



# Viaje del Usuario



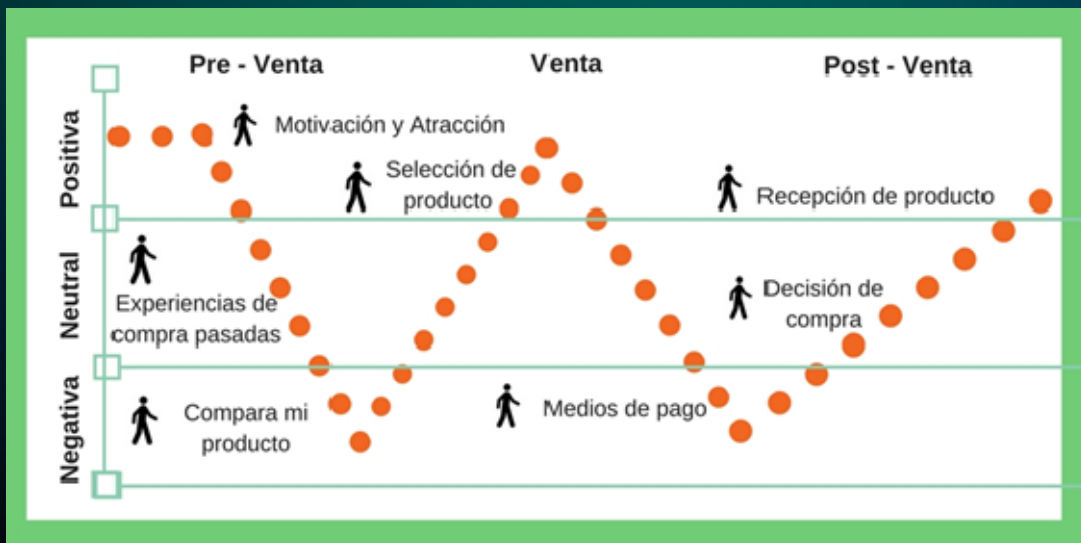


## INTRODUCCIÓN



El viaje del usuario es una herramienta de Design Thinking que busca mejorar un producto o servicio al comprender las opiniones y experiencias de los clientes. Se enfoca en identificar y visualizar las etapas, interacciones, canales y elementos que atraviesa un cliente durante el ciclo de compra. En el ámbito del comercio electrónico, se utiliza para estudiar la usabilidad de las webs y su interacción con los consumidores.

Se realizó un ejercicio con esta metodología en el estudio SERNAC Cyber 2021 y el cual se replica para el año 2022.



En el año 2021 se construyó el mapa del viaje del usuario para visualizar de manera simple cuáles eran las etapas fuertes y débiles de las compras en línea en el evento Cyber.



## OBJETIVOS

★★★★★

Construir el mapa del viaje del usuario del comercio electrónico utilizando como indicadores los reclamos ingresados a SERNAC entre marzo de 2022 y febrero de 2023, y de esta forma, poner especial atención en los puntos débiles del ciclo de compra en línea y considerarlos como factores relevantes en su decisión de compra.



## PROBLEMA CENTRAL

★★★★★

En algunos casos la información se percibe un tanto distorsionada respecto al ciclo de compra en sí, pues es común asumir que un proveedor con una gran cantidad de reclamos tiene un comportamiento deficiente y un proveedor con pocos reclamos tiene un comportamiento adecuado. Aun cuando ello suele ser así, interpretarlo de esa forma impide que el consumidor pueda percibir de una manera específica cuáles son las etapas fuertes y débiles de un proveedor en un ciclo de compra y en los que justamente debe poner especial atención y/o en los que debería basar su decisión de compra.





## RESULTADOS GENERALES



La compra en línea una réplica del ciclo de compra de modo tal que, cuando se compra un producto con un servicio que es el despacho a domicilio, el viaje del usuario permite visualizar de manera simple y continua cuales son las etapas fuertes y débiles de este ciclo.

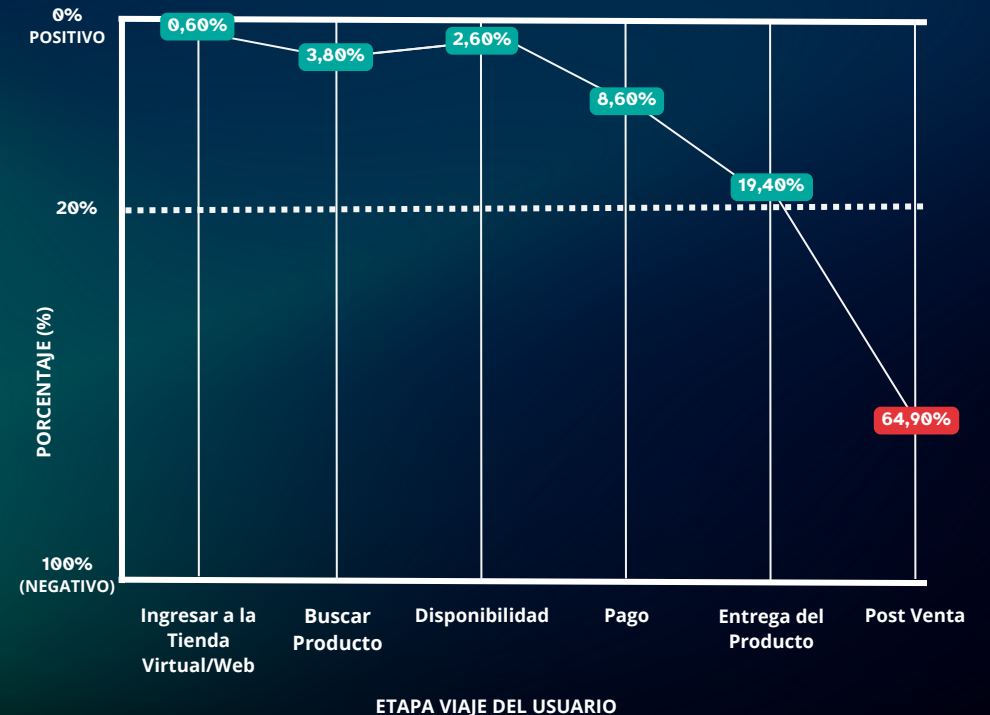


El periodo analizado para el viaje de usuario es de marzo del 2022 de febrero del 2023

Sólo la etapa de post venta presenta valoración negativa con un 64,90% de los reclamos.

En la post venta los motivos preponderantes son:

- Contrato: formalidades, dificultades de término, término, término unilateral y no entrega.
- Garantía legal: no devuelve dinero, no efectúa cambio y no repara gratuitamente.
- Producto: defectuoso, pieza o partes de ellas.
- Entrega del producto: distinto al adquirido o comprado.





## RESULTADOS ESPECÍFICOS



Se construyeron los viajes de usuario de las 10 empresas con más reclamos, con el fin de establecer los puntos fuertes y débiles de la compra mediante comercio electrónico.

N°	PROVEEDOR	TOTAL (N°)	TOTAL (%)
1	FALABELLA.COM - LINIO	14.010	27,9%
2	LIDER.CL	6.431	12,8%
3	LATAM AIRLINES - LATAM TRAVEL (AGENCIA VIAJES) - PUNTOS LANPASS Y VENTAS INTERNET	6.025	12,0%
4	DESPEGAR.COM CHILE - VIAJES FALABELLA	3.333	6,6%
5	MERCADO LIBRE- PORTALINMOBILIARIO.COM - MERCADO PAGO - MERCADO PAGO EMISORA	2.989	5,9%
6	SODIMAC (HOMECENTER - HOMOY) VENTAS INTERNET Y VENTA TELEFONICA	2.959	5,9%
7	EASY TIENDAS - VENTAS INTERNET Y VENTA TELEFONICA	1.534	3,1%
8	CAT/TARJETAS JUMBO, PARIS, EASY, T.BUS, CENCOSUD VISA, MASTERCARD, BANCO PARIS TARJ. Y CRED.CONSUMO	1.060	2,1%
9	ADIDAS CHILE - VENTAS INTERNET	808	1,6%
10	SAMSUNG - VENTAS INTERNET	701	1,4%

Estas 10 empresas, concentran el 79,3% de los reclamos del periodo analizado.

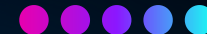
Están encabezadas por:

- 1.Falabella.com-Linio con un 27,9%.
- 2.Líder (12,8%).
- 3.Latam (12,0%).





## MAPA DEL VIAJE DE USUARIO DE: FALABELLA.COM - LINIO (27,9%)



Respecto del viaje del usuario para el periodo analizado las etapas de Ingresar a la Tienda Virtual/Web (0,62%), Buscar Producto (3,00%), Disponibilidad (2,26%) y Pago (7,88%), tienen VALORACIONES POSITIVAS

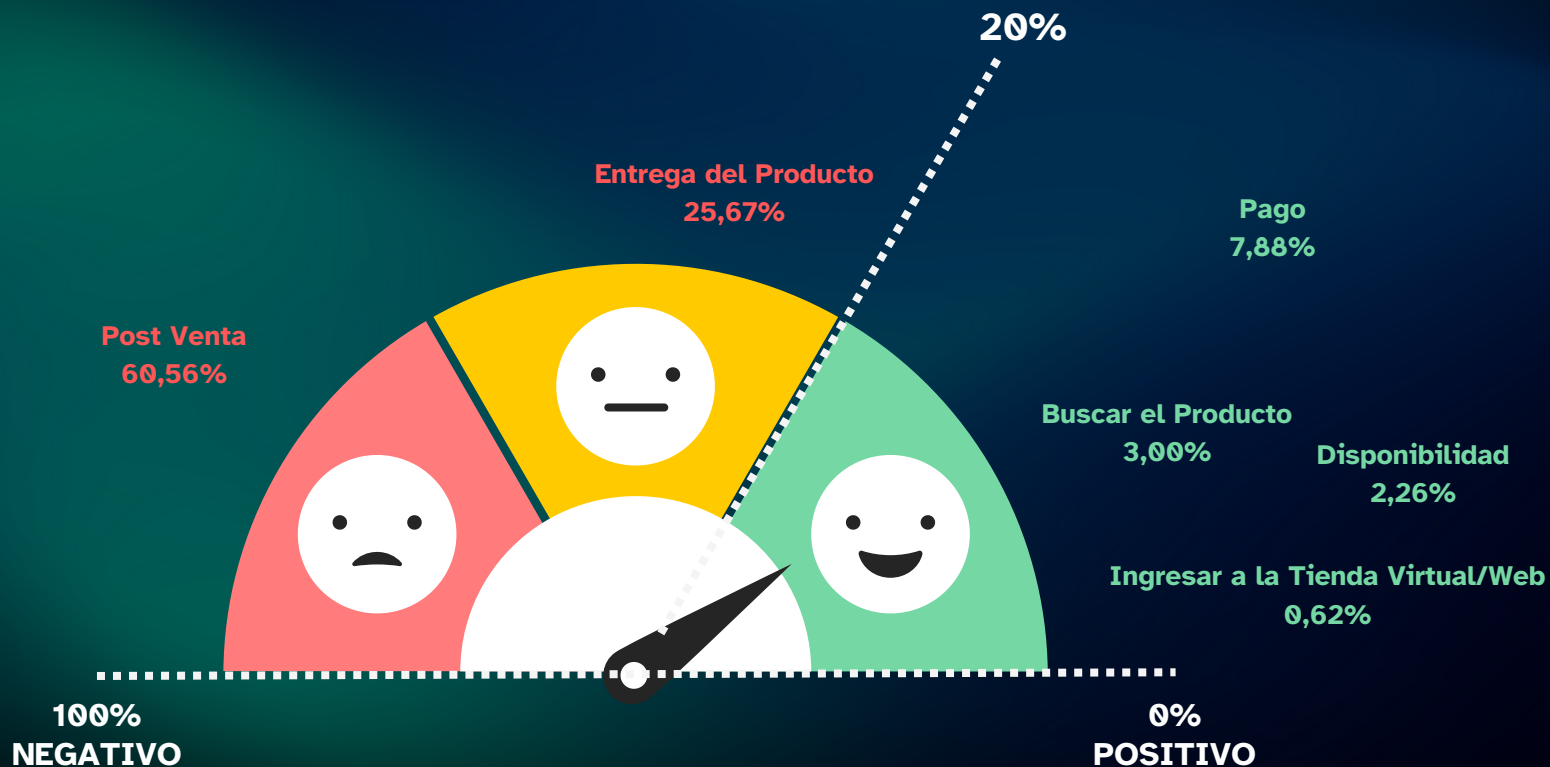
# *falabella.*



Las etapas de Entrega de Producto (25,67%) y Post Venta (60,56%) presentan **VALORACIÓN NEGATIVA** del usuario.

Los principales motivos legales de esta valoración negativa son:

- Entrega del producto: Retardo en la entrega de lo comprado.
- Post venta: Dificultad para el término de contrato, formalidades de contrato y término unilateral de contrato.





## MAPA DEL VIAJE DE USUARIO DE: LIDER.CL (12,8%)



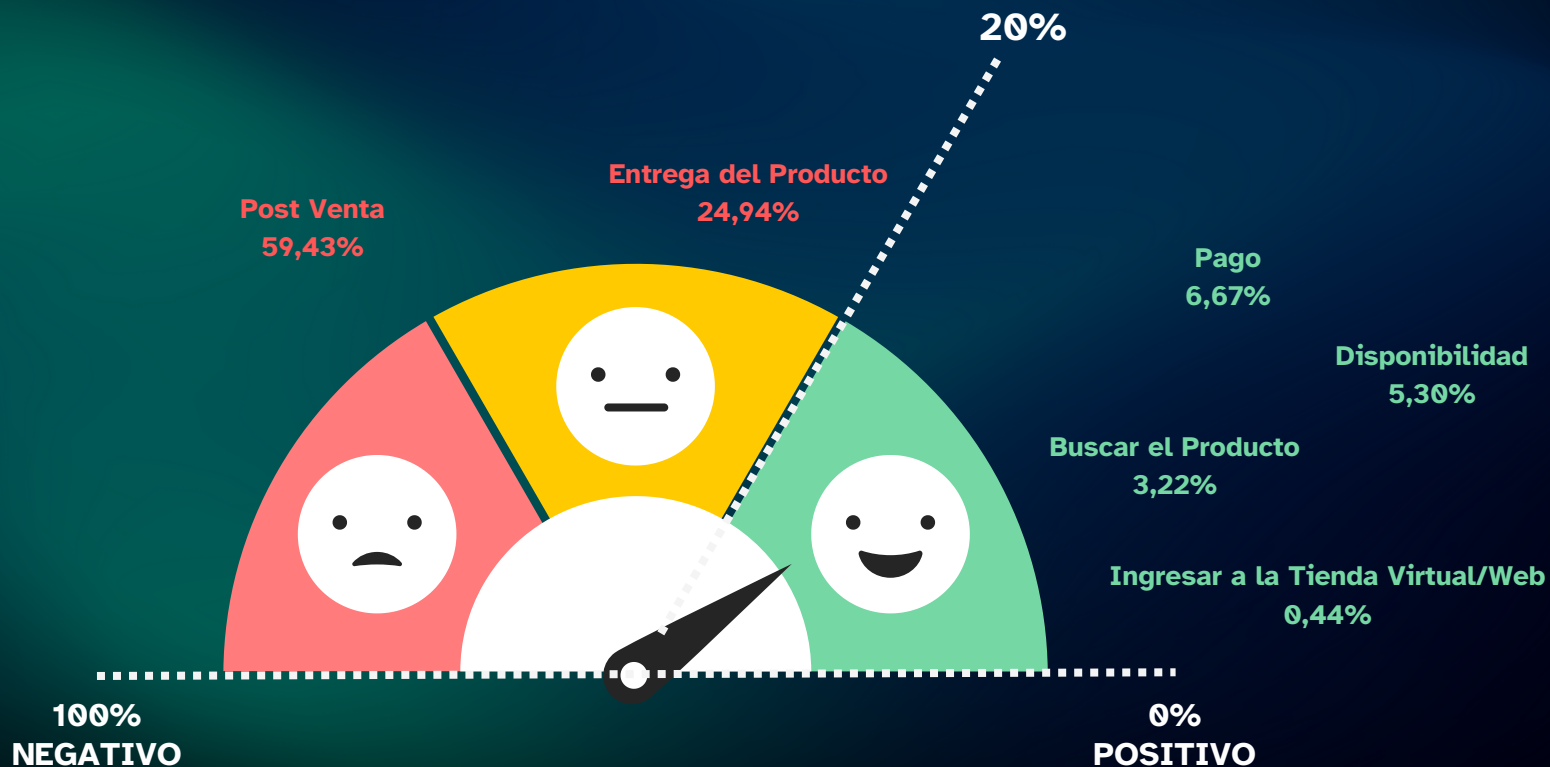
Respecto del viaje del usuario para el periodo analizado las etapas de Ingresar a la Tienda Virtual/Web (0,44%), Buscar Producto (3,22%), Disponibilidad (5,30%) y pago (6,67%), tienen VALORACIONES POSITIVAS

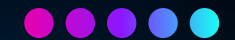


Las etapas de entrega de Producto (24,94%) y Post Venta (59,43%) presentan **VALORACIÓN NEGATIVA** del usuario.

Los principales motivos legales de esta valoración negativa son:

- Entrega del producto: Retardo en la entrega de lo comprado.
- Post Venta: Dificultad para el término de contrato, formalidades de contrato y término unilateral de contrato.





# MAPA DEL VIAJE DE USUARIO DE: : LATAM AIRLINES - LATAM TRAVEL (12%)

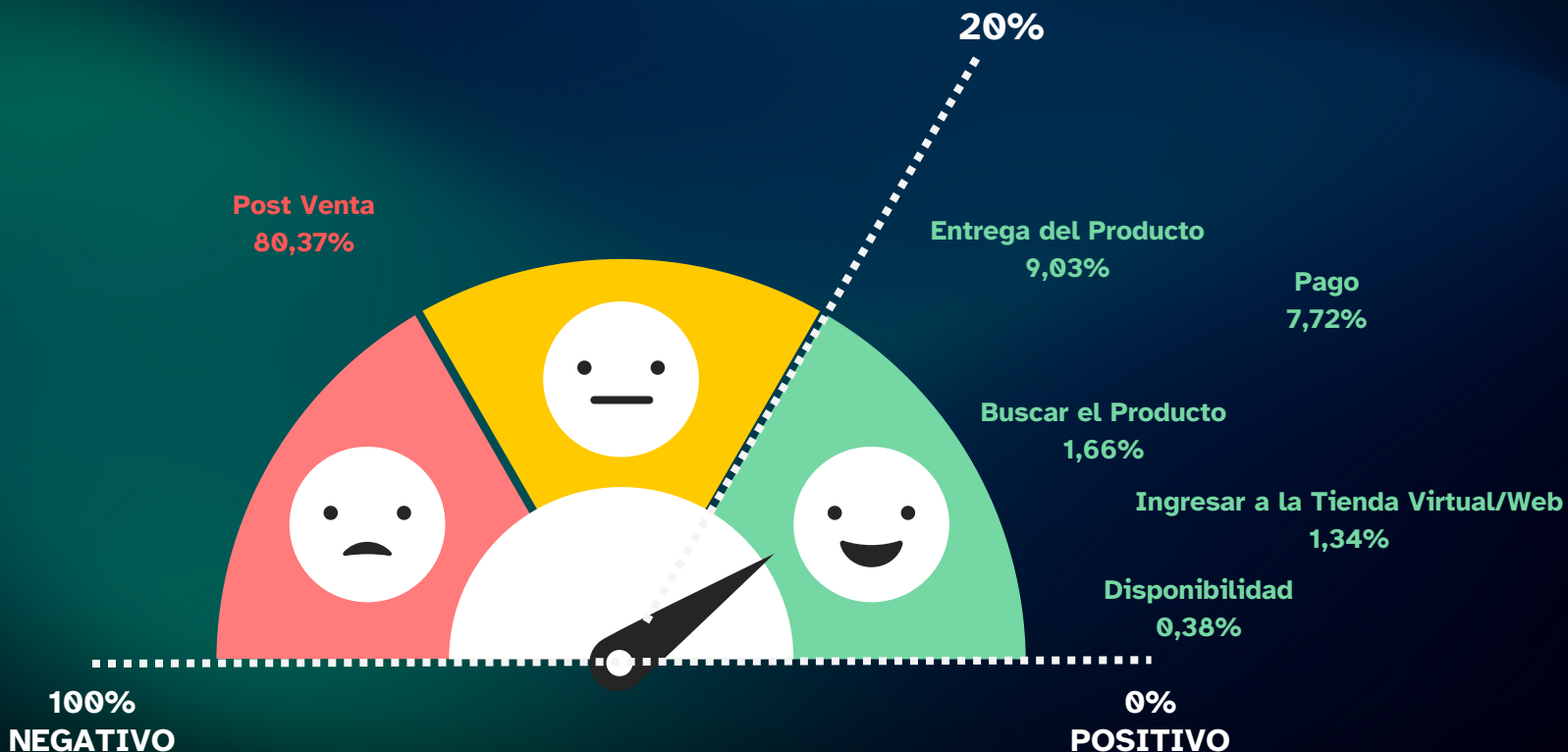
Respecto del viaje del usuario para el periodo analizado las etapas de Ingresar a la tienda Virtual/Web (1,34%), Buscar Producto (1,66%), Disponibilidad (0,38%) y Pago (7,72%) y Entrega del Producto (9,03%), tienen VALORACIONES POSITIVAS.



Las etapa Post Venta (80,37%) presentan **VALORACIÓN NEGATIVA** del usuario.

Los principales motivos legales de esta valoración negativa son:

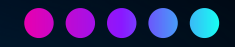
- Entrega del producto: Retardo en la entrega de lo comprado.
- Post venta: Dificultad para el término de contrato, formalidades de contrato y término unilateral de contrato.







# MAPA DEL VIAJE DE USUARIO DE: : DESPEGAR.COM CHILE - VIAJES FALABELLA (6,6%)



Respecto del viaje del usuario para el periodo analizado las etapas de Ingresar a la Tienda Virtual/Web (0,0%), Buscar Producto (1,65%), Disponibilidad (0,27%) y Pago (9,24%) y Entrega del Producto (1,23%), tienen VALORACIONES POSITIVAS.



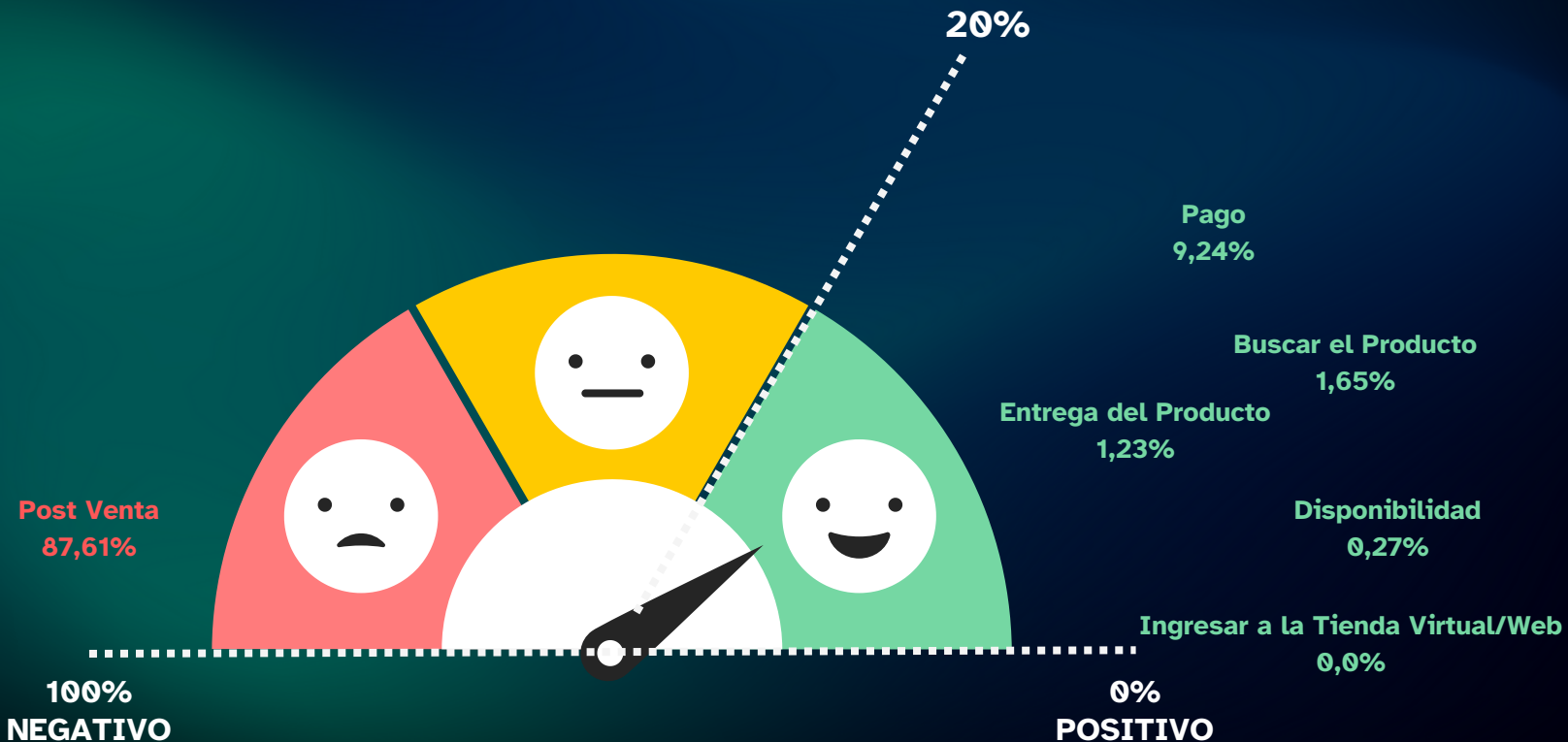
## despegar



Las etapa Post Venta (87,61%) presentan **VALORACIÓN NEGATIVA** del usuario.

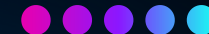
Los principales motivos legales de esta valoración negativa son:

- Entrega del producto: Retardo en la entrega de lo comprado.
- Post venta: Dificultad para el término de contrato, formalidades de contrato y término unilateral de contrato.





## MAPA DEL VIAJE DE USUARIO DE: : MERCADO LIBRE- PORTALINMOBILIARIO.COM - MERCADO PAGO - MERCADO PAGO EMISORA (5,9%)



Respecto del viaje del usuario para el periodo analizado las etapas de Ingresar a la Tienda Virtual/Web (1,77%), Buscar Producto (3,61%), Disponibilidad (1,10%) y Pago (12,91%) y Entrega del Producto (10,27%), tienen **VALORACIONES POSITIVAS**



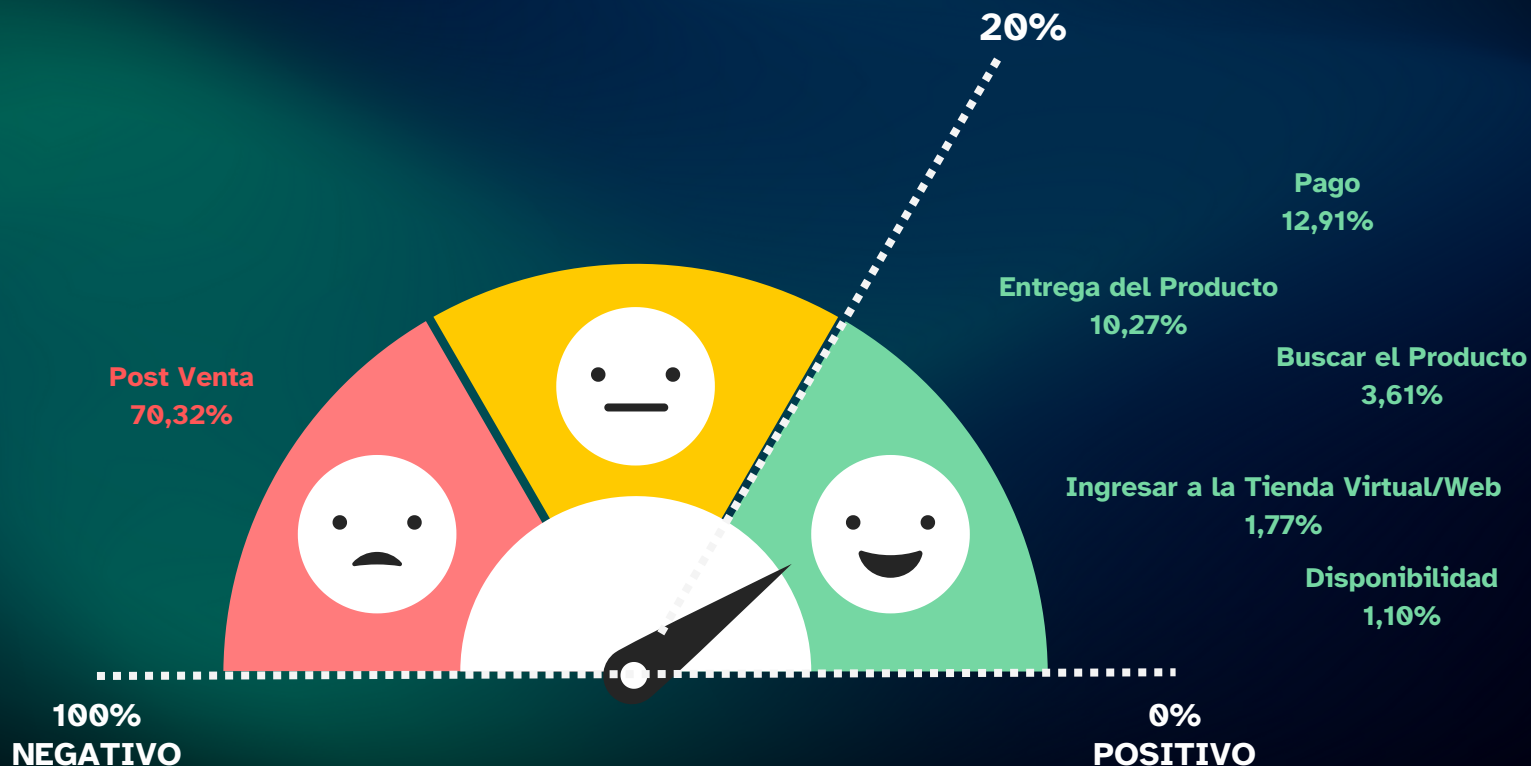
**mercado  
libre**



Las etapa post venta (70,32%)  
presentan **VALORACIÓN  
NEGATIVA** del usuario.

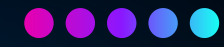
Los principales motivos legales de  
esta valoración negativa son:

- Entrega del producto: Retardo en la entrega de lo comprado.
- Post venta: Dificultad para el término de contrato, formalidades de contrato y término unilateral de contrato.





## MAPA DEL VIAJE DE USUARIO DE: : SODIMAC (HOMECENTER - HOMY) VENTAS INTERNET Y VENTA TELEFONICA. (5,9%)



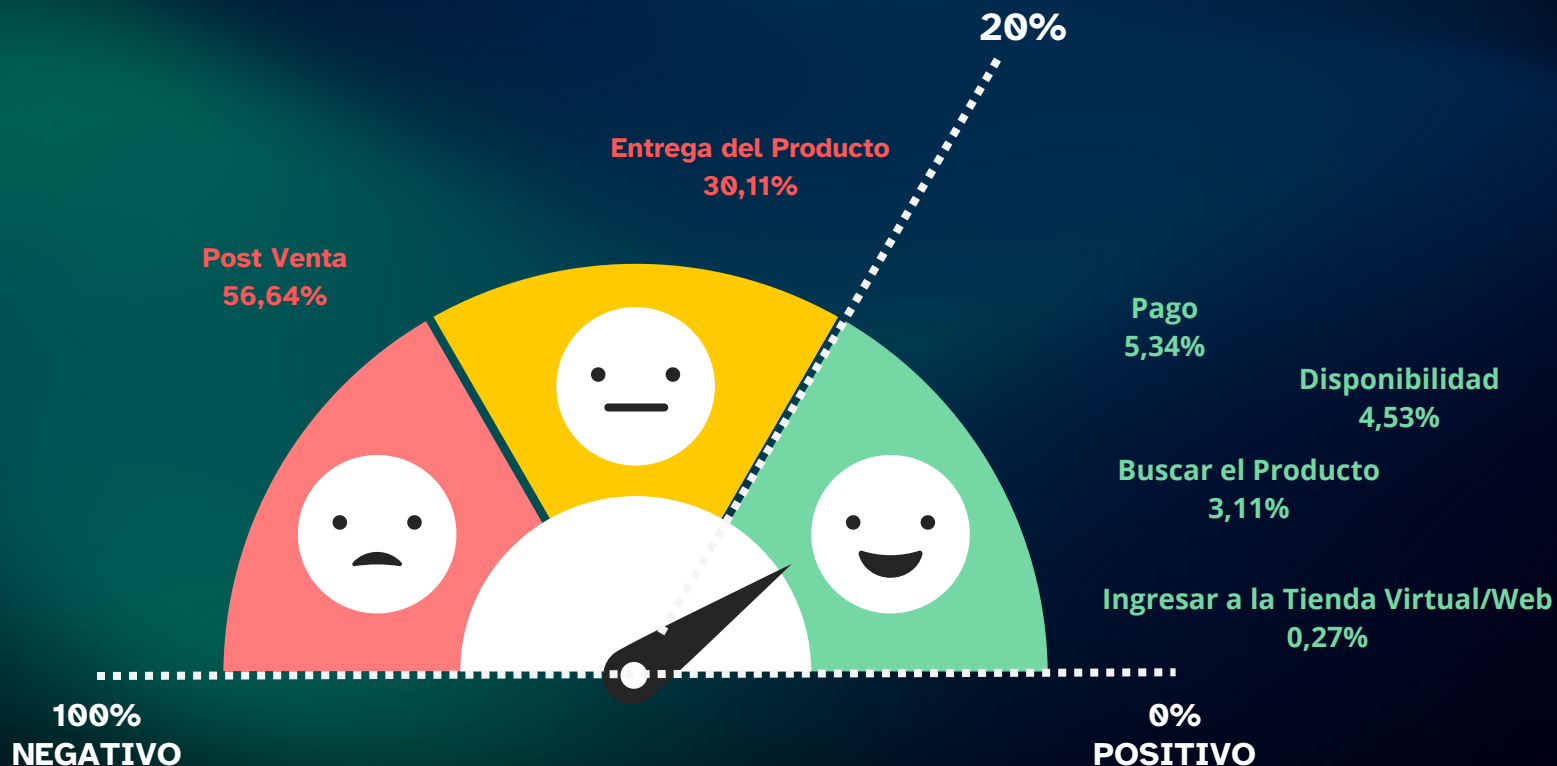
Respecto del viaje del usuario para el periodo analizado las etapas de Ingresar a la Tienda Virtual/Web (0,27%), Buscar Producto (3,11%), Disponibilidad (4,53%) y Pago (5,34%) tienen VALORACIONES POSITIVAS.



Las etapas de entrega de producto (30,11%) y post venta (56,64%) presentan **VALORACIÓN NEGATIVA** del usuario.

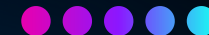
Los principales motivos legales de esta valoración negativa son:

- Entrega del producto: Retardo en la entrega de lo comprado.
- Post venta: Dificultad para el término de contrato, formalidades de contrato y término unilateral de contrato.





## MAPA DEL VIAJE DE USUARIO DE: : : EASY TIENDAS - VENTAS INTERNET Y VENTA TELEFONICA. (3,1%)



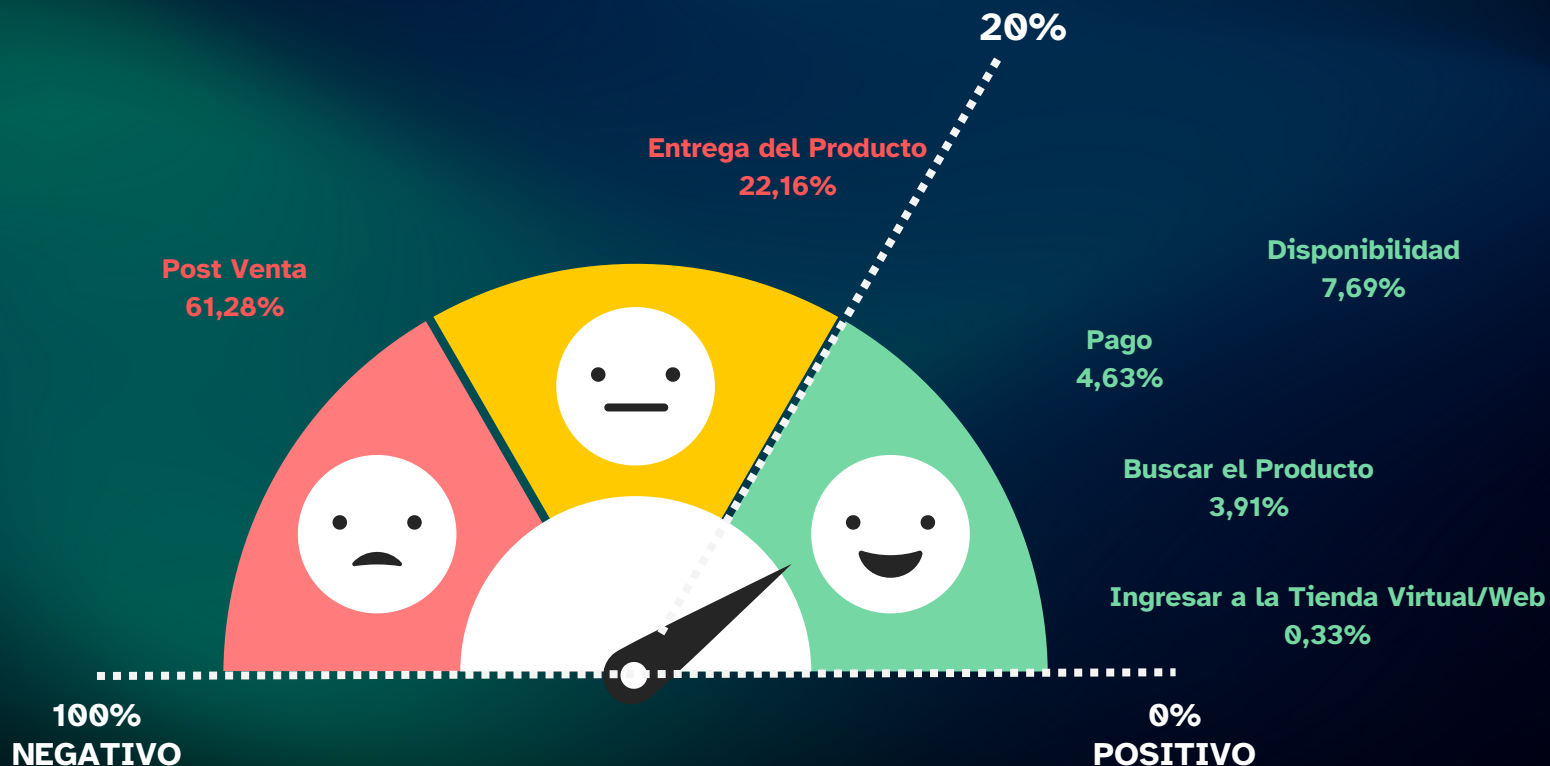
Respecto del viaje del usuario para el periodo analizado las etapas de Ingresar a la tienda Virtual/Web (0,33%), Buscar Producto (3,91%), Disponibilidad (7,69%) y Pago (4,63%) tienen **VALORACIONES POSITIVAS**.



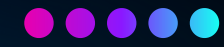
Las etapas de Entrega de Producto (22,16%) y Post Venta (61,28%) presentan **VALORACIÓN NEGATIVA** del usuario.

Los principales motivos legales de esta valoración negativa son:

- Entrega del producto: Retardo en la entrega de lo comprado.
- Post venta: Dificultad para el término de contrato, formalidades de contrato y término unilateral de contrato.



# MAPA DEL VIAJE DE USUARIO DE: : : CAT/TARJETAS JUMBO, PARIS, EASY, T.BUS, CENCOSUD VISA, MASTERCARD, BANCO PARIS TARJ. Y CRED.CONSUMO (2,1%)



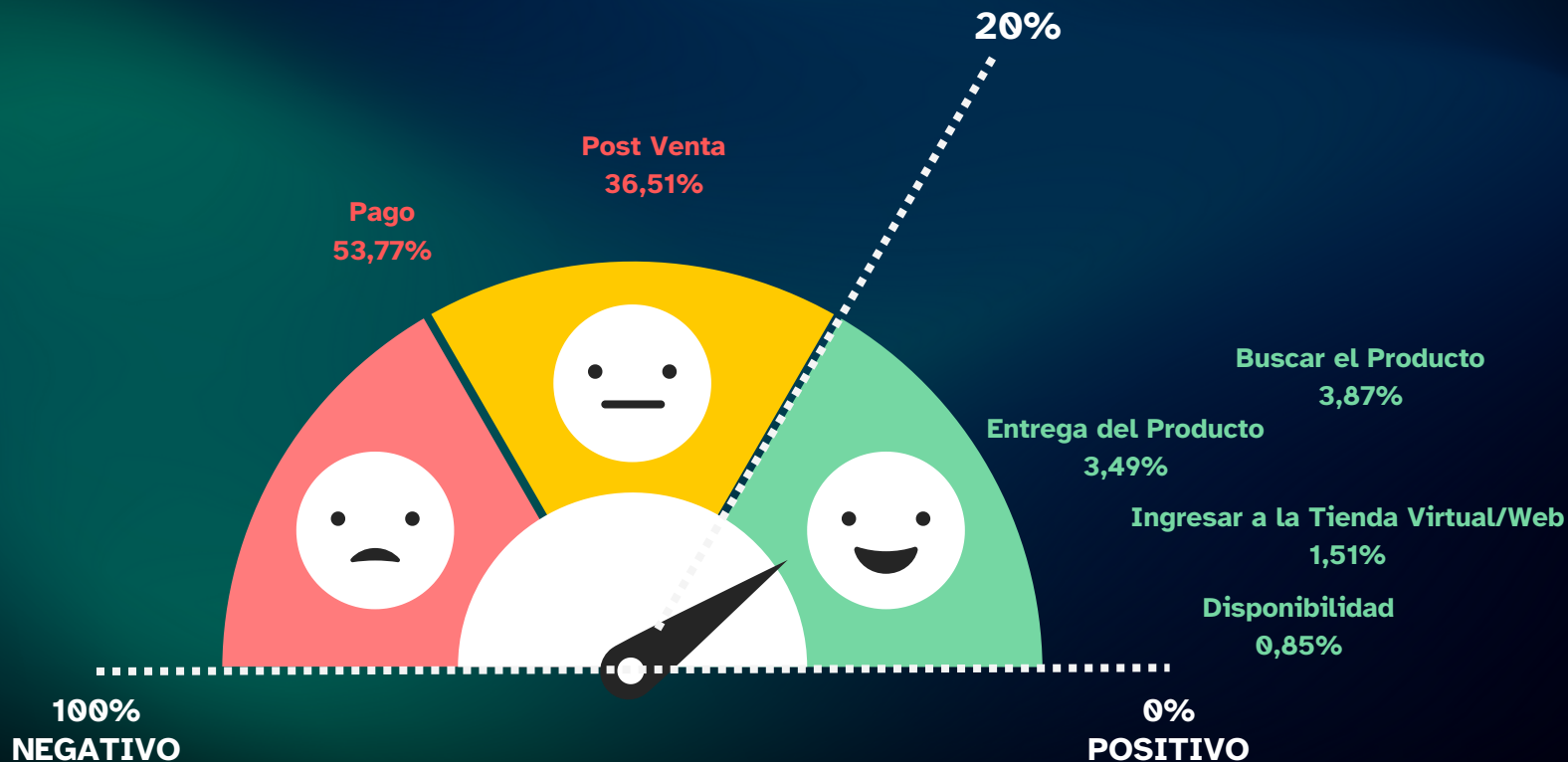
Respecto del viaje del usuario para el periodo analizado las etapas de Ingresar a la Tienda Virtual/Web (1,51%), Buscar Producto (3,87%), Disponibilidad (0,85%) y Entrega del Producto (3,49%) tienen VALORACIONES POSITIVAS.



Las etapas de Pago (53,77%) y Post Venta (36,51%) presenta **VALORACIÓN NEGATIVA** del usuario.

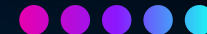
Los principales motivos legales de esta valoración negativa son:

- Pago: No reversa cargos mal efectuados.
- Post venta: Formalidades de contrato, cobro de comisiones excesivas y impugna cobro de interés.





## MAPA DEL VIAJE DE USUARIO DE: ADIDAS CHILE - VENTAS INTERNET (1,6%)



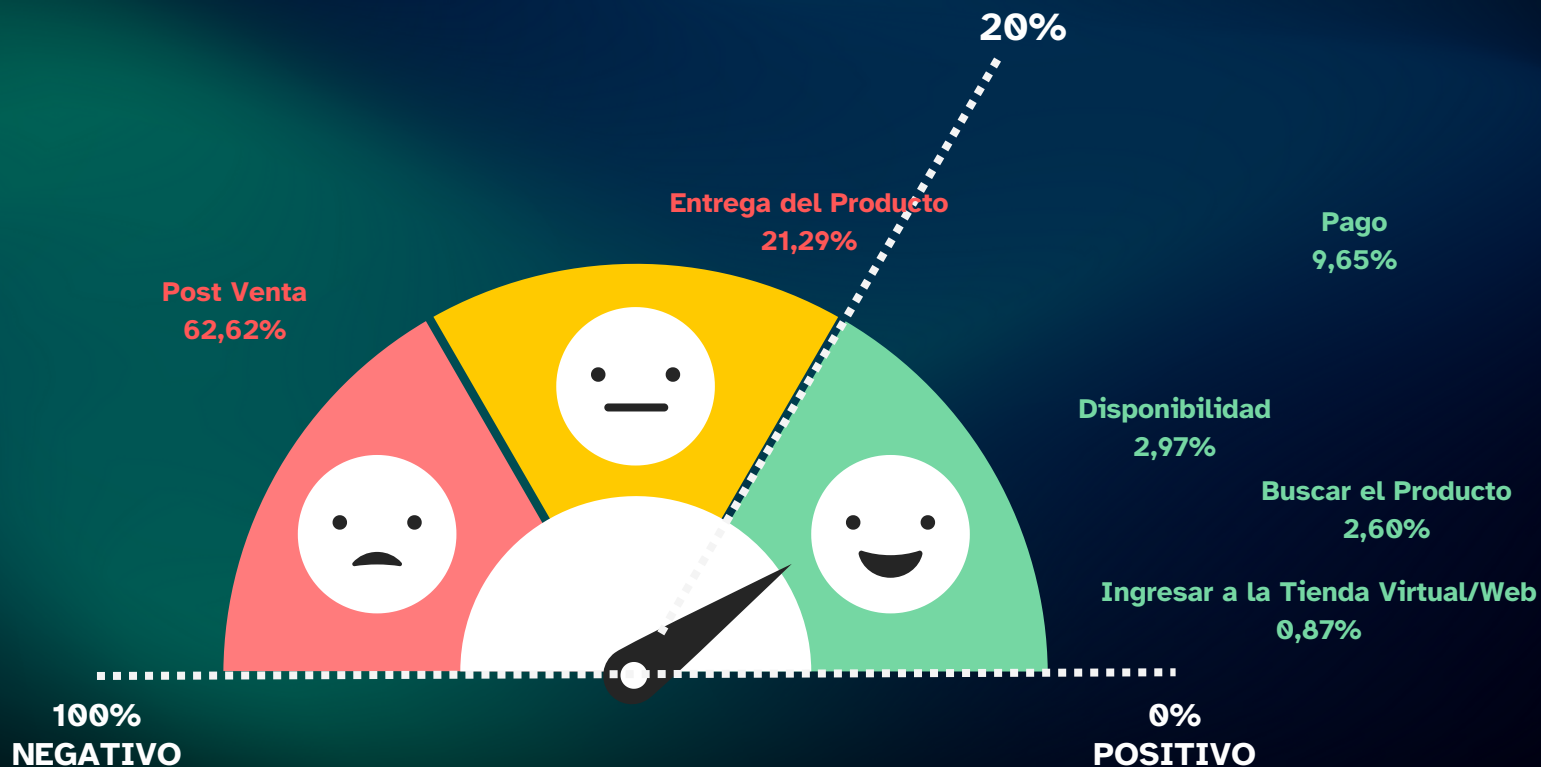
Respecto del viaje del usuario para el periodo analizado las etapas de Ingresar a la Tienda Virtual/Web (0,87%), Buscar Producto (2,60%), Disponibilidad (2,97%) y Pago (9,65%) tienen VALORACIONES POSITIVAS.



Las etapas de Entrega de Producto (21,29%) y Post Venta (62,62%) presentan valoración negativa del usuario.

Los principales motivos legales de esta valoración negativa son:

- Entrega del producto: Retardo en la entrega de lo comprado.
- Post venta: Formalidades de contrato, dificultades para el término de contrato y término de contrato.





## MAPA DEL VIAJE DE USUARIO DE: SAMSUNG - VENTAS INTERNET (1,4%)



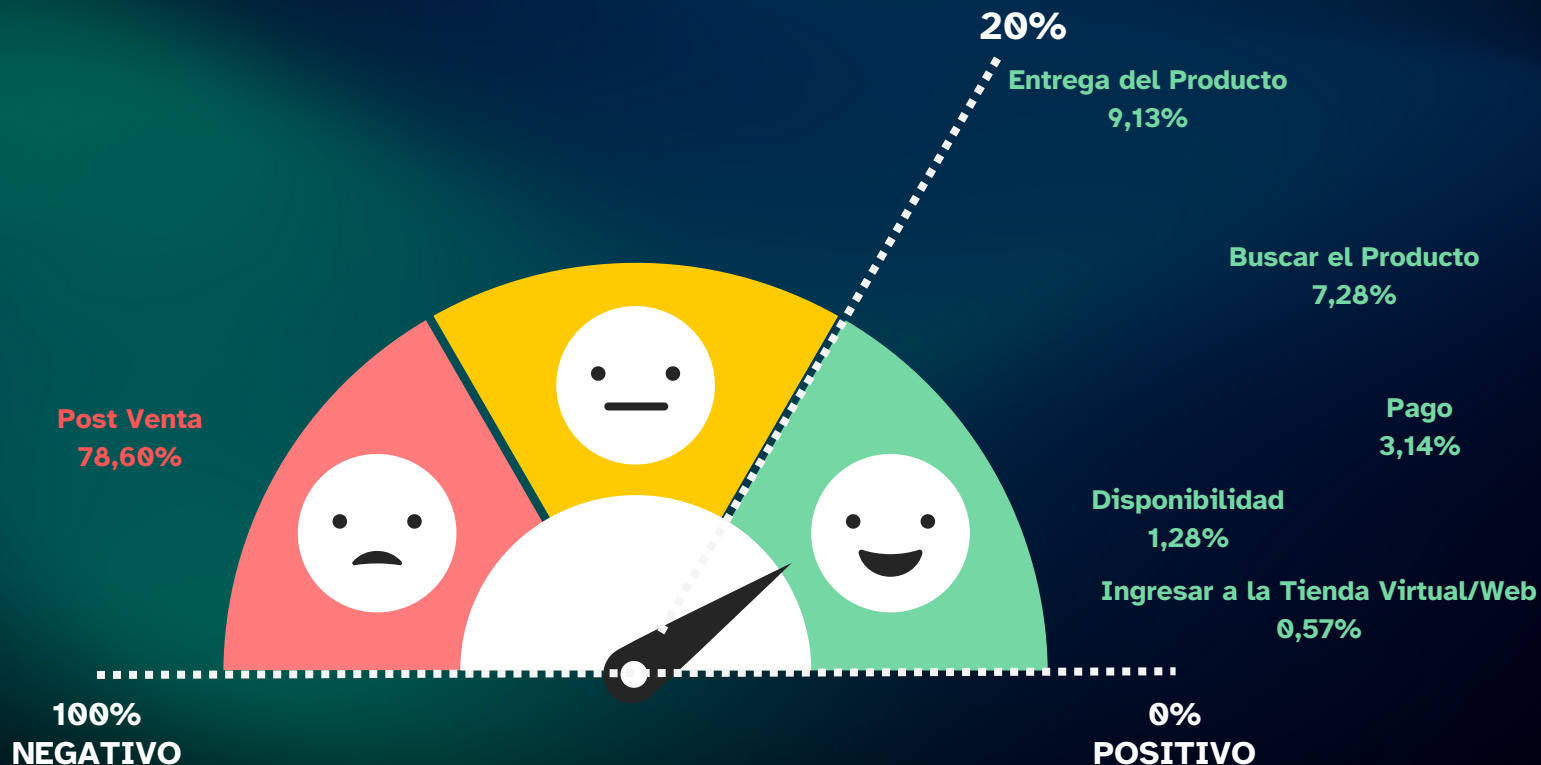
Respecto del viaje del usuario para el periodo analizado las etapas de Ingresar a la Tienda Virtual/Web (0,57%), Buscar Producto (7,28%), Disponibilidad (1,28%), Pago (3,14%) y Entrega del Producto (19,13%) tienen **VALORACIONES POSITIVAS**.



La etapa Post Venta (78,60%) presenta valoración negativa del usuario.

Los principales motivos legales de esta valoración negativa son:

- Post venta: Formalidades de contrato, dificultades para el término de contrato y término de contrato.





## CONCLUSIONES



- **LA COMPRA NO ES UNA ETAPA AISLADA:**

Hay que considerar que la compra no es una etapa aislada, sino que se compone de una serie de etapas previas y posteriores que constituyen el “ciclo de compra”, al que se le otorga valor para construir el viaje del usuario. La valoración que se le otorga a cada etapa en el viaje del usuario es importante para que el consumidor pueda tomar una decisión de compra acorde a sus necesidades y conveniencia.

- **UN CONSUMIDOR INSATISFECHO RECLAMA:**

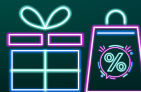
Como resultado del mapa del viaje de usuario en Comercio Electrónico en el periodo analizado, se presentaron datos que permiten inferir que “a mayor cantidad de reclamos, mayor insatisfacción del consumidor (y a la inversa)”.

- **LA ETAPA DE POST VENTA LA PRINCIPAL FALENCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO:**

Respecto del viaje del usuario general para el periodo analizado, sin distinguir por proveedor, sólo la etapa de post venta presenta valoración negativa con un 64,9% de los reclamos, por lo que sigue siendo la principal falencia del comercio electrónico.

- **DESPUÉS DE LA PANDEMIA LAS EMPRESAS HAN MEJORADO SU ETAPA DE POST VENTA:**

Cabe señalar, que en el año 2021 la mayor valoración negativa se encuentra en la etapa de entrega del producto (49,3%) y la etapa post venta (31,1%). Lo que implica que respecto del periodo actual analizado los proveedores mejoraron la gestión logística de la entrega del producto (19,40%) pero disminuyeron su desempeño en la etapa de post venta (64,90%), la cual presenta un incremento de reclamos de los consumidores.







## CONCLUSIONES



### • LA DISTRIBUCIÓN DE RECLAMOS ASOCIADOS Y REPRESENTADOS EN EL VIAJE DEL USUARIO EN COMERCIO ELECTRÓNICO:

De manera general, en las etapas previas a la post venta se manifiesta una valoración positiva. De hecho, las etapas de: Ingresar a la tienda virtual/web (0,6%), buscar producto (3,8%), disponibilidad (2,6%), pago (8,6%).

La etapa de entrega del producto (19,4%) es un punto neutro que se consideró en la construcción del mapa de usuario (20%). Este debe ser un aspecto para mejorar por los proveedores, sobre todo dado que su principal motivo es el retardo en la entrega de lo comprado por lo que la gestión logística debe ser un aspecto para mejorar por los proveedores.

En el caso de la etapa de post venta (64,9%) se concentra la mayoría de los reclamos, por tanto, valoración negativa del usuario. Lo motivos preponderantes de esto son:

- Contrato: formalidades, dificultades de término, término, término unilateral y no entrega.
- Garantía legal: no devuelve dinero, no efectúa cambio y no repara gratuitamente.
- Producto: defectuoso, pieza o partes de ellas.
- Entrega del producto: distinto al adquirido o comprado.

Llama la atención que algunos derechos fundamentales de los consumidores se mantengan como una brecha respecto de la Ley del Consumidor.





# SERNAC

Servicio Nacional del Consumidor

**WWW.SERNAC.CL**

**800 700 100**

