



Comportamiento del comercio electrónico CyberMonday 2017

SERNAC

Servicio Nacional del Consumidor



Descripción general del Mercado



- ▶ La **Cámara de Comercio de Santiago (CCS)** estima que las ventas online el año 2017 ascenderán a US\$3.700 millones. Esto equivale a un alza de un 20% más que en el 2016, y se aceleraría hasta un 35% en 2018.
- ▶ Entre las tendencias del ecommerce chileno se da un fuerte crecimiento del medio móvil, que hoy registra el 56% de las visitas a sitios de comercio electrónico, el 15% de las transacciones y el 16% de los montos.
- ▶ De acuerdo a datos de la empresa Netrica (2017), durante el primer semestre del año 2017 se generaron 18.565.279 pedidos vía internet
- ▶ **Según la 7° versión** de la encuesta de Acceso y Usuarios de Internet en Chile, el 76% de la población nacional se declara usuario permanente de Internet y el **77,8%** de los accesos a internet se hace a través de un teléfono móvil, principalmente, un Smartphone.
- ▶ El **69%** de los usuarios de internet en Chile se conecta todos los días (Pew Research Center).

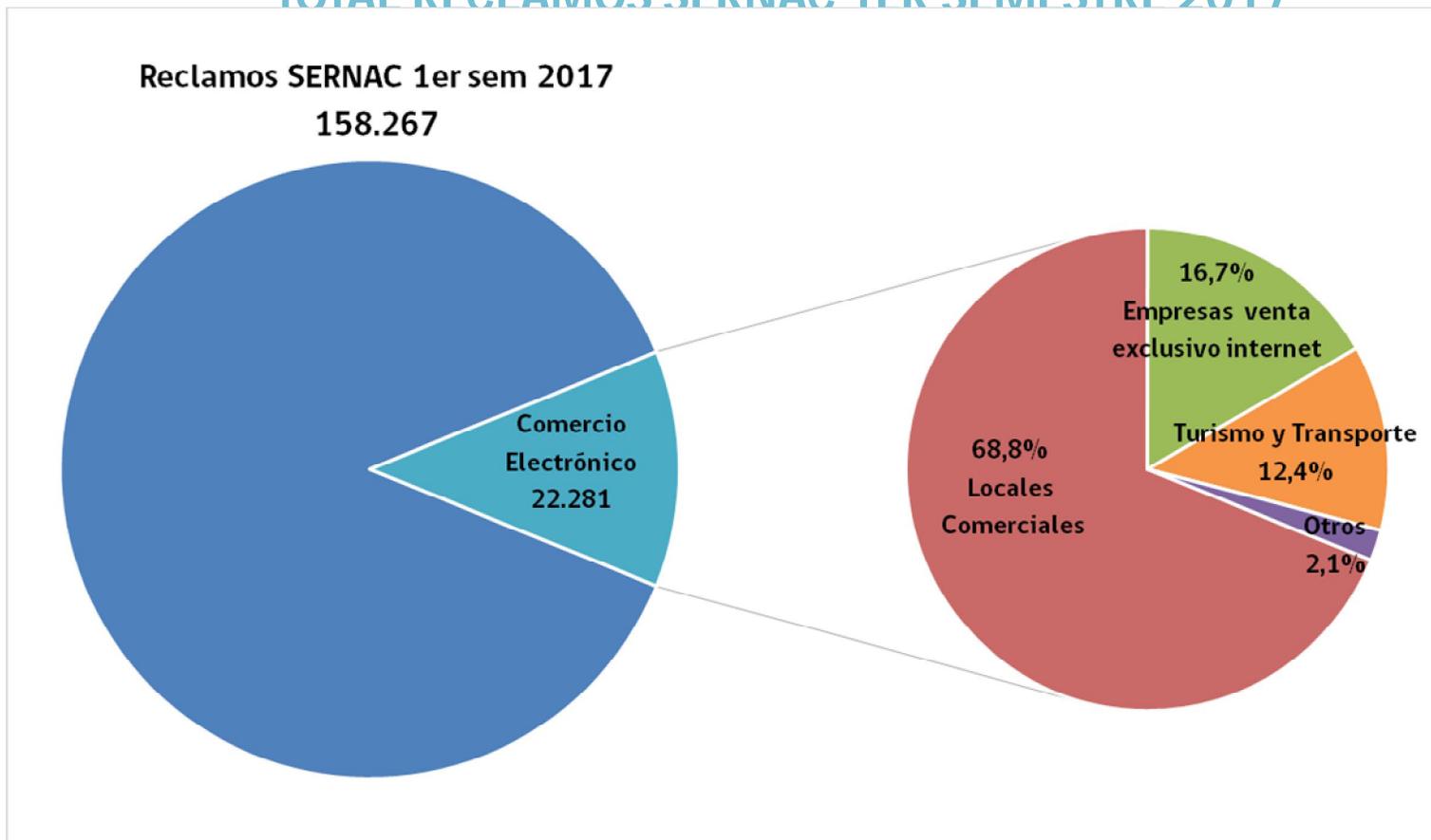




- ▶ Eventos Masivos: durante las tres jornadas del CyberDay de mayo pasado (29, 30 y 31 de mayo), se realizaron **más de 900 mil pedidos por un total de US\$ 145 millones**, superando al CyberDay del año pasado y también al último CyberMonday (US\$111 y US\$126 millones, respectivamente). Según la Cámara de Comercio de Santiago, el número de transacciones durante el evento experimentó un crecimiento de un 50%, por sobre el evento 2016, mientras que **las visitas** a los sitios participantes llegó a a los **45 millones**.
- ▶ Los sitios participantes pusieron a disposición del público **más de 100 mil productos y servicios en promoción especial**. Entre las categorías más demandadas se ubicaron viajes, tecnología y equipamiento de hogar, vestuario y calzado. Este último rubro casi triplicó sus ventas en relación al evento anterior y lideró además las estadísticas, en número de pedidos.
- ▶ En relación a un día normal, las compras totales online en este último evento se multiplicaron **por 10 veces**.
- ▶ Durante la jornada de CyberDay 2017 el SERNAC recibió más de 1.100 reclamos, los que apuntan a incumplimientos de las promociones, publicidad engañosa, precios que no eran reales ofertas e inconvenientes en los sitios web.



TOTAL RECLAMOS SERNAC 1ER SEMESTRE 2017

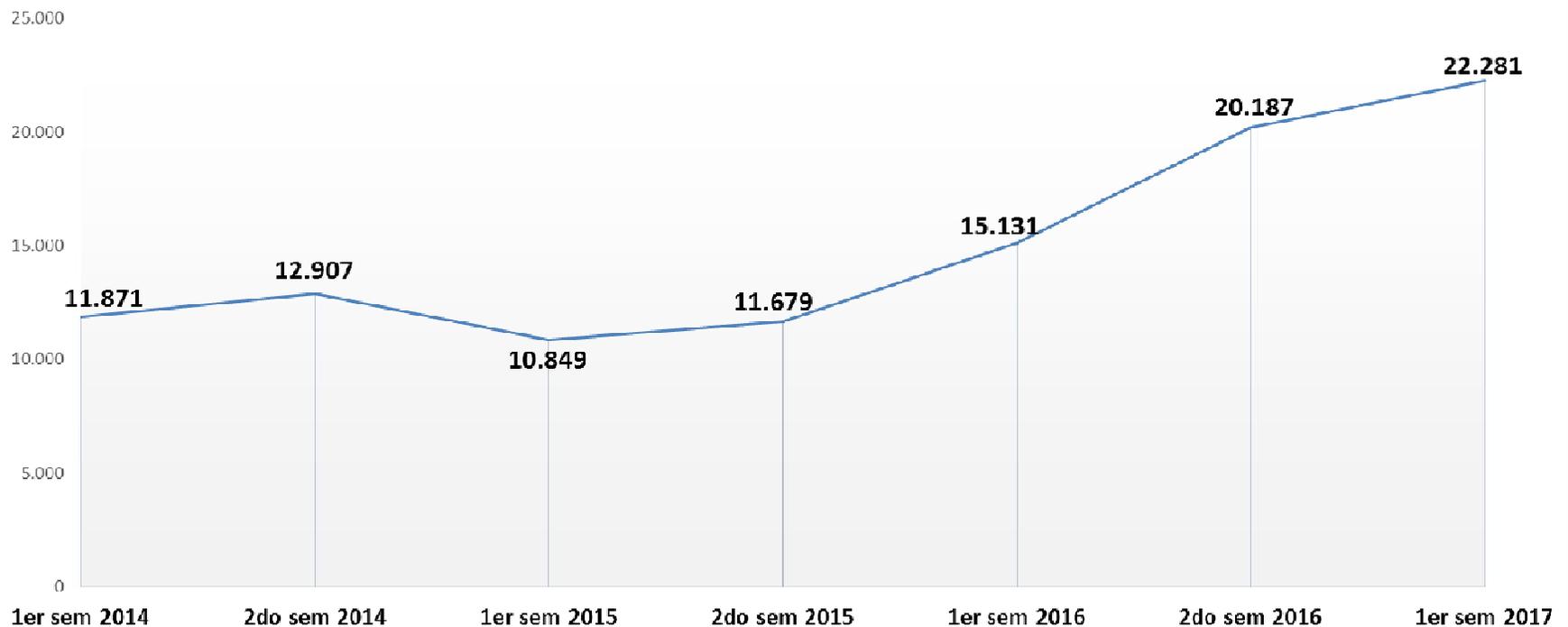


El Comercio Electrónico concentró el **14,1%** del total de reclamos recibidos en el SERNAC , durante el primer semestre del 2017.



Evolución de Reclamos

Evolución de reclamos en Comercio Electrónico por semestre



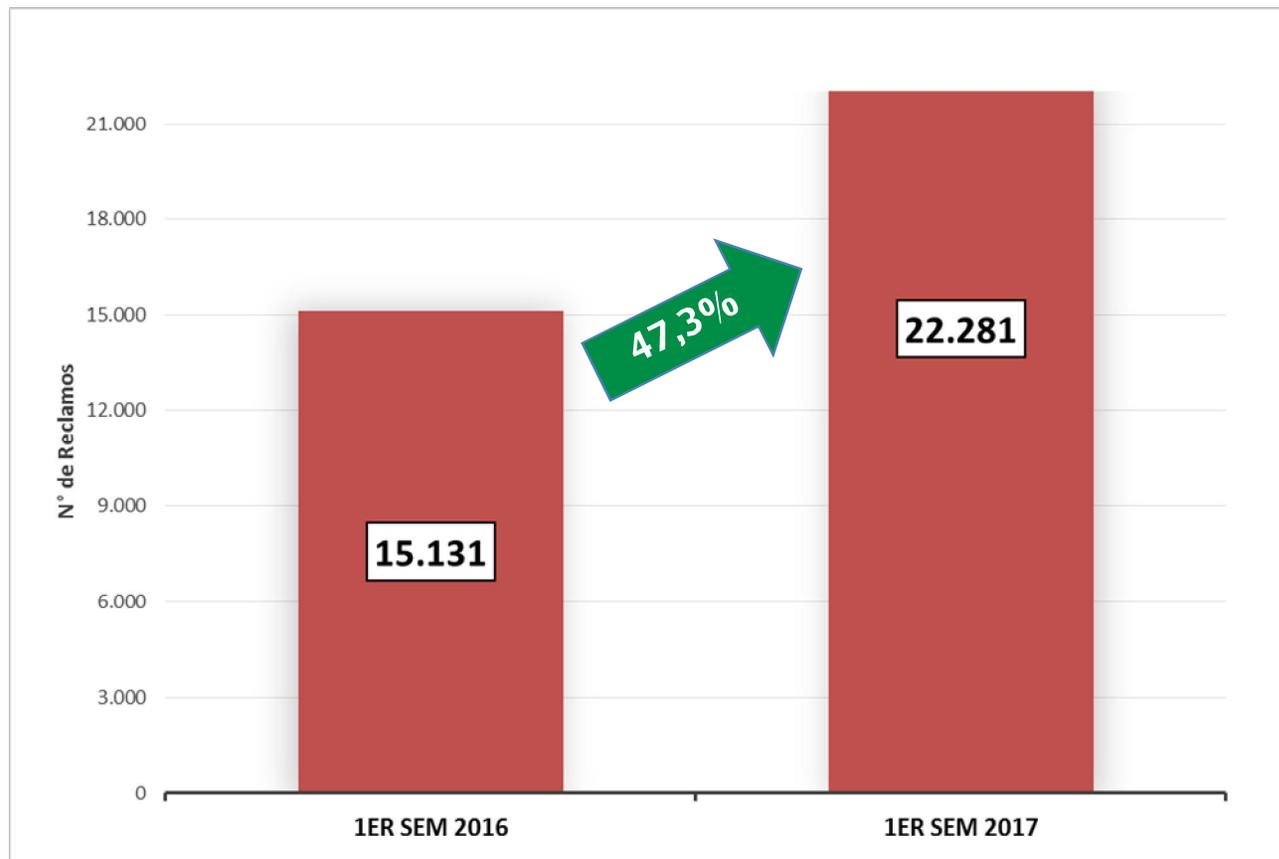
De acuerdo a los registros del SERNAC, se observa una tendencia al alza en los reclamos dirigidos contra empresas que comercializan a través de la web.

El punto más alto de reclamos contra las empresas de venta online se alcanzó el primer semestre del año 2017. El periodo julio-diciembre 2016 presentó un incremento de un 70% en el volumen de reclamos, respecto del primer semestre del año 2014.



Evolución de Reclamos

Total reclamos ingresados al SERNAC Comercio electrónico



Aumento del **47,3%** respecto del mismo semestre del año anterior.

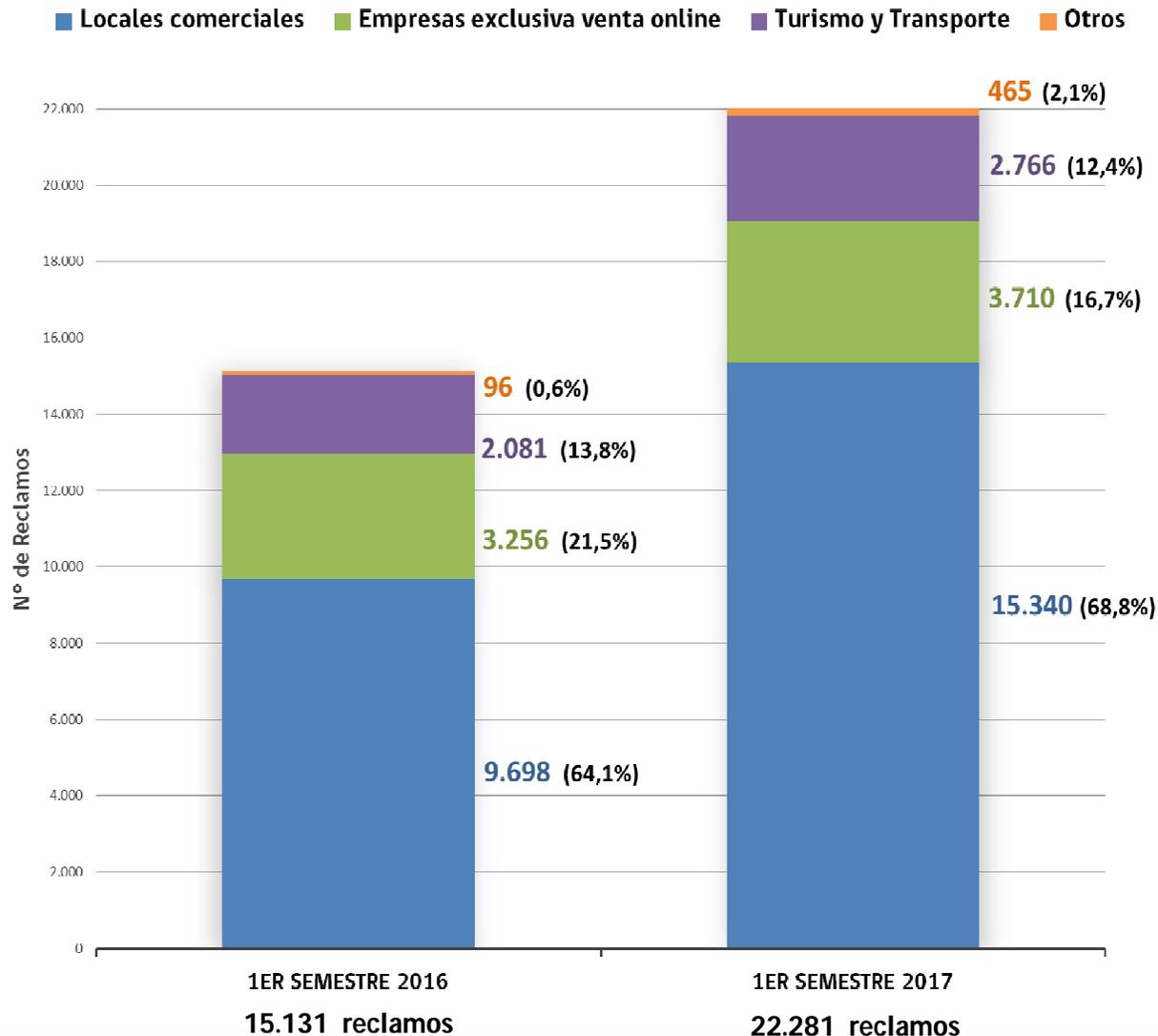


22.281 reclamos en el primer semestre 2017.



Evolución de Reclamos

Distribución de reclamos ingresados al SERNAC Comercio electrónico



- ▶ El **68,8%** de los reclamos se concentra en Locales Comerciales como Multitiendas, Supermercados, y Tiendas especializadas. Esta categoría aumentó sus reclamos en un 58,2% (5.642 casos más).
- ▶ Las empresas que realizan ventas solo a través de internet (tales como las cuponeras) concentran el **16,7%** de los casos y aumentaron sus reclamos en un 13,9% (454 casos más).
- ▶ Las empresas del Sector Turismo y Transporte, presentaron un alza del **32,9%** en el total de reclamos.
- ▶ La categoría "Otros" considera reclamos a tiendas de diversos sectores tales como telecomunicaciones, ticketeras, entretenimiento, entre otros.



Motivo de Reclamos



Principales Motivos de Reclamos

Motivos de reclamos en comercio electrónico	N° de reclamos			% respecto del total de reclamos de la categoría		
	1er semestre 2016	1er semestre 2017	Variación (volumen)	1er semestre 2016	1er semestre 2017	Variación (puntos porcentuales)
Incumplimiento en las condiciones contratadas	5.876	8.047	36,9%	38,8%	36,1%	-2,7
Retardo en la entrega de lo comprado	3.675	4.730	28,7%	24,3%	21,2%	-3,1
Servicio defectuoso	1.625	2.191	34,8%	10,7%	9,8%	-0,9
Incumplimiento promociones y ofertas	638	2.017	216,1%	4,2%	9,1%	4,9
Formalidades de contrato	591	881	49,1%	3,9%	4,0%	0,1
Garantía legal: no efectuar el cambio	615	815	32,5%	4,1%	3,7%	-0,4
Publicidad engañosa o falsa	271	593	118,8%	1,8%	2,7%	0,9
Incumplimiento respuesta entregada a Sernac	149	527	253,7%	1,0%	2,4%	1,4
Garantía legal: no devuelve el dinero	349	513	47,0%	2,3%	2,3%	0,0
Producto defectuoso, piezas o parte de ellas	296	394	33,1%	2,0%	1,8%	-0,2
No entrega información completa	275	295	7,3%	1,8%	1,3%	-0,5
Cobro de un precio superior al exhibido/informado	161	274	70,2%	1,1%	1,2%	0,1
Incumplimiento respuesta entregada a consumidor	78	255	226,9%	0,5%	1,1%	0,6
No entrega documento que justifica la venta	47	154	227,7%	0,3%	0,7%	0,4
Término de contrato	120	130	8,3%	0,8%	0,6%	-0,2
Negativa a cumplimiento de garantía voluntaria	104	118	13,5%	0,7%	0,5%	-0,2
Otros	261	347	33,0%	1,7%	1,6%	-0,1
TOTAL	15.131	22.281	47,3%	100,0%	100,0%	0,0

La categoría "otros" agrupa motivos de reclamos tales como: cláusulas abusivas, problemas con publicidad no deseada (spam), entre otros.



Motivo de Reclamos



Principales Motivos de Reclamos en Comercio electrónico

Un 36,1% de los reclamos son por incumplimiento en las condiciones contratadas:

- Problemas por la entrega de un producto distinto a lo comprado o con otras características.
- No envío de productos por falta de stock.
- Cambios arbitrarios en las fechas de despacho o en los precios.

Un 21,2% de las personas reclaman a causa de retardo en la entrega de lo comprado:

- Retraso mayor a lo señalado al momento de la compra o en las políticas de la empresa.
- El volumen de reclamos por este motivo aumentó un 235%, el 2do semestre 2016 respecto del 2015.

Un 9,8% de los reclamos son por servicio defectuoso:

- Problemas con las páginas web para efectuar o finalizar transacciones.
- Problemas para anular compras.
- Cobros de productos de manera errada o indebida.

Un 9,1% de los consumidores reclaman por incumplimiento en las promociones y ofertas

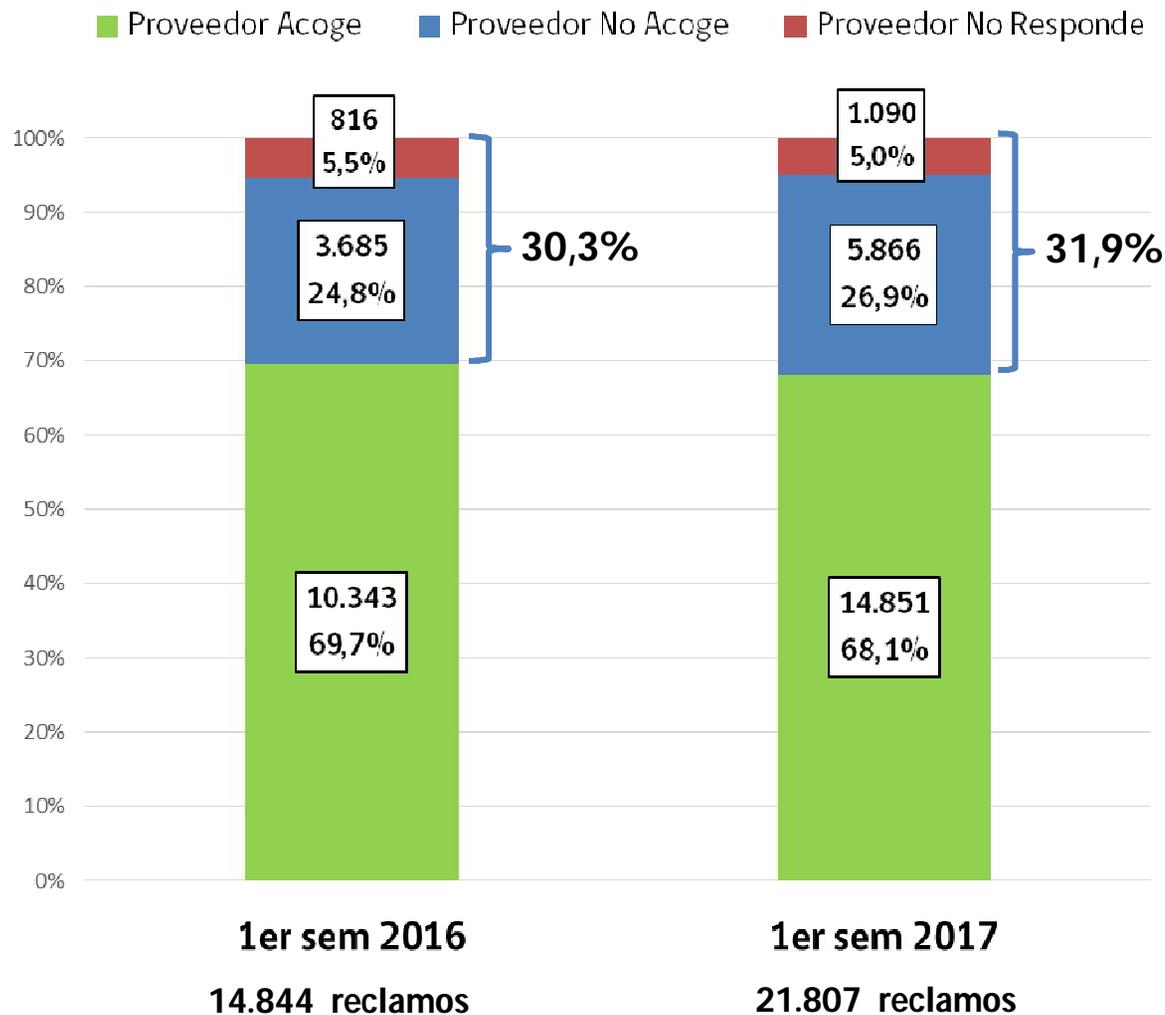
- Problemas para hacer efectiva la promoción u oferta al momento de efectuar el pago, en el que se cobra un precio diferente al informado en la promoción o no hay disponibilidad del producto.
- Problemas al hacer efectiva las promociones 2x1 o similares.

Un 6,0% de los reclamos son por inconvenientes para ejercer la garantía legal (asociado a la negativa de la empresa de efectuar el cambio del producto o acceder a la devolución del dinero, cuando el producto viene defectuoso o presenta inconvenientes de funcionamiento).



Comportamiento general del Mercado

Comportamiento general: Respuesta de las empresas de venta online a los reclamos



- ▶ Durante el primer semestre del año 2017 el **68,1%** de los casos se resolvió favorablemente para el consumidor.
- ▶ **31,9%** obtuvo una respuesta negativa por parte del proveedor (no acoge 26,9% y no responde 5,0%), **aumentando en 1,6 puntos porcentuales** respecto del 1er semestre del año 2016.
- ▶ El aumento la cantidad de los reclamos cerrados con resultado desfavorable fue de un **54,5%** (2.455 casos).
- ▶ Empeoró el porcentaje de respuestas favorables, respecto del primer semestre 2016.



Metodología: Tasa de Respuesta Desfavorable (TRD)

Descripción:

Se define de la siguiente manera:

$$TASA_m = \left[\frac{N^\circ \text{ de reclamos clasificados como } \ll \text{ respuesta desfavorable } \gg_m}{N^\circ \text{ total de reclamos cerrados ingresados a SERNAC}_m} \right] * 100$$

m= primer semestre 2016 y 2017.

Consideraciones:

- **Tasa de Respuesta Desfavorable:** Es el porcentaje de reclamos cuya gestión ha finalizado, con respuesta «proveedor no acoge» y «proveedor no responde» por parte del proveedor a SERNAC.
- **«Proveedor no acoge»** es una causal de cierre utilizada en aquellos casos en que el proveedor no acepta lo solicitado por el consumidor, desconociendo la causal del reclamo o no reconociendo la competencia del SERNAC como intermediario.
- **«Proveedor no responde»** es una causal de cierre utilizada en aquellos casos en que el proveedor no entrega respuesta dentro de los plazos establecidos.
- Este indicador se calcula dividiendo el número de reclamos del proveedor clasificados como «proveedor no acoge» y «proveedor no responde» en la plataforma del SERNAC, por el número total de reclamos (clasificados como Proveedor Acoge, Proveedor no Acoge y Proveedor no Responde) que existen contra una empresa, todo ello multiplicado por 100.
- Para la determinación de la tasa de respuesta desfavorable, se excluyen del N° total de reclamos ingresados en la plataforma, los reclamos cerrados bajo las siguientes clasificaciones: derivados a otras instituciones públicas, proveedor informa caso no procede, antecedentes insuficientes para tramitar el reclamo y colectivos, debido a que tienen un tratamiento especial.
- Se consideran solamente los proveedores cuyos datos de contacto se encuentran registrados en SERNAC.
- Se exhiben gráficamente todas las empresas participantes del CyberMonday 2017 que presentaron reclamos durante el primer semestre 2017.

CYBER
MONDAY



EVENTOS MASIVOS



CyberDay Chile

Cyber
MONDAY



CYBER
MONDAY

Eventos masivos



2017



Séptima versión: 176 marcas.

Entre el lunes 6 y el miércoles 8 de noviembre.

De las 175 empresas participantes en el CyberMonday 2017, **87 empresas presentan reclamos en SERNAC el primer semestre del 2017.**

A continuación se presenta cómo responden las empresas participantes del evento, a los reclamos de los/as consumidores/as.

Comportamiento de respuesta de empresas participantes con más de 200 reclamos durante el 1er semestre 2017:

Nombre Empresa	Reclamos 1er sem 2017	Respuesta del Proveedor			Resultado Desfavorable (No Responde + No Acoge)
		Proveedor Acoge	Proveedor No Acoge	Proveedor No Responde	
TIENDAS FALABELLA	3.657	63,7%	24,4%	12,0%	36,3%
TIENDAS RIPLEY	2.305	59,2%	40,8%	0,0%	40,8%
TIENDAS PARIS	2.227	72,2%	27,8%	0,0%	27,8%
GROUPON- CLANDESCUENTO NEEDISH	1.154	88,5%	11,1%	0,4%	11,5%
SODIMAC - HOMY	1.152	79,3%	20,6%	0,1%	20,7%
TIENDAS HITES	1.079	80,2%	19,7%	0,1%	19,8%
DESPEGAR.COM	1.057	60,2%	39,8%	0,0%	39,8%
LATAM	837	45,9%	54,1%	0,0%	54,1%
EASY	619	87,6%	12,3%	0,2%	12,4%
LINIO - ARCOS - INTEK - LITTMANN - PENGUIN	608	83,2%	16,8%	0,0%	16,8%
TIENDAS LA POLAR	447	60,9%	28,0%	11,2%	39,1%
ADIDAS CHILE	420	77,4%	16,9%	5,7%	22,6%
TIENDAS CORONA	305	93,1%	5,6%	1,3%	6,9%
TIENDAS LIPPI - HAKA HONU	264	79,9%	13,6%	6,4%	20,1%
CUPONATIC- AGRUPEMONOS - URBANIA- ZHETAPRICING	254	60,6%	25,6%	13,8%	39,4%
DAFITI.CL	208	91,8%	8,2%	0,0%	8,2%

Comportamiento de respuesta de empresas participantes en CyberMonday durante el 1er semestre 2017:

Nombre Empresa	Volumen Total 1er sem 2017	Respuesta del Proveedor			Resultado Desfavorable (No Responde + No Acoge)
		Proveedor Acoge	Proveedor No Acoge	Proveedor No Responde	
FEROUCH- FEROUCH.CL - NEW MAN	10	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
CANAL CERO SPA - ENERSOCKS (TRIAL-FLORSHEIM-CELIO)	5	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
AEROLINEAS ARGENTINAS	5	0,0%	80,0%	20,0%	100,0%
CASA AMARILLA	4	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
DIMACOFI - EPRINTING.CL - IMPRENTA DIMACOFI.CL	3	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
DON CUPON	2	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
DVITRINA.CL	2	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
TECNODIM - ANKERSTORE	2	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
MOTOIMPORT - RUTA DEPORTE	2	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
MAYORDENT	1	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
INMOBILIARIA IMAGINA	1	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
OSTER	1	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
TOUCHSMART	1	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
VIAJES FALABELLA	71	23,9%	76,1%	0,0%	76,1%
SKECHERS CHILE	4	25,0%	75,0%	0,0%	75,0%
IBERIA	18	27,8%	44,4%	27,8%	72,2%
TURISMO COCHA	52	28,8%	69,2%	1,9%	71,2%
ATRAPALO CHILE	107	29,0%	63,6%	7,5%	71,0%

Nombre Empresa	Volumen Total 1er sem 2017	Respuesta del Proveedor			Resultado Desfavorable (No Responde + No Acoge)
		Proveedor Acoge	Proveedor No Acoge	Proveedor No Responde	
UNDER ARMOUR	25	32,0%	16,0%	52,0%	68,0%
VIA UNO - TIENDAS GEO	9	33,3%	55,6%	11,1%	66,7%
FOSTER-UMBRALE	6	33,3%	0,0%	66,7%	66,7%
MOVISTAR	3	33,3%	66,7%	0,0%	66,7%
COLGRAM S.A. (OPALINE - DIMENSION AZUL - CREADO POR NOSOTRAS)	30	36,7%	3,3%	60,0%	63,3%
CUPOCLICK	8	37,5%	0,0%	62,5%	62,5%
SAXOLINE (SAMSONITE CHILE S.A.)	13	38,5%	7,7%	53,8%	61,5%
TOTTUS.CL	33	45,5%	54,5%	0,0%	54,5%
LATAM	837	45,9%	54,1%	0,0%	54,1%
BABY POINT	18	50,0%	38,9%	11,1%	50,0%
COMERCIAL E IMPORTADORA AUDIOMUSICA SPA	6	50,0%	50,0%	0,0%	50,0%
TRAVEL ACE CHILE S.A.	2	50,0%	0,0%	50,0%	50,0%
COLLOKY	126	54,8%	18,3%	27,0%	45,2%
LETSBONUS	32	56,3%	43,8%	0,0%	43,8%
SONY CHILE	12	58,3%	0,0%	41,7%	41,7%
TIENDAS RIPLEY	2.305	59,2%	40,8%	0,0%	40,8%
BUSCALIBRE.CL - BUSCALIBROS.COM - TETRAEMOS.CL	131	59,5%	40,5%	0,0%	40,5%
DIMARSA	5	60,0%	40,0%	0,0%	40,0%
DESPEGAR.COM CHILE	1.057	60,2%	39,8%	0,0%	39,8%
CUPONATIC- AGRUPEMONOS - URBANIA- ZHETAPRICING	254	60,6%	25,6%	13,8%	39,4%
TIENDAS LA POLAR	447	60,9%	28,0%	11,2%	39,1%
REBAJAS.CL	8	62,5%	37,5%	0,0%	37,5%
TIENDAS FALABELLA	3.657	63,7%	24,4%	12,0%	36,3%
MOVISTAR MÓVIL	29	65,5%	34,5%	0,0%	34,5%
CANNON	6	66,7%	16,7%	16,7%	33,3%

Nombre Empresa	Volumen Total 1er sem 2017	Respuesta del Proveedor			Resultado Desfavorable (No Responde + No Acoge)
		Proveedor Acoge	Proveedor No Acoge	Proveedor No Responde	
FLEX CHILE	13	69,2%	23,1%	7,7%	30,8%
MERCADOLIBRE CHILE	193	69,4%	29,5%	1,0%	30,6%
JUMBO.CL	60	70,0%	26,7%	3,3%	30,0%
SPARTA	117	70,1%	9,4%	20,5%	29,9%
FARMACIAS SALCOBRAND	24	70,8%	29,2%	0,0%	29,2%
PATUELLI Y COMPAÑIA LIMITADA	7	71,4%	14,3%	14,3%	28,6%
TIENDAS PARIS	2.227	72,2%	27,8%	0,0%	27,8%
CINEMARK	4	75,0%	25,0%	0,0%	25,0%
THE NORTH FACE, ROXY, QUICKSILVER, BROCKS BROTHERS, POLO RALPH LAUREN, KIPLING, GAP, BANANA REPUBLIC	131	75,6%	24,4%	0,0%	24,4%
SEGUROS FALABELLA GENERALES Y VIDA	51	76,5%	23,5%	0,0%	23,5%
BABYTUTO - PULPO TOYS	47	76,6%	10,6%	12,8%	23,4%
ADIDAS CHILE	420	77,4%	16,9%	5,7%	22,6%
CIC.CL	57	78,9%	21,1%	0,0%	21,1%
EMOTIONS	58	79,3%	0,0%	20,7%	20,7%
SODIMAC - HOMY	1.152	79,3%	20,6%	0,1%	20,7%
TIENDAS LIPPI - HAKA HONU	264	79,9%	13,6%	6,4%	20,1%
TIENDAS HITES	1.079	80,2%	19,7%	0,1%	19,8%
ROSEN	27	81,5%	18,5%	0,0%	18,5%
LINIO - ARCOS - INTEK - LITTMANN - PENGUIN	608	83,2%	16,8%	0,0%	16,8%
NATURA COSMETICOS	18	83,3%	16,7%	0,0%	16,7%
BOUTIQUES & CORNERS S.A (MAVIANNI- TRIAL - PERRY ELLIS-FLORSHEIM CELIO- VERSACE)	19	84,2%	5,3%	10,5%	15,8%
TIENDAS FASHIONS PARK	26	84,6%	0,0%	15,4%	15,4%
EASY	619	87,6%	12,3%	0,2%	12,4%
GROUPON- CLANDESCUENTO NEEDISH	1.154	88,5%	11,1%	0,4%	11,5%
BELSPORT - BOLD	9	88,9%	11,1%	0,0%	11,1%

Nombre Empresa	Volumen Total 1er sem 2017	Respuesta del Proveedor			Resultado Desfavorable (No Responde + No Acoge)
		Proveedor Acoge	Proveedor No Acoge	Proveedor No Responde	
LAW	10	90,0%	10,0%	0,0%	10,0%
DAFITI.CL	208	91,8%	8,2%	0,0%	8,2%
BABY INFANTI - SILFA - SIGRUN S.A. - BRICKSTORE	42	92,9%	4,8%	2,4%	7,1%
FORUS/COLUMBIA,AZALEIA,JANSPORT,JUST SMILE,BROOKS,FUNSPORT,CAT,CHACO,PATAGONIA,7VEINT E	183	92,9%	4,4%	2,7%	7,1%
TIENDAS CORONA	305	93,1%	5,6%	1,3%	6,9%
CAMBIATUNEUMATICO.COM	5	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
PRUNE	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
COMPARAONLINE.COM	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ITALMOD - IO - ASH - MAGRIFFE - ITALSTORE	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
HSTORE	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ACER - PACKARDBELL	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
LOUNGE -	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
SUPER PRECIO	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TIENDA PET.CL	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
LIBRERIA THOMSON REUTERS / LEGALPUBLISHING	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
BARBIZON - VENTAS INTERNET	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RENUEVA TU CLOSET	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ASSIST-CARD	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
MELON	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%