

## **Ranking del Mercado Financiero**

### **Sub-mercado**

# **Tarjetas de Crédito Relacionadas al Retail segundo semestre 2015 – segundo semestre 2014**

**Junio, 2016**  
**División de Consumo Financiero**

# 1. Introducción

## 1.1 Antecedentes:

1. El proceso de mediación de los reclamos realizado por el SERNAC, tiene un carácter voluntario para las empresas y busca obtener una solución extrajudicial entre las partes involucradas, obteniendo una solución al problema planteado por el/la consumidor/a.
2. El SERNAC mantiene convenios de interoperabilidad con un alto volumen de empresas, que han registrado sus datos para realizar la tramitación digital de sus reclamos, a través del Portal del Proveedor. Mediante este convenio los proveedores se comprometen a mantener actualizados sus datos y responder los reclamos en el plazo definido. Estas empresas en su conjunto gestionan cerca del 95% del total de reclamos recibidos en el SERNAC. Sin embargo, este compromiso no se cumple en su totalidad, ya que existen reclamos que no son respondidos por estas empresas y/o se detectan casos en que las empresas no informan al SERNAC de manera oportuna el cambio de sus datos de contacto. Por otra parte, cerca del 5% del total de reclamos recibidos en SERNAC se tramita con proveedores que no se encuentran registrados y cuyos datos no han sido validados, y por consecuencia, el resultado de la gestión del reclamo es menos eficiente, y un alto volumen de estos casos no son respondidos por las empresas.
3. Los canales de atención que el SERNAC mantiene habilitado para el ingreso de los reclamos son: Internet (página web), oficinas presenciales, que corresponden a las Direcciones Regionales, Plataformas Municipales y Servicios Públicos en convenio con SERNAC (IPS, SERNATUR y SENAMA) y el SERNACMóvil.
4. Durante el proceso de gestión de los reclamos las empresas pueden acoger los reclamos, rechazar las solicitudes o simplemente pueden no responder. En este sentido el comportamiento de los proveedores es caracterizado de la siguiente manera:
  - Proveedor Acoge (**PA**): Empresa entrega una respuesta positiva o parcialmente favorable para el consumidor, respecto de su solicitud.
  - Proveedor No Acoge (**PNA**): Respuesta negativa o desfavorable para el consumidor. El proveedor no acepta lo solicitado por el consumidor/a, desconociendo la causal del reclamo o no reconociendo la competencia de SERNAC como intermediario.
  - Proveedor No Responde (**PNR**): Empresa no responde el reclamo.

# 1. Introducción

## 1.2 Objetivo General

El objetivo del ranking de reclamos del mercado financiero es medir y clasificar el comportamiento de las instituciones financieras en función de los reclamos presentados por los consumidores en el Sernac.

El presente Ranking abordará en específico el sub-mercado de tarjetas de crédito relacionadas al retail.

## 1.3 Objetivos específicos del estudio

- Identificar el número de reclamos en contra de las tarjetas de crédito relacionadas al retail.
- Describir el comportamiento de estos proveedores financieros ante los reclamos de los consumidores.
- Identificar las causales más frecuentes de reclamos de los consumidores contra las tarjetas de crédito relacionadas al retail.
- Entregar elementos de juicio al consumidor para orientar sus decisiones de consumo.

## 2. Resumen

### Principales Resultados:

De acuerdo a la información analizada de los reclamos correspondientes al segundo semestre del 2015, se puede concluir lo siguiente:

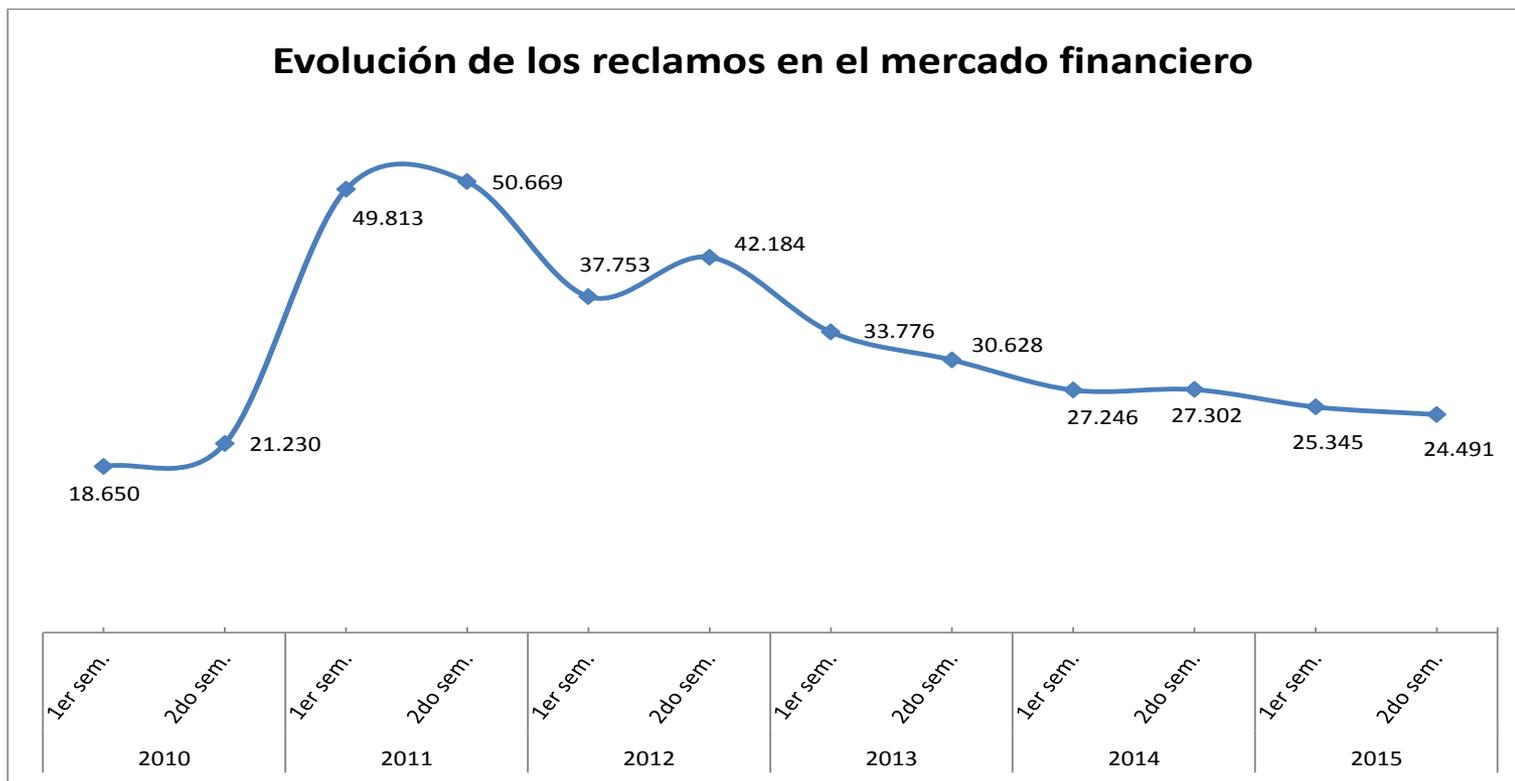
- En general, los reclamos vinculados al mercado financiero concentraron el 18% del total de los reclamos que llegaron a Sernac en el período. A su vez, el sub-mercado de tarjetas de crédito relacionadas al retail representó el 44% de los reclamos financieros, siendo el sub-mercado financiero más reclamado.
- Las regiones que exhibieron las mayores tasas de reclamos, es decir, el número de reclamos para las tarjetas relacionadas al retail por cada 1.000 habitantes de 18 años y más, en cada región, fueron: Aysén (1,59), Atacama (1,46) y Coquimbo (1,22).
- La mayor parte de los reclamos contra las tarjetas de este tipo fueron efectuados por mujeres con un 53% del total versus un 47% de los hombres.
- Las principales motivaciones de reclamos de los consumidores fueron: No reversar cargos mal efectuados (16,9%), cobro de seguros no contratados (7,6%), no reconoce deuda (5,8%) y cobros por productos o servicios no contratados (5,7%).
- Las Tasas de Reclamos (TR) más bajas las obtuvieron Hites (3,77) y CMR Falabella (7,19). En cambio, la tasa más alta se observó en CAT (Cencosud, Mas Jumbo, Mas Easy, Mas Paris, entre otras) 18,87.
- Considerando a las entidades que hacen público sus antecedentes de número de tarjetas con saldo, al comparar el segundo semestre de 2014 con el segundo semestre de 2015, se apreció que el comportamiento de respuesta individual de cada tarjeta de crédito relacionada al retail ante los reclamos, aumentó en la categoría «proveedor acoge» en la mayor parte de ellos, excepto en los casos de Ripley e Hites.

# Mercado Financiero

### 3. Descripción general del Mercado

- La industria financiera está integrada por distintos tipos de entidades. Abarca aquellas que brindan servicios de ahorro e inversión, crédito, seguros, entre otros.
- Al Sernac llegan reclamos de consumidores efectuados principalmente contra la banca, el retail financiero y las cajas de compensación.
- Las tarjetas de crédito relacionadas al retail, que presentaron reclamos en el segundo semestre de 2014 y 2015 al Sernac son: CMR Falabella, Cencosud, Ripley, Líder Mastercard-Presto, La Polar, Corona, Tricot, ABCDIN, Hites, Unimarc, Fashion's Park, Salcobrand, Solventa (Cruz Verde), Solucard, Fiso, La Elegante, CyD, Regional y Extra. Ellas serán consideradas para efecto del análisis de volumen de reclamos.
- Para la elaboración del ranking de reclamos, que se constituye a través de 2 tasas (Tasa de reclamos y Tasa de respuesta desfavorable) solo serán consideradas las tarjetas que publicaron sus estados financieros en la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), en particular el número de tarjetas con saldo a diciembre de 2014 y a diciembre de 2015 (CMR Falabella, Cencosud, Ripley, Líder-Presto, La Polar, ABCDIN e Hites), dado que tal información resulta necesaria para la construcción del indicador.
- En cuanto al uso de este tipo de productos, y de acuerdo a la última Encuesta Financiera de Hogares realizada por el Banco Central de Chile entre julio de 2014 y febrero de 2015, alrededor del 26% de los hogares chilenos tiene deuda de consumo solo en casas comerciales, mientras que el 15% tiene deuda en bancos y casas comerciales.

### 3. Descripción general del Mercado

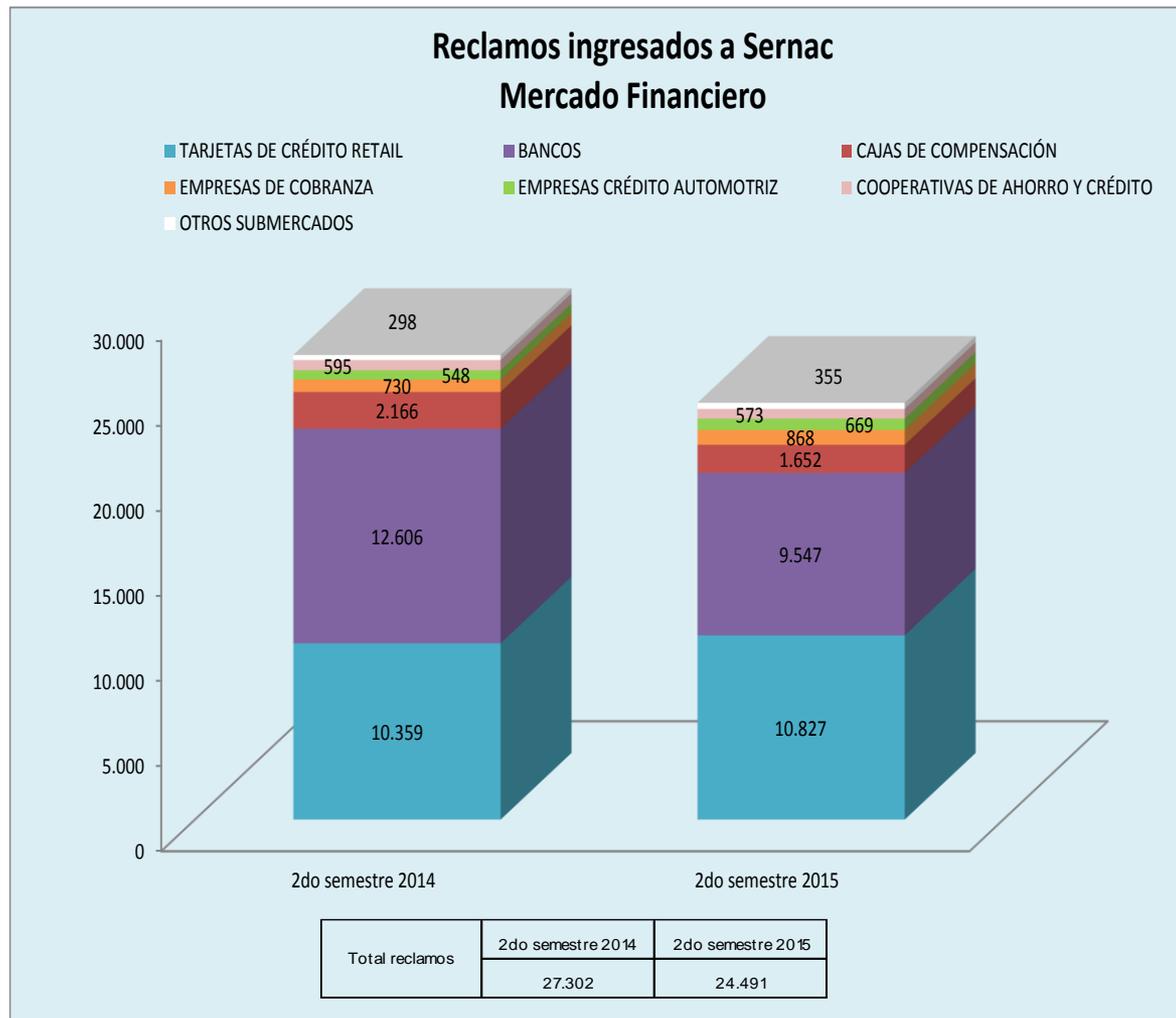


Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016

De acuerdo a los registros del Sernac, el peak de reclamos contra el mercado financiero (50.669) se alcanzó el segundo semestre del año 2011. En los años siguientes, se verificó una tendencia a la baja en el número de reclamos, llegando a 24.491 durante el segundo semestre del año 2015.

### 3. Descripción general del Mercado

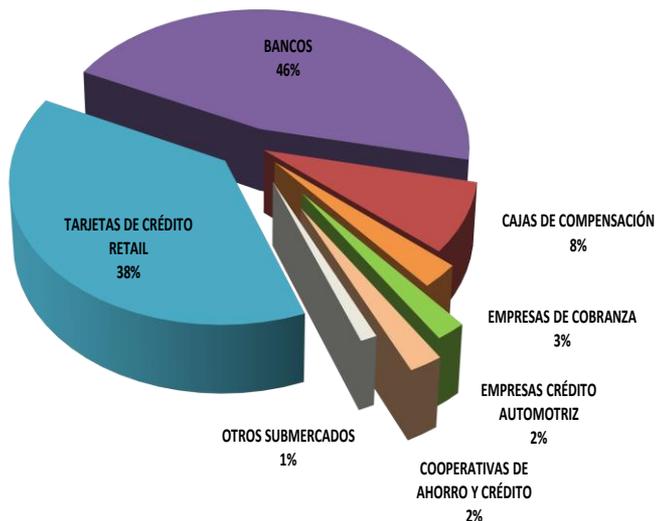
Entre el segundo semestre de 2014 y el segundo semestre de 2015, la cantidad de reclamos en contra del mercado financiero disminuyó. Las bajas, en términos relativos, se produjeron en los sub-mercados bancario y de cajas de compensación (cerca al 24%). En cambio, en los sub-mercados de las tarjetas de crédito relacionadas al retail, empresas de cobranza, empresas de crédito automotriz y otros sub-mercados, el número de reclamos aumentó.



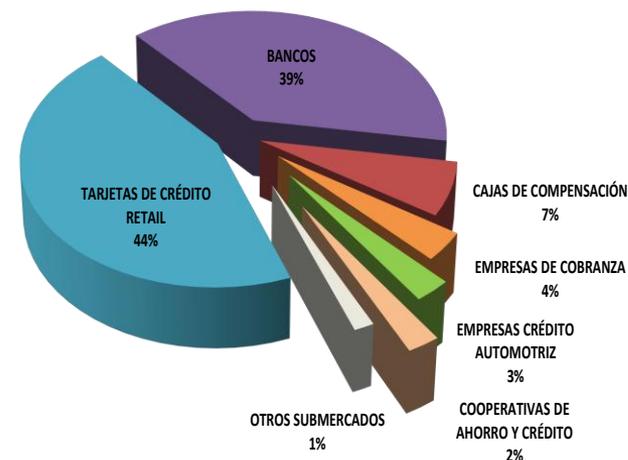
Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

### 3. Descripción general del Mercado

Participación de reclamos sector financiero 2do semestre 2014



Participación de reclamos sector financiero 2do semestre 2015



Fuente: Base de datos, SERNAC 2016.

Durante el segundo semestre de 2014, el mayor porcentaje de reclamos se concentró en la banca (46%), en cambio en el segundo semestre de 2015, los reclamos financieros se concentraron principalmente en las tarjetas de crédito relacionadas al retail (44%). Esto se debió principalmente a la disminución en el número de reclamos contra la banca y a un aumento de los reclamos de las tarjetas vinculadas al retail de 4,5%.

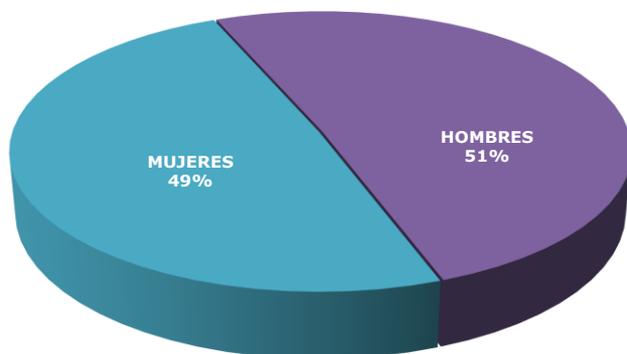
**Consideraciones:**

Nº reclamos totales 2do semestre de 2014, 27.302.

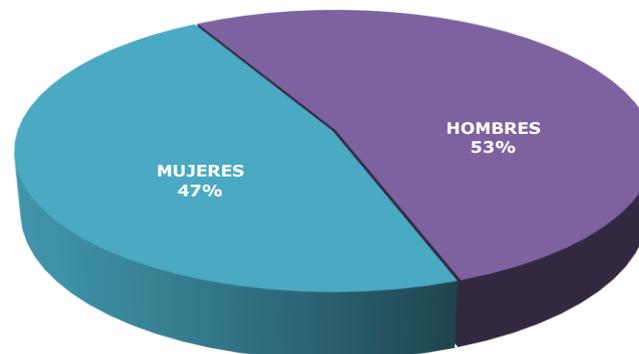
Nº reclamos totales 2do semestre de 2015, 24.491.

### 3. Descripción general del Mercado

Participación de reclamos por sexo, sector financiero 2do semestre 2014



Participación de reclamos por sexo, sector financiero 2do semestre 2015



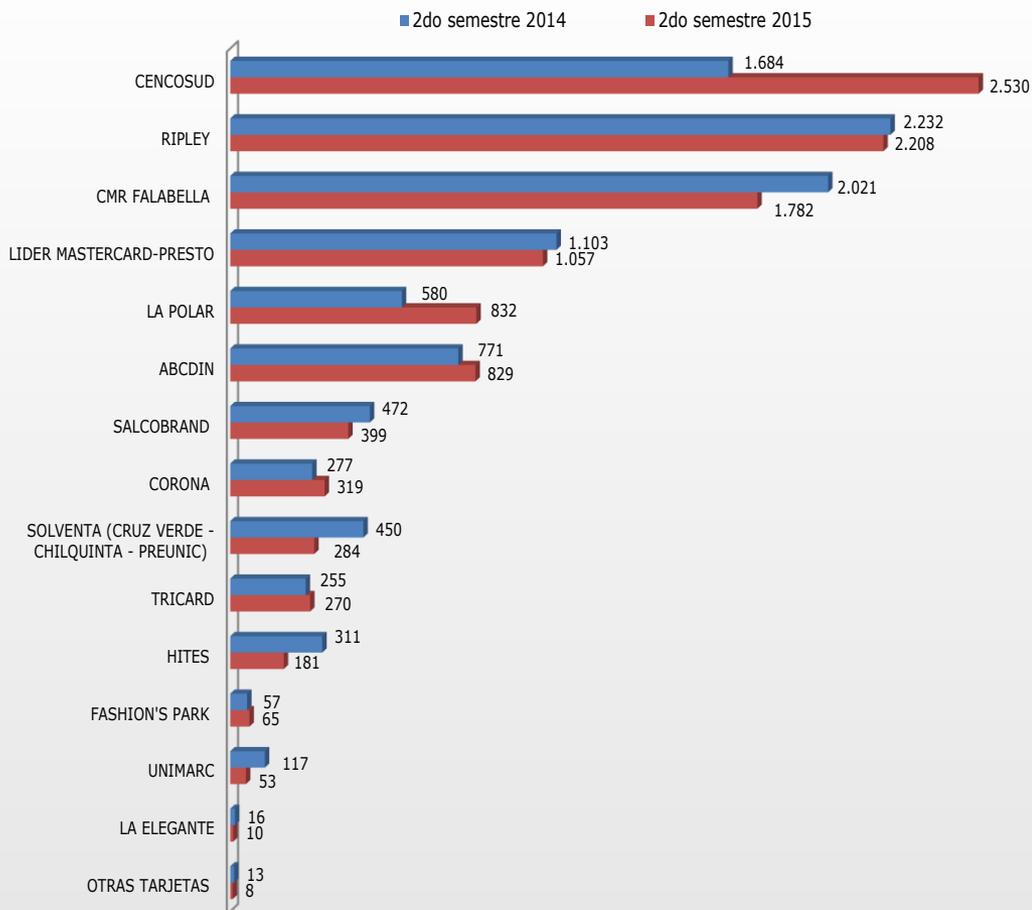
Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

En términos de porcentajes, en ambos semestres la participación por parte de los hombres en los reclamos fue levemente mayor que el de las mujeres. En el segundo semestre de 2015, el porcentaje de hombres que reclamaron contra el mercado financiero alcanzó un 53%.

# **Sub-mercado Tarjetas de Crédito relacionadas al Retail**

## 4. Volumen de Reclamos

Reclamos contra tarjetas de crédito relacionadas al retail



Las tarjetas de crédito relacionadas al retail que concentraron la mayor cantidad de reclamos tanto en el segundo semestre de 2014 como en el segundo semestre de 2015, fueron: Cencosud, Ripley y CMR Falabella.

Así también las tarjetas que mostraron aumentos en el volumen de reclamos al comparar el segundo semestre del 2015 respecto del segundo semestre del 2014, fueron Cencosud, La Polar, Abcdin, Corona, Tricard y Fashion's Park.

Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

## 4. Distribución de reclamos a nivel regional

REGIÓN		Reclamos contra tarjetas del retail por cada 1.000 habitantes Jul-Dic 2015	Reclamos contra tarjetas del retail por cada 1.000 habitantes Jul-Dic 2014	Segundo semestre 2015		Segundo semestre 2014	
				Reclamos	%	Reclamos	%
1	TARAPACÁ	0,83	<b>1,08</b>	199	1,8%	252	2,4%
2	ANTOFAGASTA	0,92	0,77	419	3,9%	345	3,3%
3	ATACAMA	<b>1,46</b>	<b>1,16</b>	331	3,1%	259	2,5%
4	COQUIMBO	<b>1,22</b>	1,00	702	6,5%	564	5,4%
5	VALPARAÍSO	0,83	0,94	1.163	10,7%	1.292	12,5%
6	DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO O'HIGGINS	0,70	0,62	484	4,5%	419	4,0%
7	DEL MAULE	0,66	0,58	521	4,8%	451	4,4%
8	DEL BÍO BÍO	0,68	0,62	1.083	10,0%	980	9,5%
9	DE LA ARAUCANÍA	0,53	0,47	392	3,6%	344	3,3%
10	DE LOS LAGOS	0,77	0,73	481	4,4%	448	4,3%
11	AYSÉN DEL GRAL. CARLOS IBAÑEZ DEL CAMPO	<b>1,59</b>	<b>1,35</b>	125	1,2%	105	1,0%
12	DE MAGALLANES Y DE LA ANTÁRTICA CHILENA	1,02	0,83	127	1,2%	102	1,0%
13	METROPOLITANA DE SANTIAGO	0,80	0,81	4.427	40,9%	4.419	42,7%
14	DE LOS RÍOS	0,70	0,69	215	2,0%	207	2,0%
15	ARICA Y PARINACOTA	0,90	0,99	158	1,5%	171	1,7%
<b>Total</b>		<b>0,80</b>	<b>0,78</b>	<b>10.827</b>	<b>100%</b>	<b>10.358</b>	<b>100%</b>

Fuente. Base de datos, SERNAC, 2016.

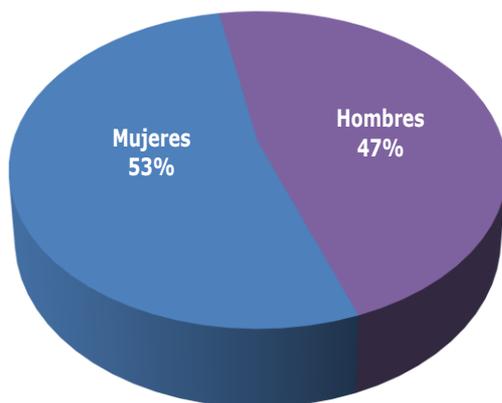
En cuanto al número total de reclamos contra las tarjetas asociadas al retail por regiones que se registraron el segundo semestre de 2015, se aprecia que el mayor volumen de éstos fue realizado en las regiones Metropolitana (40,9%), de Valparaíso (10,7%) y Bío-Bío (10%).

Al realizar el análisis de los reclamos según el número de habitantes por región, las regiones con los mayores índices en el segundo semestre de 2015 fueron Aysén, Atacama y Coquimbo.

**Nota:** Número de reclamos contra las tarjetas relacionadas al retail por cada 1.000 habitantes de 18 años y más en cada región, en base a la población proyectada del INE año 2014 y 2015, respectivamente.

## 4. Distribución de reclamos a nivel regional, desagregado por sexo

Participación de reclamos por sexo en tarjetas de crédito relacionadas al Retail  
2do semestre 2015



REGIÓN		Segundo semestre 2015	
		Mujeres	Hombres
1	TARAPACÁ	45%	55%
2	ANTOFAGASTA	48%	52%
3	ATACAMA	38%	62%
4	COQUIMBO	51%	49%
5	VALPARAÍSO	53%	47%
6	DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO O'HIGGINS	50%	50%
7	DEL MAULE	56%	44%
8	DEL BÍO BÍO	51%	49%
9	DE LA ARAUCANÍA	52%	48%
10	DE LOS LAGOS	48%	52%
11	AYSÉN DEL GRAL. CARLOS IBAÑEZ DEL CAMPO	54%	46%
12	DE MAGALLANES Y DE LA ANTÁRTICA CHILENA	46%	54%
13	METROPOLITANA DE SANTIAGO	55%	45%
14	DE LOS RÍOS	59%	41%
15	ARICA Y PARINACOTA	45%	55%
<b>Total</b>		<b>53%</b>	<b>47%</b>

Fuentes Base de datos, SERNAC, 2016.

En particular, dentro de las tarjetas de crédito vinculadas al retail, durante el segundo semestre del 2015, las mujeres concentraron una mayor participación de reclamos que los hombres, 53% contra 47%, respectivamente. Al contrario de lo que sucede en el mercado financiero en general (punto 2). Esta situación se replica en 8 regiones del país, exhibiendo una participación mayor en la regiones de Los Ríos (59%), del Maule (56%) y Metropolitana (55%).

## 5. Principales motivos de reclamos

Los consumidores de productos y/o servicios relacionados con tarjetas de crédito del retail tienen distintas motivaciones para reclamar, dada la compleja naturaleza y variedad de los proveedores y productos ofrecidos. Las principales causas son las siguientes:

PRINCIPALES CAUSAS DE RECLAMOS EN TARJETAS CRÉDITO RELACIONADAS A RETAILERS, 2DO SEMESTRE 2015	PORCENTAJE
NO REVERSA CARGOS MAL EFECTUADOS	16,9%
COBRO DE SEGUROS NO CONTRATADOS	7,6%
NO RECONOCE DEUDA	5,8%
COBROS POR PRODUCTOS O SERVICIOS NO CONTRATADOS	5,7%
COBRANZA QUE AFECTAN LA PRIVACIDAD FAMILIAR Y LABORAL	5,2%
DUPLICIDAD DE COBROS	3,7%
COBRO DE COMISIONES EXCESIVOS	3,7%
COBRO DEUDA DE TERCERO NO CONOCIDO EN EL DOMICILIO	3,6%
PUBLICADO CON DEUDA PAGADA	2,7%
CONSUMIDOR NO RECONOCE TRANSACCIÓN CLONACIÓN	2,3%
OTRAS CAUSAS	42,8%

Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016

Al observar las primeras cuatro causales, independientemente a la clasificación, subyace el desconocimiento del consumidor a los cargos efectuados, lo que llega al 36% de los reclamos.

**Nota:** «Otros» comprende un extenso número de motivos legales con porcentajes menores, entre los que se pueden encontrar «consumidor no reconoce transacción por suplantación», «no informa monto total a pagar», «cobro excesivo de deuda», entre otras.

## 6. Metodología Ranking

El ranking de reclamos del sub-mercado tarjetas de crédito relacionadas al retail se construye a partir de 2 tasas:

### Tasa de Reclamos (TR).

En primer lugar se considera la tasa de reclamos (TR). Ésta, es la cantidad de **reclamos contra las tarjetas de crédito relacionadas al retail** por cada 10.000 tarjetas con saldo. Se calcula dividiendo el número de reclamos realizados contra la(s) tarjeta(s) de crédito, por el número de tarjetas de crédito con saldo, multiplicado por 10.000.

### Tasa de Respuesta Desfavorable (TRD).

En segundo lugar, se considera la tasa de respuesta desfavorable a dichos reclamos. Se calcula dividiendo el **número de reclamos asociados a las tarjetas de crédito relacionadas al retail** que no se acogen y no responden, por la suma de los reclamos acogidos, no acogidos y no respondidos.

### Indicador (Resultado final Ranking sub-mercado tarjetas de crédito relacionadas al retail).

Con el fin de ordenar a las instituciones bajo un solo indicador que refleje el comportamiento de las empresas ante los reclamos contra las tarjetas de crédito relacionadas al retail, se estimó el producto de la tasa de reclamos (TR) y la tasa de respuesta desfavorable (TRD) de cada proveedor. De esta manera se obtiene un indicador que refleja el número de reclamos “no acogidos y no respondidos” por cada 10.000 tarjetas con saldo para cada proveedor.

La fórmula del indicador es la siguiente:

$$\textit{Indicador} = (TR * TRD)$$

# Tasa de Reclamos (TR)

## 7. Tasa de Reclamos (TR)

### Descripción

Se define de la siguiente manera:

$$TR_m = \left[ \frac{N^{\circ} \text{ de reclamos de tarjetas de crédito relacionadas al retail}_m}{\text{Stock de tarjetas de crédito con saldo asociadas al retail período}_n} \right] * 10.000$$

m= Segundo semestre 2015 / 2014

n= Stock a diciembre 2015 / 2014.

### Consideraciones

- **Tasa de Reclamos:** Es la cantidad de **reclamos que presenta una tarjeta de crédito**, por cada 10.000 tarjetas con saldo.
- **Este indicador se calcula** dividiendo el número de reclamos registrados contra una tarjeta de crédito por su número de tarjetas con saldo, multiplicado por 10.000.
- El estado en el cual se encuentran los reclamos es cerrado, es decir, se ha dado por finalizada la gestión respectiva.
- Se consideran solamente los proveedores registrados en Sernac para la tramitación de sus reclamos.
- El denominador utilizado es el «Número de tarjetas con saldo». Este dato, que da cuenta del stock de tarjetas con saldo, se obtiene de los Estados Financieros a diciembre de 2015 y diciembre de 2014, que estas instituciones entregan a la SVS. En el caso de Cencosud, el último dato disponible es a diciembre de 2014, y a través de oficio se le solicitó a la empresa el número de tarjetas con saldo a diciembre de 2015.
- La Tasa de Reclamos (TR) da cuenta solo de 7 tarjetas de crédito relacionadas al retail: CAT (Cencosud, Mas Paris, Mas Easy, Mas Jumbo, Tur Bus), La Polar, Hites, ABCDIN, CMR Falabella, Ripley y Líder Mastercard-Presto, ya que éstas disponen de información pública del número de tarjetas con saldo.

## 7. Tasa de Reclamos (TR)

Tarjetas de crédito relacionadas al retail	N° de reclamos			N° de Tarjetas con saldo			Tasa de Reclamos (TR)		
	Segundo semestre 2014	Segundo semestre 2015	Variación	diciembre 2014	diciembre 2015	Variación	Segundo semestre 2014	Segundo semestre 2015	Variación
Hites	311	181	-41,8%	495.353	480.543	-3,0%	6,28	3,77	-40,0%
CMR Falabella	2.021	1.782	-11,8%	2.383.074	2.480.153	4,1%	8,48	7,19	-15,3%
ABCDIN	771	829	7,5%	742.630	678.267	-8,7%	10,38	12,22	17,7%
Lider Mastercard-Presto	1.103	1.057	-4,2%	743.928	814.675	9,5%	14,83	12,97	-12,5%
La Polar	580	832	43,4%	513.034	552.046	7,6%	11,31	15,07	33,3%
Ripley	2.232	2.208	-1,1%	1.287.789	1.270.135	-1,4%	17,33	17,38	0,3%
CAT (Cencosud, Mas Jumbo, Mas Easy, Mas Paris, Tur Bus)	1.684	2.530	50,2%	1.356.736	1.340.490	-1,2%	12,41	18,87	52,1%
<b>Total</b>	<b>8.702</b>	<b>9.419</b>		<b>7.522.544</b>	<b>7.616.309</b>				

Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

En el segundo semestre de 2014, la mayor tasa de reclamos la obtuvo la tarjeta de crédito Ripley (17,33), en cambio, la mayor tasa de reclamos en el segundo semestre de 2015, se observó en CAT (18,87). Además, se visualizó que en el 57% (4 de 7) de las tarjetas de crédito relacionadas al retail, aumentaron las tasas de reclamos.

Al comparar el segundo semestre de 2014 y el segundo semestre de 2015, la mayor disminución en la tasa de reclamos se produjo en la tarjeta de crédito Hites con un 40%, debido principalmente a la baja en el número de reclamos de esta empresa.

## 7. Tasa de Reclamos (TR)

Resultado Tasa Reclamos (TR) en tarjetas de crédito relacionadas al retail, segundo semestre 2015:

TARJETAS DE CRÉDITO RELACIONADAS AL RETAIL	N° DE RECLAMOS POR CADA 10.000 TARJETAS
HITES	3,77
CMR FALABELLA	7,19
ABCDIN	12,22
LIDER MASTERCARD - PRESTO	12,97
LA POLAR	15,07
RIPLEY	17,38
CENCOSUD	18,87

Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

# **Tasa de Respuesta Desfavorable (proveedor no acoge y no responde)**

## 8. Tasa de Respuesta Desfavorable

### Descripción

Se define de la siguiente manera:

$$TASA_m = \left[ \frac{N^\circ \text{ de reclamos de tarjetas relacionadas al retail clasificados como « respuesta desfavorable »}_m}{N^\circ \text{ total de reclamos de tarjetas relacionadas al retail}_m} \right] * 100$$

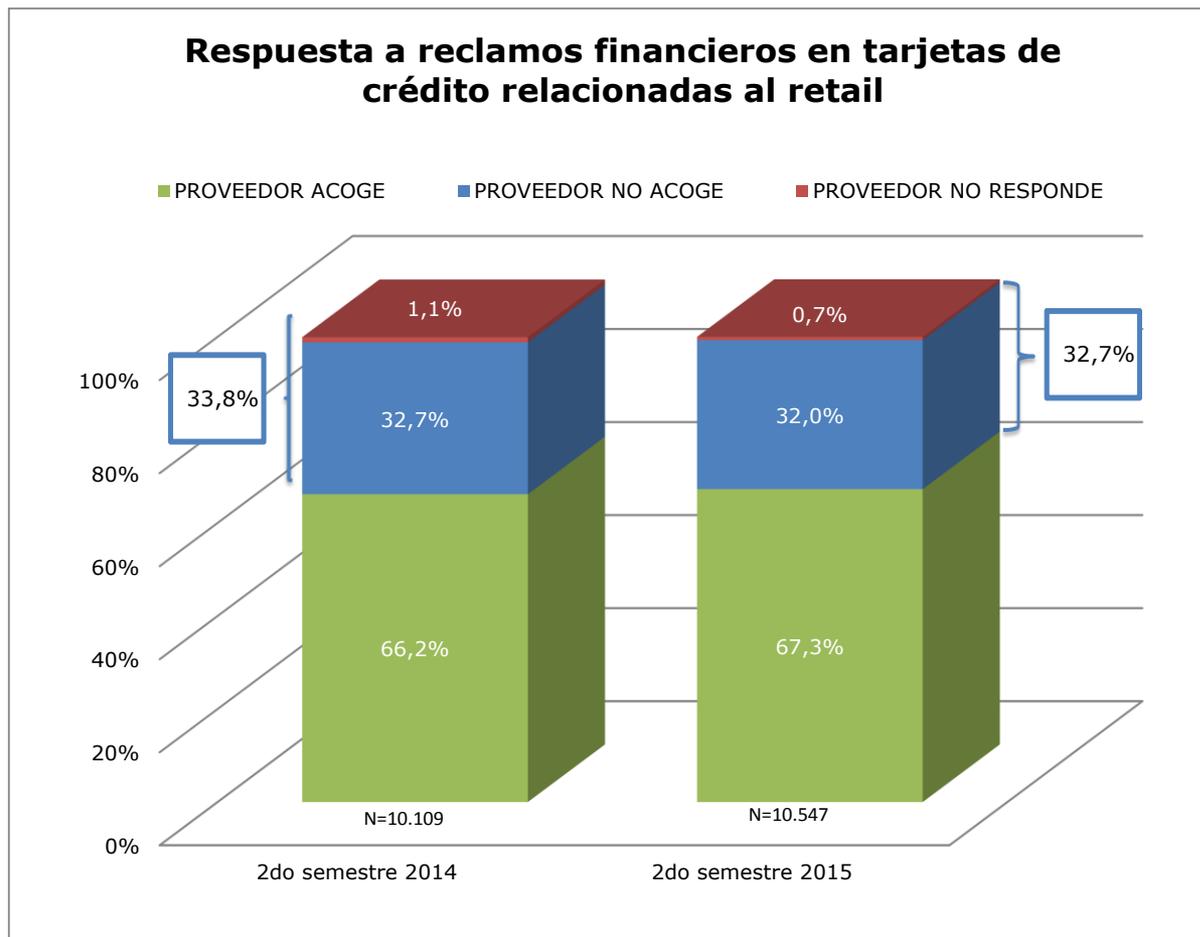
m= Segundo semestre 2015 y 2014.

### Consideraciones

- **Tasa de Respuesta Desfavorable:** Es el porcentaje de reclamos con respuesta «proveedor no acoge» y «proveedor no responde» por parte del proveedor en 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 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) asociados a una tarjeta de crédito relacionada a un retail, 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 registrados en Sernac.

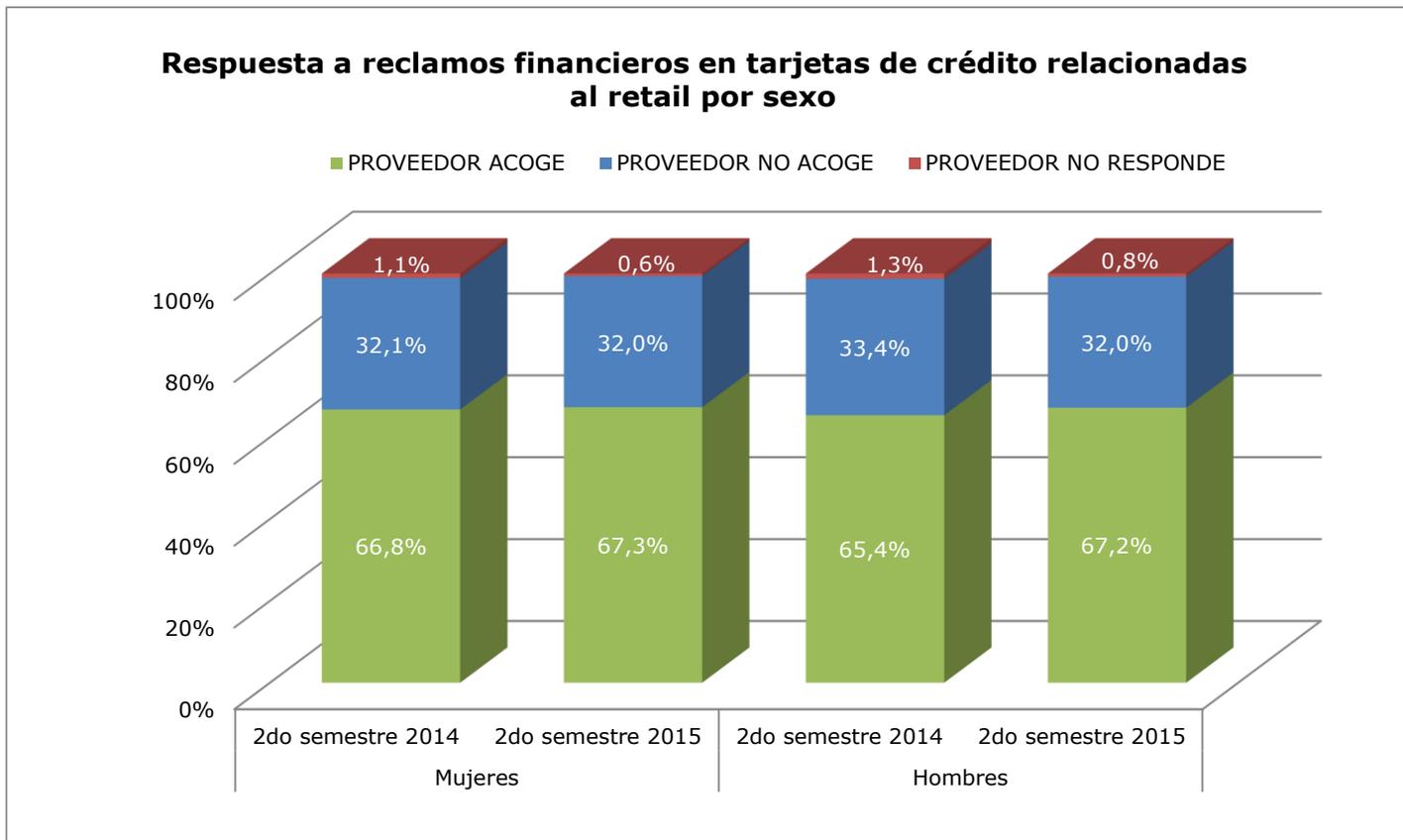
## 8. Tasa de Respuesta Desfavorable

Al comparar las respuestas a los reclamos en el submercado de tarjetas de crédito relacionadas al retail, se observa un comportamiento muy similar entre periodos, donde se destaca la proporción mayoritaria de los reclamos como "Proveedor Acoge", lo cual se mantiene por sobre el 65% en ambos periodos. A su vez, las respuestas clasificadas como «proveedor no acoge» y «proveedor no responde» descendieron desde un 33,8%, segundo semestre de 2014, hasta un 32,7%, segundo semestre de 2015.



Fuentes Base de datos, SERNAC, 2016.

## 8. Tasa de Respuesta Desfavorable

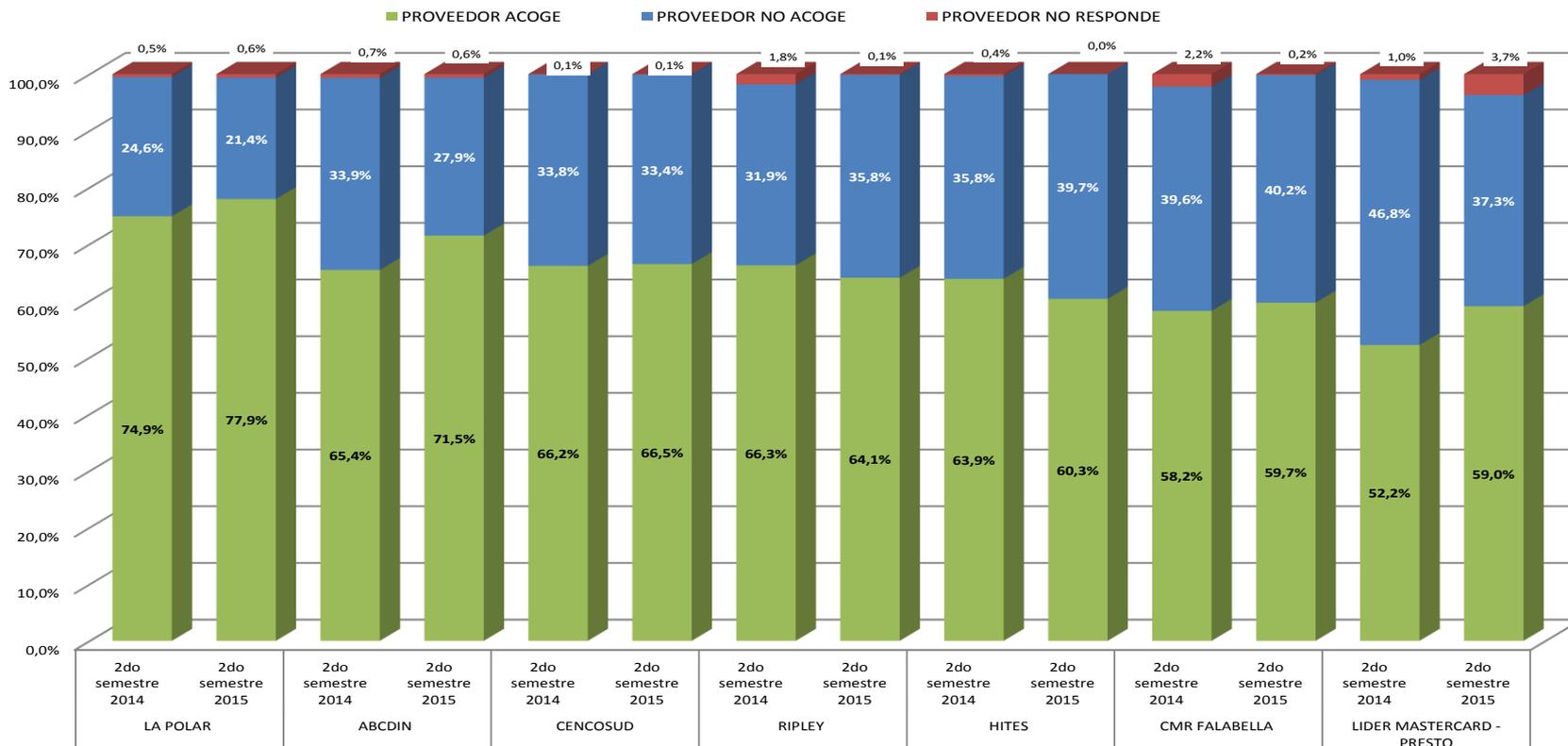


Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

Al comparar las respuestas a los reclamos de las tarjetas de crédito relacionadas al retail por sexo, se observa algo similar a la lámina anterior, es decir, un comportamiento constante y parejo respecto al tratamiento de los reclamos donde la respuesta a los consumidores fue mayoritariamente la de acoger el reclamo, mejorando el segundo semestre de 2015 con respecto al segundo semestre de 2014. Por su parte, los porcentajes de «proveedor no acoge» y «proveedor no responde» se situaron entorno al 33% y descendieron entre ambos períodos.

# 8. Tasa de Respuesta Desfavorable

Respuesta de tarjetas de crédito relacionadas al retail a reclamos ingresados a Sernac



Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016

Considerando solo a las entidades con antecedentes del número de tarjetas con saldo, al comparar el segundo semestre de 2014 con el segundo semestre de 2015, se apreció que el comportamiento de respuesta individual de cada tarjeta de crédito relacionada al retail ante los reclamos, aumentó en la categoría «proveedor acoge» en la mayor parte ellos, excepto en los casos de Ripley e Hites. La mayor disminución en la respuesta «proveedores acoge», se observó en Hites que pasó de un 63,9% a un 60,3%. La entidad que destaca por mejorar notoriamente su comportamiento fue Presto, cuyo «proveedor acoge» saltó de un 52,2% a un 59%.

No obstante, un porcentaje importante de las respuesta de las tarjetas de crédito relacionadas al retail son desfavorables (proveedor no acoge y no responde) para los consumidores, situándose entre 22% y un 41%, en el segundo semestre de 2015.

## 8. Tasa de Respuesta Desfavorable

Considerando solo a las entidades con antecedentes del número de tarjetas con saldo, en el segundo semestre de 2015 las tasas de respuestas desfavorables más altas fueron en Lider Mastercard-Presto (41%), CMR Falabella (40,3%) e Hites (39,7%). En cambio, las tarjetas relacionadas al retail que mostraron menores tasas de respuesta desfavorable, para el mismo período de tiempo, fueron La Polar (22,1%) y Abcdin (28,5%).

POSICIÓN	TARJETA DE CRÉDITO	TASA RESPUESTA "DESFAVORABLE"
1	LA POLAR	22,10%
2	ABDDIN	28,50%
3	CENCOSUD	33,50%
4	RIPLEY	35,90%
5	HITES	39,70%
6	CMR FALABELLA	40,30%
7	LIDER MASTERCARD - PRESTO	41,00%

Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

## 9. RESULTADO FINAL: RANKING DE RECLAMOS PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2015.

El resultado final del Ranking de reclamos del sub-mercado tarjetas de crédito relacionadas al retail, se obtiene multiplicando la Tasa de Reclamo (TR) por la tasa de respuesta desfavorable de cada proveedor. De esta manera se obtiene un indicador que refleja el número de reclamos "no acogidos y no respondidos" por cada 10.000 tarjetas con saldo para cada proveedor.

Finalmente el resultado de este indicador se ordena de menor a mayor.

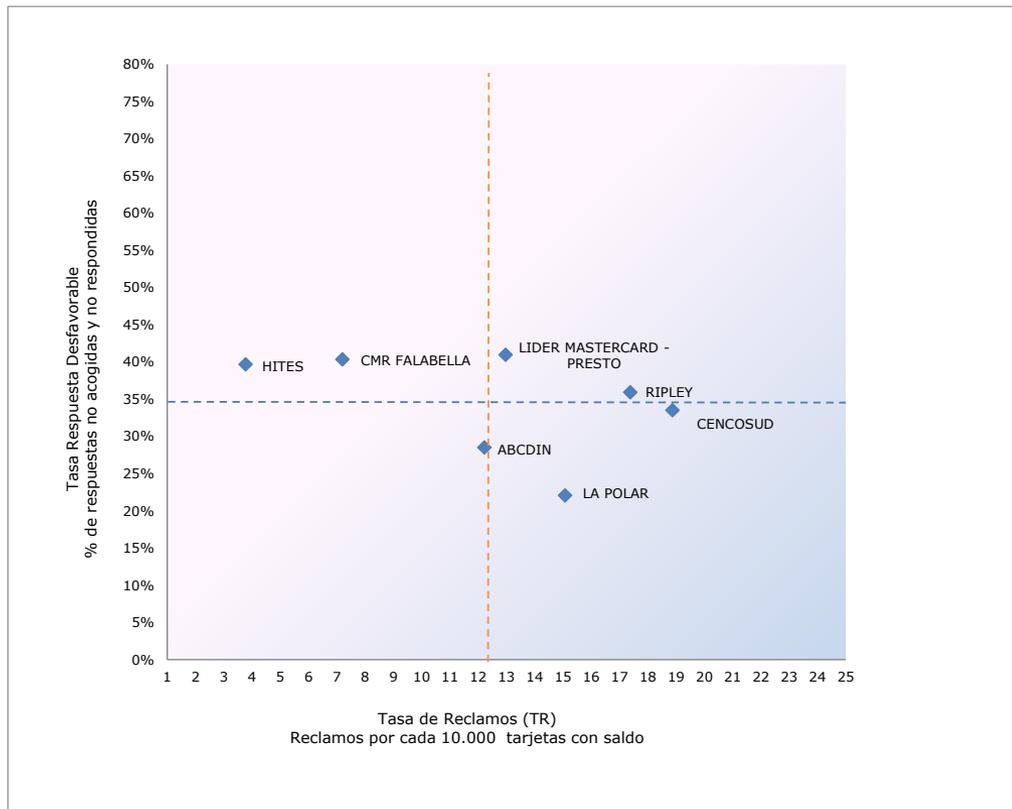
POSICIÓN	TARJETA DE CRÉDITO	INDICADOR
1	HITES	1,50
2	CMR FALABELLA	2,90
3	LA POLAR	3,32
4	ABCDIN	3,48
5	LIDER MASTERCARD - PRESTO	5,31
6	RIPLEY	6,24
7	CENCOSUD	6,33

Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016

# 10. Relación entre Tasa de Respuesta Desfavorable y Tasa de Reclamos (TR).

Al posicionar gráficamente a cada entidad de acuerdo a sus resultados entre los ejes tasa de respuesta desfavorable y tasa de reclamos, podemos observar lo siguiente:

- En el segundo semestre de 2015, la tasa de reclamos promedio del sub-mercado Tarjetas de Crédito Relacionadas al Retail fue de 12,37 reclamos por cada 10.000 tarjetas con saldo (línea naranja) y la tasa promedio de respuesta desfavorables fue de 34,9% (línea azul).
- El mejor comportamiento para las tarjetas de crédito, estará dado por aquellas que se ubiquen con bajas tasas de Reclamo y Respuesta Desfavorable.
- Hites y CMR Falabella mostraron bajas tasas de reclamo, sin embargo, registraron tasas de respuesta desfavorables las que están por sobre el promedio, lo cual las sitúa en el sector superior izquierdo del gráfico.
- Cencosud es la tarjeta que tiene la mayor tasa de reclamos. Eso la sitúa en el extremo derecho del gráfico.



TARJETAS CRÉDITO RELACIONADAS AL RETAIL	Tasa Reclamo	Tasa Respuesta Desfavorable
HITES	3,77	39,66%
CMR FALABELLA	7,19	40,34%
LA POLAR	15,07	22,06%
ABCDIN	12,22	28,50%
LIDER MASTERCARD - PRESTO	12,97	40,95%
RIPLEY	17,38	35,93%
CENCOSUD	18,87	33,52%

Nota: La **tasa promedio de reclamos** (12,37) está calculada en base en N° total de reclamos contra las tarjetas de crédito asociadas al retail, dividido por el número total de tarjetas con saldo.

La **tasa promedio de respuesta desfavorable** se obtiene al dividir el N° total de respuestas desfavorables por el N° total de respuestas proveedor acoge, no acoge y no responde, asociados a productos de deuda.

# GRACIAS

---

 Servicio Nacional del Consumidor  
Gobierno de Chile

[www.sernac.cl](http://www.sernac.cl)

## Anexo N° 1. Definiciones.

### **Proveedor Acoge:**

Causal de cierre utilizada ante la respuesta positiva del proveedor respecto a la solicitud del consumidor. Por ejemplo, en los casos que el proveedor accede a la prestación del servicio, anulación del contrato, cambio de producto o devolución de dinero, entre otros.

### **Proveedor No Acoge:**

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 reconoce la competencia del Sernac como intermediario.

### **Proveedor No Responde:**

Causal de cierre utilizada en aquellos casos en que el proveedor no entrega respuesta dentro de los plazos establecidos.

## Anexo N° 2. Tabla Indicador resultado final.

Tarjeta de crédito relacionada al retail	Tasa de Reclamos (TR)	Tasa Respuesta Desfavorable	Indicador
HITES	3,77	39,66%	1,50
CMR FALABELLA	7,19	40,34%	2,90
LA POLAR	15,07	22,06%	3,32
ABCDIN	12,22	28,50%	3,48
LIDER MASTERCARD - PRESTO	12,97	40,95%	5,31
RIPLEY	17,38	35,93%	6,24
CENCOSUD	18,87	33,52%	6,33

Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016

Indicador:  $(TR * Tasa\ de\ Respuesta\ Desfavorable)$