativamente, o crescimento médio anual de 2024-2028 (11,4%) deverá ser superior em 1,9 pp ao previsto para o período 2020-2024. Em termos de categoria de produto, de 2024 a 2028, será a categoria de Alimentação a registar o maior crescimento médio anual (20,4%). Por outro lado, a categoria dos Produtos óticos é a que apresenta a menor previsão de crescimento médio anual (5,7%) para o referido período.



Fonte(s): Statista, maio 2024

(05/2024)

3.2. Gasto Médio por Comprador e-Commerce

Prevê-se que o gasto médio *online* dos chilenos volte a superar os 1 000 USD em 2024 (1 001 USD), devendo registar um crescimento médio anual de 5,3% até 2028. Este gasto é inferior às previsões de consumo, para 2024, do e-consumidor chinês (1 553 USD), do português (1 684 USD) e à média mundial (1 620 USD). A distribuição do valor por categoria de produtos difere conforme o e-mercado em causa.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce



Fonte(s): Statista, maio 2024

(05/2024)

4. Perfil do Consumidor e-Commerce

Os chilenos utilizam principalmente o *smartphone* e o computador para compras *online*. Os e-consumidores concentram-se sobretudo entre os 25 e os 44 anos (52%), repartem-se similarmente pelos três escalões, com ligeira preponderância dos de rendimento elevado (38%) e não apresentam nenhuma predominância de género. Além disso, os *e-consumidores* chilenos:

- Pesquisam antes da compra, seja esta *online* ou *offline*, e valorizam o *feedback* de outros consumidores
- Têm alguma preferência por fornecedores nacionais, devido às garantias e ao serviço pós-venda
- Confiam e utilizam o comércio eletrónico transfronteiriço, sobretudo em grandes *marketplaces* como Aliexpress, Wish, Amazon, eBay e Shein
- Aderem fortemente ao consumo *online* em ocasiões como o *CyberDay* (maio) ou *CyberMonday* (novembro)
- Estão habituados a proximidade e rapidez no serviço de apoio ao cliente, sendo comum a utilização do Whatsapp por parte das empresas
- Preferem entregas ao domicílio, mas o *click & collect* já é utilizado em mais de um terço dos envios
- Escolhem a loja *online* com base nos preços e ofertas promocionais (51%), rapidez de envio (33%), disponibilidade de produtos (31%) e facilidade de troca ou devolução (29%)
- Começam a interessar-se pela temática da sustentabilidade, apesar de este ainda não ser um fator de compra
- Estão habituados a personalização, pelo que a utilização de inteligência artificial no marketing tem aumentado substancialmente



- São cada vez mais influenciados pelas redes sociais e, segundo a Camara do Comércio de Santiago, em 2027, 47% das compras online serão em *social commerce*

(05/2024)

5. Logística e Distribuição

O Chile é um país de considerável extensão costeira e elevada concentração populacional. De um modo geral, as infraestruturas e serviços de logística caracterizam-se por:

- Serem razoavelmente eficientes e com um desempenho positivo
- Oferecerem rastreabilidade em tempo real das encomendas
- Abrangerem operadores como: Blue Express, Atenas, Chilepress, Starken, DHL, LET e LATAM Logistics
- **61** / 139 - **Desempenho Logístico Internacional** Fonte(s): World Bank, 2023. Dados referentes a 2022
- **73** / 172 - **Desenvolvimento Postal** Fonte(s): Universal Postal Union, 2023. Dados referentes a 2022

(05/2024)

6. Marketplaces e Retalhistas Online

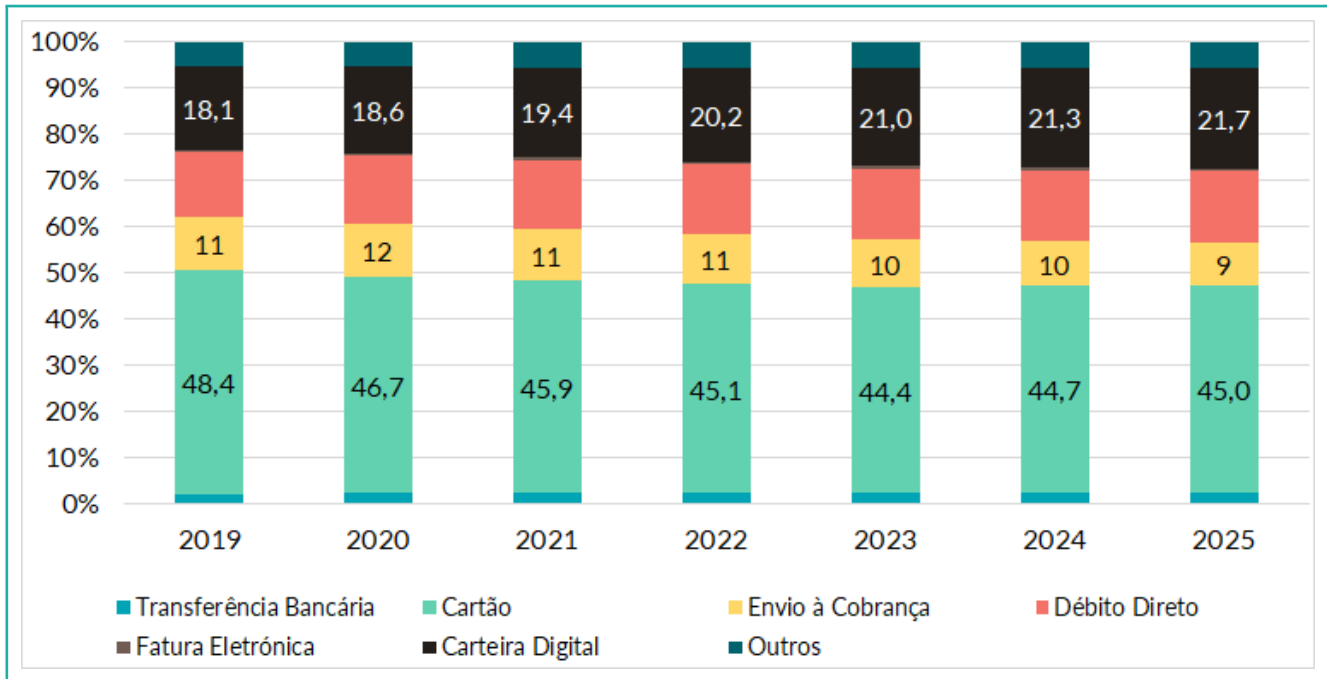
Principais *marketplaces* e retalhistas *online* em termos de vendas líquidas (2023):

- Os 5 primeiros: falabella.com (1 188 milhões), paris.cl (560 milhões USD), lider.cl (519 milhões), shein.com (326 milhões), ripley.cl (246 milhões)
- Dos 20 principais *players* no Chile, o que mais cresceu de 2022 para 2023 foi o mercadolibre.cl (+83,5%)
- Conjuntamente, os cinco principais *marketplaces* e retalhistas representam 55% do total de receitas das 100 maiores lojas *online*

(05/2024)

7. Meios de Pagamento

- O Cartão Bancário irá permanecer como a principal forma de pagamentos *online*
- Pagamentos através de Carteira Digital já representam mais de 20% das transações e continuarão a aumentar
- Algumas formas de pagamento utilizadas localmente incluem: Webpay, OnePay, OnePay, PayPal, Pay U, 2CHECKOUT, khipu, mercado pago, stripe e Servipag



Fonte(s): Statista, junho 2022

(05/2024)

8. Quadro Legal e Regulamentar

8.1. Introdução

O comércio internacional *online B2C* acarreta algumas dificuldades extra, para além das já complexas regras do comércio internacional que se aplicam/usam em qualquer negócio *B2B* (*INCOTERMS*, formalidades alfandegárias, regulamentação dos produtos, etc).

Devido ao relacionamento direto com o consumidor final, é aconselhável conhecer as regras (caso existam) que protegem o consumidor e regulam as vendas à distância do mercado de destino (algumas podem ter natureza imperativa, como, por exemplo, privacidade e proteção de dados).

(02/2026)

8.2. E-Commerce no Chile

Quem vende à distância *B2C* para um país terceiro ou crie uma loja *online* nesse mesmo mercado deve acautelar-se e procurar conhecer o respetivo enquadramento legal.

A nível nacional, de acordo com a *Global Cyberlaw Tracker* da UNCTAD (*The case of Chile*), o comércio eletrónico no Chile encontra-se devidamente regulado ao nível da proteção do consumidor, cibercrime, transações eletrónicas, privacidade e proteção de dados.

(02/2026)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

8.3. Normas e-commerce

De particular importância são o [Regulamento do Comércio Eletrónico](#), a [Lei sobre a Proteção dos Direitos dos Consumidores](#), a [Lei sobre a Proteção da Vida Privada](#) e a [Lei de Proteção e Tratamento de Dados Pessoais](#).

O *Servicio Nacional del Consumidor* disponibiliza alguma informação sobre compras *online* por particulares: [Tus derechos en el Comercio Electrónico](#).

(02/2026)

8.4. Entidades responsáveis

A entidade pública que mais se destaca no âmbito do comércio *online* é o *Servicio Nacional del Consumidor*, mas existem outras que tratam de matérias relacionadas como a *Subsecretaria de Telecomunicaciones*, que em 2023 realizou um [estudo](#) sobre acesso, uso e utilizadores de Internet no Chile.

A entidade responsável pela administração/registo do *Top Level Domain “.CL”* é a ([NIC Chile IANA ccTLD database](#)).

(02/2026)

8.5. Importação de produtos online

Tal como acontece no comércio *offline*, é o mercado de destino que estabelece as formalidades e os direitos aduaneiros ou outros impostos/taxas aplicadas à importação do produto.

No que se refere ao Chile, é possível obter essa informação no [site Access2Markets \(A2M\)](#), selecionando o produto a exportar ([VIDEO](#)).

Nos procedimentos e formalidades, para além da documentação exigida para a importação do produto, é ainda disponibilizada informação sobre as regras chilenas de rotulagem/embalagem e o sistema de qualidade aplicado nos produtos industriais (normas técnicas ou *standards*).

Podem, no entanto, existir algumas especificidades, nomeadamente no comércio *B2C*/envios expresso, que não são referidas no *A2M*. Com efeito, nos envios [expresso](#) (*express shipments*), muito utilizados no comércio *B2C*, desde 25 de outubro de 2025, o anterior valor de isenção aduaneira dos bens passa de 41 para 500 USD, sendo que, concomitantemente, termina totalmente a isenção de IVA existente para os envios até aos referidos 41 USD.

Independentemente do valor da importação ou o tipo de destinatário (*B2B* ou *B2C*) é, ainda, de referir pode haver isenção/redução de direitos aduaneiros em virtude da aplicação desde 1 de fevereiro de 2025 do novo [Acordo de Comércio Provisório](#).

Para que possa ser aplicada a isenção/redução dos direitos aduaneiros é necessário que as mercadorias sejam consideradas comunitárias de acordo com as regras de origem referidas nos [artigos 3.1 a 3.12 do novo Acordo](#) e no desalfandegamento seja apresentada uma das seguintes provas de origem:

- Declaração de origem na fatura, emitida por qualquer exportador nas remessas ocasionais de valor igual ou inferior a 6 000 euros
- Declaração de origem na fatura, emitida por um Exportador Registado no Sistema REX nos demais casos

O estatuto de Exportador Registado deve ser solicitado junto da Direção de Serviços de Tributação Aduaneira da [AT](#), através de [formulário próprio](#) enviado via *E-Balcão* no Portal das Finanças, escolhendo as opções: Origem Mercadoria | Estatuto Exp | REX/Exportador Autorizado.

Para além dos direitos aduaneiros recai, ainda, sobre a importação de bens e serviços o IVA à taxa de [19%](#).



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

Em termos de cobrança do IVA, a [Lei n.º 21.713, de 24 de outubro de 2024](#) (relativa ao Cumprimento das Obrigações Tributárias), cujas medidas entraram em vigor a 25 de outubro de 2025, incorpora mudanças relevantes no tratamento tributário do comércio digital internacional *B2C*.

Assim, os fornecedores estrangeiros e os *marketplaces* que vendam *online* bens de baixo valor a consumidores finais no Chile são responsáveis pela cobrança do IVA no momento da compra e consequente entrega do imposto à autoridade fiscal chilena ([Servicio de Impuestos Internos](#)), junto da qual terão de, previamente, registar-se no Regime Simplificado de Tributação, recebendo um número de identificação fiscal ([RUT](#)).

Aquando da venda, os vendedores ou plataformas deverão, ainda, obrigatoriamente, fornecer ao transportador as seguintes informações: identificação do vendedor ou *marketplace*, número do RUT atribuído pelo SII, indicação explícita de que o IVA foi cobrado, o código de acompanhamento do envio e o número fiscal do destinatário - [Chile VAT: new regulations for business to consumer sales transactions on digital marketplaces | International Bar Association](#).

A *Chile Aduanas Customs* faz vários alertas sobre a [responsabilidade do consumidor chileno, na qualidade de importador](#), nas compras *online* efetuadas a empresas estrangeiras.

Por sua vez, o *site* dos correios chilenos ([correoschile](#)) também disponibiliza informação sobre [importação e compras no estrangeiro](#).

(02/2026)

8.6. Propriedade industrial (marca, patente e design)

O registo efetuado em Portugal apenas produz efeitos em território nacional.

É possível alargar a proteção legal a outros países através de registo internacional (procedimentos: [marcas](#); [patentes](#); [design](#)) ou efetuar o registo diretamente no mercado pretendido, junto do [organismo](#) responsável pela proteção da propriedade industrial, que no caso do Chile é o *Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI)*.

(02/2026)

9. Recomendações para Exportar Online

Para se ter sucesso na exportação *online* para o Chile importa:

- Informar e comunicar em castelhano, uma vez que a maioria da população não domina o inglês
- Utilizar meios de comunicação ágeis como as redes sociais e, eventualmente, localizar os serviços de pós-venda e apoio ao cliente
- Considerar que o *mobile* é o presente e futuro deste *e-mercado*
- Recorrer ao marketing de influência (redes sociais) para promover os produtos e serviços
- Fornecer os meios de pagamentos locais

(05/2024)