

E-commerce 2026: del crecimiento a la consistencia - las claves para la nueva etapa del comercio digital

1. De la expansión a la madurez

El comercio electrónico latinoamericano ha recorrido un camino vertiginoso durante la última década. Tras años marcados por la aceleración digital impulsada por la pandemia y el crecimiento de la oferta online, el ecosistema entra hoy en una nueva fase: la de la **consistencia**.

El desafío ya no es crecer por volumen, sino **sostener ese crecimiento con eficiencia, confianza y experiencia**.

En Chile, uno de los mercados más desarrollados de la región, el e-commerce se consolida como un pilar del consumo y de la transformación del retail. Sin embargo, la competencia global, la presión en costos logísticos y la sofisticación del consumidor exigen una evolución del modelo.

2026 marcará el inicio de un nuevo ciclo: **menos velocidad, más profundidad**. Una etapa en que la madurez digital, la colaboración entre actores y el uso inteligente de los datos serán los factores que definirán a los líderes del comercio electrónico.

2. Tendencias globales que darán forma a 2026

El último estudio regional presentado por **GFK/NIQ** evidencia que el mundo digital está transitando desde la expansión acelerada hacia una etapa de optimización estructural. De acuerdo al análisis, cinco tendencias concentrarán la agenda global durante 2026:

- **Omnicanalidad total**

Los consumidores ya no piensan en “comprar online” o “en la tienda”, sino simplemente **comprar donde les resulte más conveniente**.

Las marcas líderes integran precios, inventario y devoluciones en un único flujo de experiencia, difuminando los límites entre el canal físico y digital.

- **El consumidor por valor**

Aunque la inflación regional muestra signos de estabilización, el consumidor sigue más racional. Busca promociones, transparencia y conveniencia, pero sin sacrificar calidad ni tiempos de entrega. La **confianza** será la nueva moneda del e-commerce.

- **Social commerce y experiencia móvil**

Las redes sociales evolucionan desde canales de inspiración hacia verdaderos espacios de conversión. La **Generación Z** compra a través de contenido, video corto y recomendaciones de creadores, exigiendo plataformas con procesos de pago ágiles y devoluciones simples.

- **Logística como factor de decisión**

La promesa de entrega, y su cumplimiento, se ha convertido en uno de los principales determinantes de recompra. La trazabilidad, la velocidad y la flexibilidad en la última milla serán ventajas competitivas clave en 2026.

- **Data, IA y personalización**

El uso de **inteligencia artificial** para predecir demanda, ajustar precios y recomendar productos marcará la diferencia entre crecer o mantenerse. El futuro del retail será data-driven, y los consumidores esperarán experiencias cada vez más personalizadas y consistentes.

3. Chile frente al nuevo ciclo digital

De acuerdo con los análisis del **Comité de Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio de Santiago (CCE)**, Chile llega a 2026 con un ecosistema digital consolidado: alta bancarización, confianza en medios de pago, institucionalidad sectorial y una sólida base de consumidores online.

Sin embargo, esta madurez trae nuevos desafíos. Según la clasificación de GFK, Chile ya se encuentra en la fase 2, y comienza a mirar las **fases 3 y 4 de desarrollo e-commerce**, donde el crecimiento se modera y la prioridad pasa a ser la **eficiencia y la rentabilidad**.



En línea con este desempeño, las **Estadísticas Experimentales del Banco Central** muestran que la penetración de las ventas online sobre el total del comercio minorista se mantuvo en **niveles estructuralmente elevados durante 2025**.

A octubre, el canal digital representó en promedio **entre 11% y 13% de las ventas totales del comercio minorista**, con *peaks* que superaron el **16% en meses de mayor intensidad comercial**.

Sectores como **grandes tiendas y vestuario, calzado y equipamiento doméstico** registraron niveles de penetración online consistentemente superiores al promedio, reflejando un canal digital **ya consolidado dentro de la estructura de ventas del retail chileno**.

Esta evolución confirma que el crecimiento observado en 2025 **no responde a un rebote coyuntural**, sino a una **integración permanente del e-commerce en los hábitos de consumo**, reforzando la expectativa de un cierre anual con **crecimiento nominal de dos dígitos**, en el rango de **10% a 15%**.

Las brechas estructurales que definirán la próxima etapa incluyen:

- Catálogos online poco profundos comparados con los de marketplaces globales.

- Diferencias logísticas relevantes entre regiones extremas y la zona central.
- Limitada integración omnicanal de datos y stock entre tiendas físicas y online.
- Poca adopción de social commerce y automatización de experiencias postventa.

Si bien los e-commerce locales líderes son competitivos a nivel global en estas áreas, persisten brechas significativas con las empresas de menor tamaño. Aun así, el ecosistema chileno se mantiene como **líder regional** en confianza digital, transparencia y articulación entre actores públicos y privados.

4. Cinco claves para competir en 2026

Omnicanalidad real

Los consumidores esperan coherencia total: mismo precio, mismo stock y misma posibilidad de devolución sin importar el canal. Integrar operaciones físicas y digitales será la base de toda estrategia de crecimiento sostenible.

Confianza y servicio postventa

El nuevo diferencial no será la rapidez, sino la **seguridad de la promesa**. Entregas confiables, atención ágil y devoluciones simples definirán la lealtad del consumidor.

Experiencia personalizada

El uso de datos e IA permitirá anticipar preferencias y diseñar experiencias más relevantes. Las marcas que logren ofrecer personalización sin fricción destacarán en un mercado saturado.

Sostenibilidad y trazabilidad

El consumidor chileno comienza a valorar atributos ambientales y sociales. Certificaciones, embalajes reciclables y cadenas de suministro responsables pueden transformarse en una ventaja competitiva clara.

Medición colaborativa

Compartir datos de ventas, tráfico y conversión por evento y mes, bajo estrictos estándares de confidencialidad, permitirá fortalecer los benchmarks nacionales y orientar políticas sectoriales basadas en evidencia.

5. Hacia un ecosistema más inteligente

El 2025 fue un año de avance metodológico clave para el Comité de Comercio Electrónico. Tras sucesivas mejoras en la recolección y validación de datos junto a **GFK**, Chile logró implementar aperturas de información tanto por categoría como por región.

Por primera vez, **10 de 18 categorías y 13 de las 16 regiones del país** cuentan con datos representativos gracias al primer piloto realizado en el evento Cyber Monday, reflejando un ecosistema e-commerce más descentralizado y medible. Estas mejoras metodológicas permitirán al CCE seguir profundizando en análisis por categoría, región y tamaño de empresa, promoviendo una visión más completa del impacto del comercio digital a nivel nacional y entregando mejor información de mercado.

“La fortaleza del ecosistema chileno hoy está en su capacidad de medir, aprender y mejorar de forma colectiva.” — Comité de Comercio Electrónico, CCS.

6. Preparar hoy el e-commerce de 2026

El próximo año será el punto de inflexión entre expansión y sofisticación. El crecimiento del e-commerce dependerá menos del volumen de tráfico y más de la **consistencia de la experiencia**: desde la búsqueda hasta la entrega final.

Chile tiene la base: infraestructura, confianza y un ecosistema colaborativo maduro. El desafío ahora es transformar esa base en una ventaja competitiva sostenible, capaz de anticipar tendencias, optimizar la experiencia del cliente y proyectar al país hacia una nueva década de liderazgo digital.

Desde el Comité de Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio de Santiago seguiremos impulsando la colaboración, la inteligencia de datos y la visión de futuro para fortalecer el ecosistema nacional del e-commerce.

Fuentes:

- Presentación “*Comercio electrónico global: panorama y tendencias*”, NielsenIQ / GFK, Octubre 2025.
- “*Tendencias y desafíos del e-commerce chileno 2025–2026*”, George Lever, Cámara de Comercio de Santiago.
- Análisis propios del Comité de Comercio Electrónico (CCE–CCS).