

Ranking del Mercado Financiero

Sub-mercado

Tarjetas de crédito relacionadas al Retail Primer semestre 2016 – Primer semestre 2015

Octubre, 2016

División de Consumo Financiero

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3 octubre 2016	4 octubre 2016	5 octubre 2016
Cargo	Analista	JUAF	JDPCF

1. Resumen

1.1 Principales Resultados:

De acuerdo a la información analizada de los reclamos contra las tarjetas de créditos relacionadas al retail del primer semestre de 2016, se puede concluir lo siguiente:

- El 46% de los reclamos financieros (*) se concentró en este tipo de proveedores.
- Las regiones que exhibieron las mayores tasas de reclamos, es decir, el número de reclamos por cada 1.000 habitantes de 18 años y más en cada región, fueron: Aysén (1,37), Atacama (1,17) y Coquimbo (1,15).
- La mayor parte de los reclamos contra las tarjetas de crédito relacionadas al retail fueron efectuados por mujeres con un 53% versus 47% de las hombres.
- Las principales motivaciones de reclamos de los consumidores fueron: Cobros improcedentes (49,1%), cobranza extrajudicial no corresponde (17,9%) y dificultades en la ejecución del producto o servicio (8,6%).
- Las Tasas de Reclamos (TR) más bajas las obtuvieron las tarjetas Fashions Park (2,17), Fiso (2,63) y Tricot/tricard Visa (5,88). En cambio, la tasa más alta se observó en la(s) tarjeta de Cruz Verde/Chilquinta (20,41).
- En cuanto a la respuesta desfavorable de las tarjetas de crédito relacionadas al retail, a los reclamos realizados por los consumidores ante el Sernac, las tasas más bajas fueron obtenidas por las tarjetas de crédito Salcobrand/Preunic (14,17%) y Unimarc (14,81%). En cambio, la tasa más alta se observó en tarjeta Fiso (60%).
- Sobre la base de los reclamos asociados tarjetas de crédito relacionadas al retail, se concluye que:
 - ✓ Un 39% de los reclamos logró ser acogido en su totalidad por el proveedor, solucionando la solicitud del consumidor. Un 26,1% fue acogido parcialmente por el proveedor, accediendo el consumidor a una solución que no satisface completamente su demanda original. Un 34,4% de los reclamos no fue acogido por los proveedores y un 0,6% de los reclamos simplemente no fue respondido.
 - ✓ En consecuencia, menos de uno de cada cien reclamos no son respondidos y alrededor de 34 de cada cien reclamos tienen una respuesta negativa, de modo tal que aproximadamente 35 de cada 100 reclamos asociados a productos de deuda no obtienen una respuesta favorable.

(*) El universo de reclamos financieros está compuesto por los siguientes submercados: bancario, tarjetas de crédito relacionadas al retail, cajas de compensación, empresas de cobranza, cooperativas de ahorro y crédito, empresas de crédito automotriz, casas de cambio y de giro de dinero, corredores de bolsa, factoring y otras empresas de crédito.

2. Introducción

2.1 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 el 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 del SERNAC como intermediario.
 - Proveedor No Responde (**PNR**): Empresa no responde el reclamo.

2.2 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 ante el Sernac.

2.3 Objetivos específicos del estudio

- Identificar el número de reclamos en contra de las tarjetas de crédito relacionadas al retail.
- Describir el comportamiento de las tarjetas de crédito relacionadas al retail 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.
- Entregar información sobre el mercado financiero, el que concentró el 18% del total de los reclamos que llegaron a Sernac en el primer semestre de 2016, donde a su vez el sub-mercado de las tarjetas de crédito relacionadas al retail representó el 46% de los reclamos financieros.

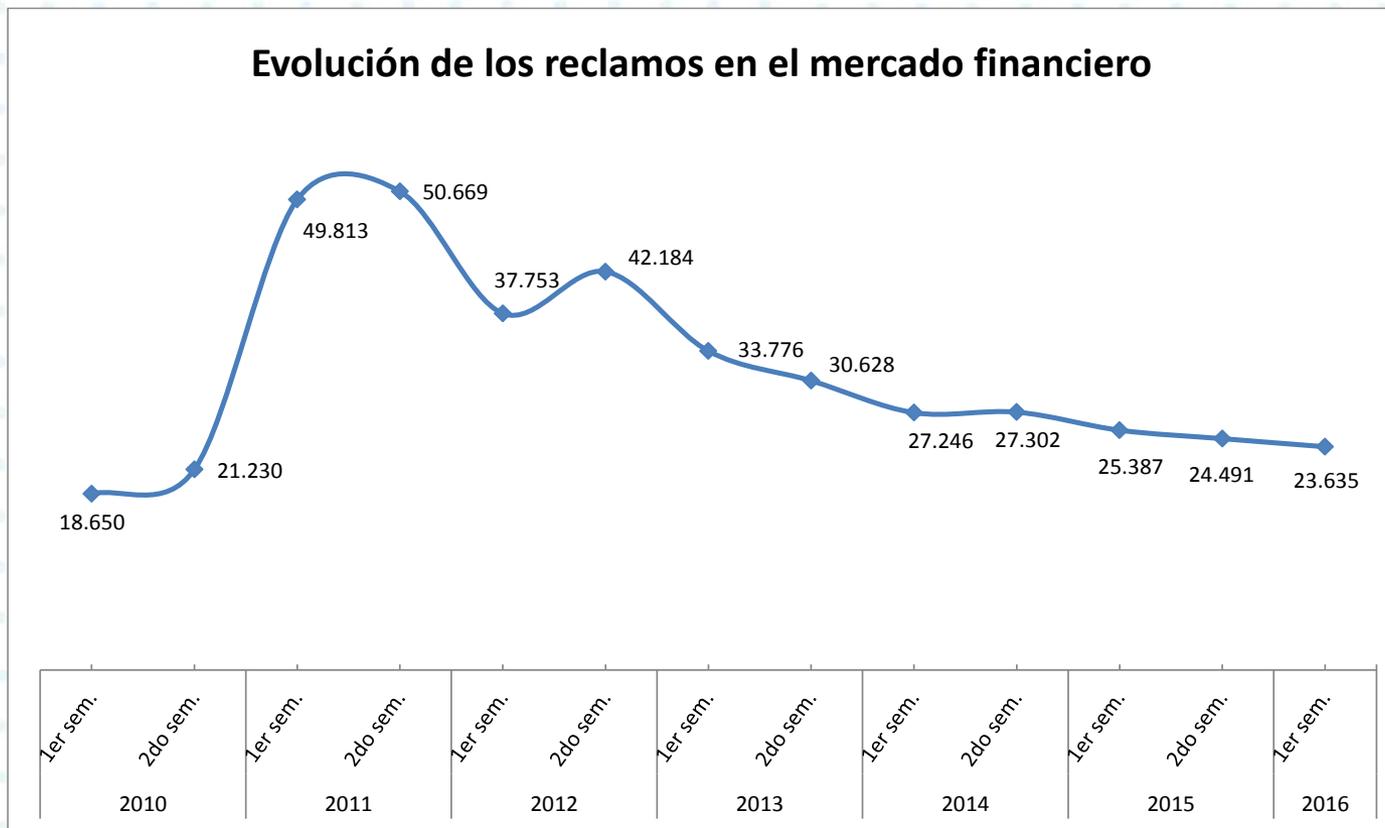
Mercado Financiero

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, entre otros. Al Sernac llegan reclamos de consumidores efectuados principalmente contra la banca, el retail financiero y las cajas de compensación.
- Respecto a los productos o servicios financieros más reclamados en el mercado financiero por los consumidores durante el primer semestre de 2016, se encuentran las tarjetas de crédito relacionadas al retail (32,6%), los créditos de consumo (14,5%) y las cuentas corrientes (7,2%).
- De acuerdo a la última encuesta Financiera de Hogares realizada por el Banco Central de Chile, entre julio de 2014 y febrero de 2015, los tipos de deuda más comunes en los hogares Chilenos son los créditos de consumo (63%) y los de créditos hipotecarios (19%). El mismo estudio señala que un 23% de los hogares tiene deudas con más de un tipo de oferente: bancos, casas comerciales, cajas de compensación, entre otros. Además, alrededor del 15% de los hogares tiene deuda de consumo en bancos y casas comerciales.
- Las tarjetas de crédito relacionadas al retail, que presentaron reclamos en el primer semestre de 2015 y 2016 al Sernac son: CMR Clásica/Visa/Mastercard, Cencosud Mastercard/Visa/Más Jumbo/Easy/Paris, Ripley/Mastercard/Mastercard Chip, Lider Mastercard/Presto, La Polar/Blanc/Visa, Corona Mi Solución, Tricot/Tricard Visa, ABCDIN/ABC, Hites, Unimarc, Fashion's Park, Salcobrand/Preunic, Cruz Verde/Chilquinta, Fiso, La Elegante y C&D*. Ellas serán consideradas para efecto del análisis de volumen de reclamos.

* Solo presenta volumen de reclamos el primer semestre de 2015.

3.1 Evolución de reclamos



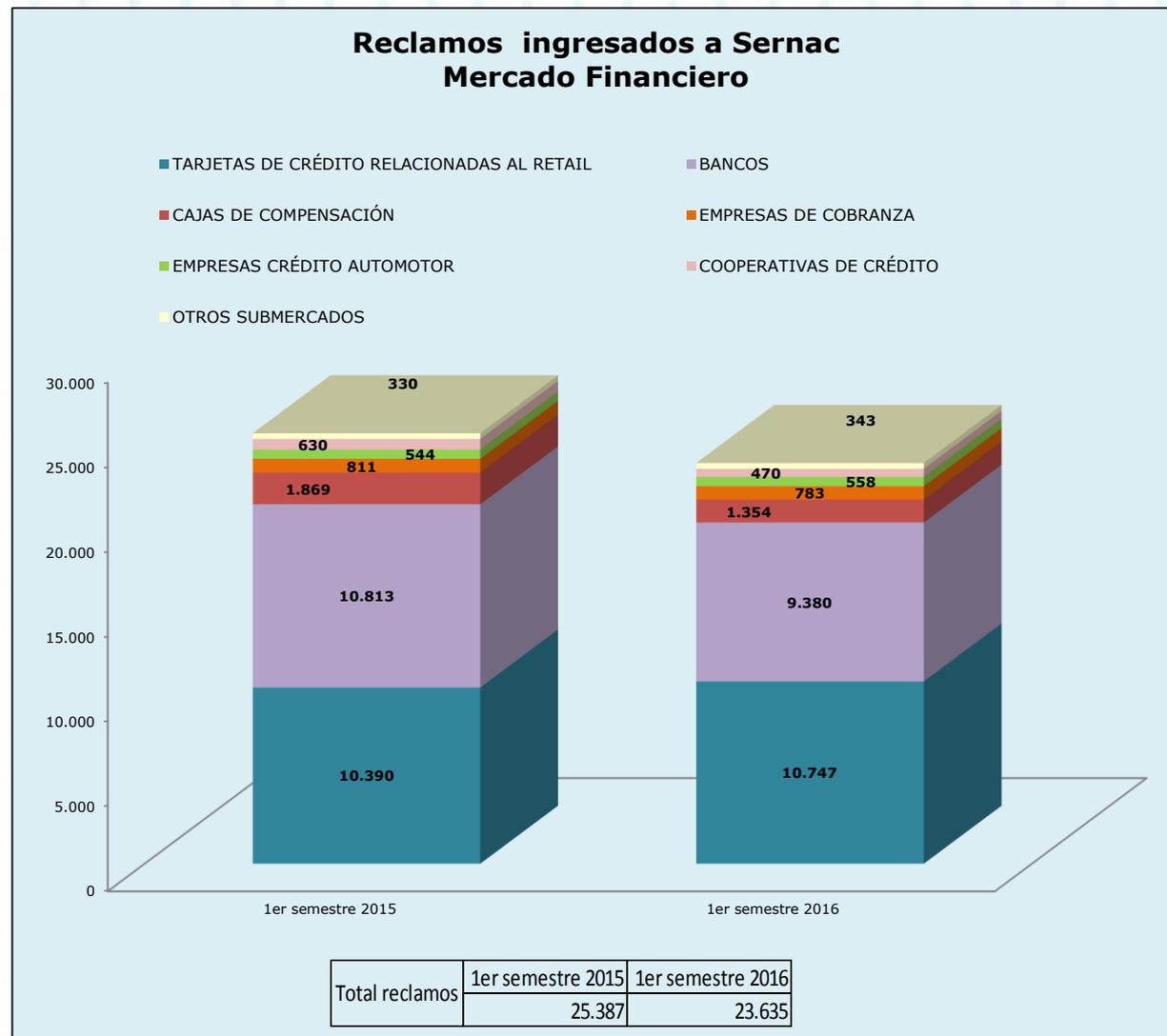
Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

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 23.635 durante el primer semestre del año 2016.

3.2 Reclamos por sub-mercados

Entre el primer semestre de 2015 y el primer semestre de 2016, la cantidad de reclamos en contra del mercado financiero disminuyó. Esta situación se observó en los sub-mercados de cajas de compensación (-27,6%), cooperativas de ahorro y crédito (-25,4%), banca (-13,3%) y empresas de cobranza (-3,5%).

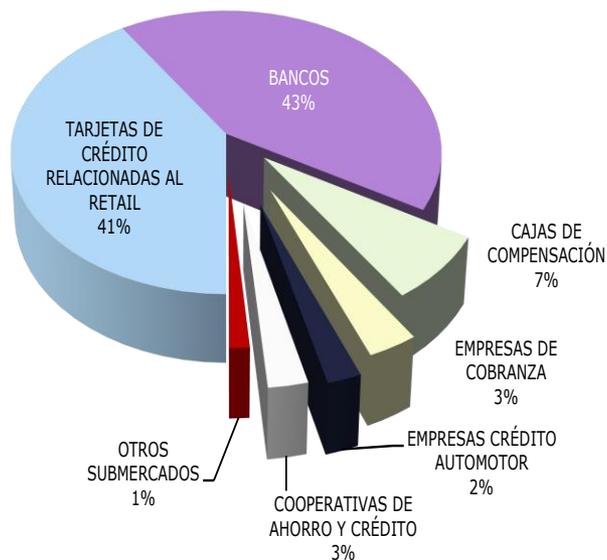
En cambio, en los sub-mercados de las tarjetas de crédito relacionadas al retail, las empresas de crédito automotor y otros sub-mercados, el número de reclamos aumentó en 3,4%, 2,6% y 3,9%, respectivamente.



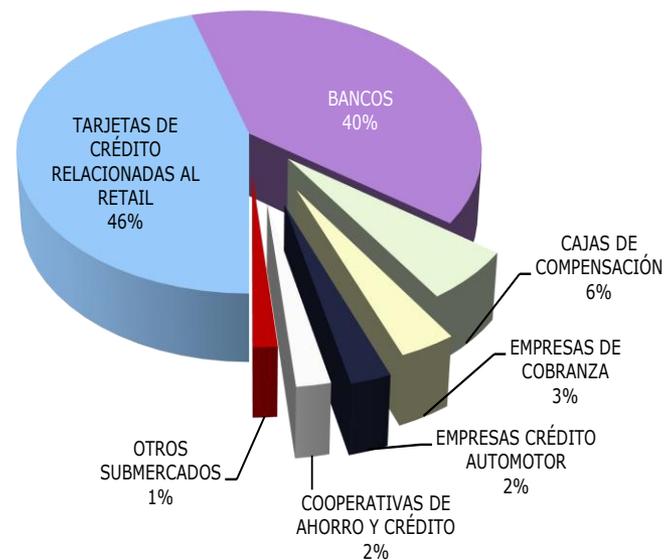
Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

3.3 Participación de reclamos en el Mercado Financiero

Participación de reclamos mercado financiero 1er semestre 2015



Participación de reclamos mercado financiero 1er semestre 2016



Fuente: Base de datos, SERNAC 2016.

Durante el primer semestre de 2015, el mayor porcentaje de reclamos se concentró en la banca (43%), en cambio en el primer semestre de 2016, los reclamos financieros se concentraron principalmente en las tarjetas de crédito relacionadas al retail (46%).

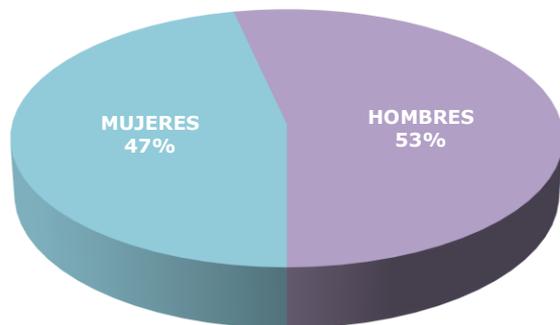
Consideraciones:

Nº reclamos 1er semestre de 2015, 25.387.

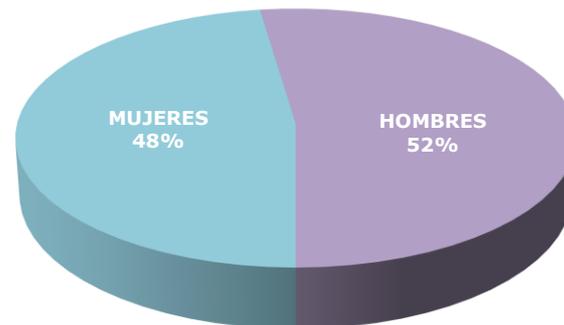
Nº reclamos 1er semestre de 2016, 23.635.

3.4 Participación de reclamos por sexo en el Mercado Financiero

Participación de reclamos por sexo, sector financiero
1er semestre 2015



Participación de reclamos por sexo, sector financiero
1er semestre 2016



Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

En términos de porcentajes, en ambos semestres la participación por parte de los hombres en los reclamos fue un poco mayor que el de las mujeres. En efecto, mientras el 1er semestre de 2015 los reclamos de los hombres alcanzaron un 53%, en el 1er semestre de 2016 ascendieron a 52%.

Sub-mercado: Tarjetas de crédito relacionadas al retail

4. Distribución de reclamos a nivel regional

REGIÓN		Reclamos contra tarjetas del retail por cada 1.000 habitantes ene-jun 2015	Reclamos contra tarjetas del retail por cada 1.000 habitantes ene-jun 2016	Primer semestre 2015		Primer semestre 2016	
				Reclamos	%	Reclamos	%
1	TARAPACÁ	0,74	0,69	177	1,7%	169	1,6%
2	ANTOFAGASTA	0,80	0,92	366	3,5%	427	4,0%
3	ATACAMA	1,42	1,17	323	3,1%	270	2,5%
4	COQUIMBO	1,21	1,15	692	6,7%	674	6,3%
5	VALPARAÍSO	0,92	0,84	1.284	12,4%	1.185	11,0%
6	DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO O'HIGGINS	0,69	0,72	473	4,6%	502	4,7%
7	DEL MAULE	0,69	0,58	545	5,2%	458	4,3%
8	DEL BÍO BÍO	0,58	0,67	921	8,9%	1.076	10,0%
9	DE LA ARAUCANÍA	0,41	0,50	303	2,9%	372	3,5%
10	DE LOS LAGOS	0,81	0,80	505	4,9%	501	4,7%
11	AYSÉN DEL GRAL. CARLOS IBAÑEZ DEL CAMPO	1,31	1,37	103	1,0%	109	1,0%
12	DE MAGALLANES Y DE LA ANTÁRTICA CHILENA	1,01	1,03	126	1,2%	130	1,2%
13	METROPOLITANA DE SANTIAGO	0,76	0,79	4.217	40,6%	4.470	41,6%
14	DE LOS RÍOS	0,57	0,71	173	1,7%	221	2,1%
15	ARICA Y PARINACOTA	1,04	1,02	182	1,8%	183	1,7%
Total		0,77	0,78	10.390	100%	10.747	100%

Fuente. Base de datos, SERNAC, 2016.

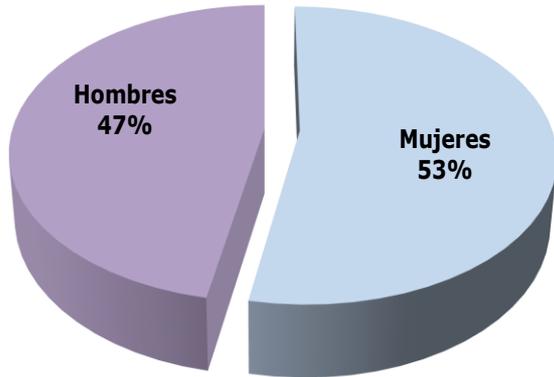
En cuanto al número total de reclamos contra las tarjetas asociadas al retail por regiones que se registraron el primer semestre de 2016, se aprecia que el mayor volumen de éstos fue realizado desde la región Metropolitana (41,6%), seguidos de las regiones de Valparaíso (11%) y Bío-Bío (10%).

Al realizar el análisis de los reclamos según el número de habitantes por región, las regiones con los mayores índices en el primer semestre de 2016 fueron Aysén, Atacama, y Coquimbo.

Nota: Número de reclamos contra las tarjetas de crédito 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 2015 y 2016, respectivamente.

4.1 Distribución de reclamos a nivel regional, desagregado por sexo

Participación de reclamos por sexo en tarjetas de crédito relacionadas al retail, 1er semestre 2016



REGIÓN		Primer semestre 2016	
		Mujeres	Hombres
1	TARAPACÁ	41%	59%
2	ANTOFAGASTA	53%	47%
3	ATACAMA	43%	57%
4	COQUIMBO	52%	48%
5	VALPARAÍSO	57%	43%
6	DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO O'HIGGINS	47%	53%
7	DEL MAULE	53%	47%
8	DEL BÍO BÍO	52%	48%
9	DE LA ARAUCANÍA	49%	51%
10	DE LOS LAGOS	53%	47%
11	AYSÉN DEL GRAL. CARLOS IBAÑEZ DEL CAMPO	54%	46%
12	DE MAGALLANES Y DE LA ANTÁRTICA CHILENA	45%	55%
13	METROPOLITANA DE SANTIAGO	55%	45%
14	DE LOS RÍOS	57%	43%
15	ARICA Y PARINACOTA	48%	52%
TOTAL		53%	47%

Fuentes Base de datos, SERNAC, 2016.

En particular, dentro de las tarjetas de crédito vinculadas al retail, durante el primer semestre del 2016, 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 3.4). Esta situación se replica en 9 regiones del país, exhibiendo una participación mayor en la regiones de Los Ríos (57%), Valparaíso (57%), Metropolitana (55%) y Aysén (54%).

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 RELACIONADAS AL RETAIL , 1ER SEMESTRE 2016	PORCENTAJE
NO REVERSA CARGOS MAL EFECTUADOS	17,6%
COBRO DE SEGUROS NO CONTRATADOS	6,2%
COBROS POR PRODUCTOS O SERVICIOS NO CONTRATADOS	6,2%
NO RECONOCE DEUDA	6,2%
COBRANZA QUE AFECTAN LA PRIVACIDAD FAMILIAR Y LABORAL	5,2%
COBRO DEUDA DE TERCERO NO CONOCIDO EN EL DOMICILIO	4,2%
DUPLICIDAD DE COBROS	3,9%
COBRO DE COMISIONES EXCESIVOS	3,6%
CONSUMIDOR NO RECONOCE TRANSACCION SUPLANTACION	2,7%
CONSUMIDOR NO RECONOCE TRANSACCION CLONACION	2,7%
COBRO DE DEUDA EXCESIVA	2,0%
PUBLICADO CON DEUDA PAGADA	2,0%
OTRAS CAUSAS	37,6%

Fuentes Base de datos, SERNAC, 2016.

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)

Se define de la siguiente manera:

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

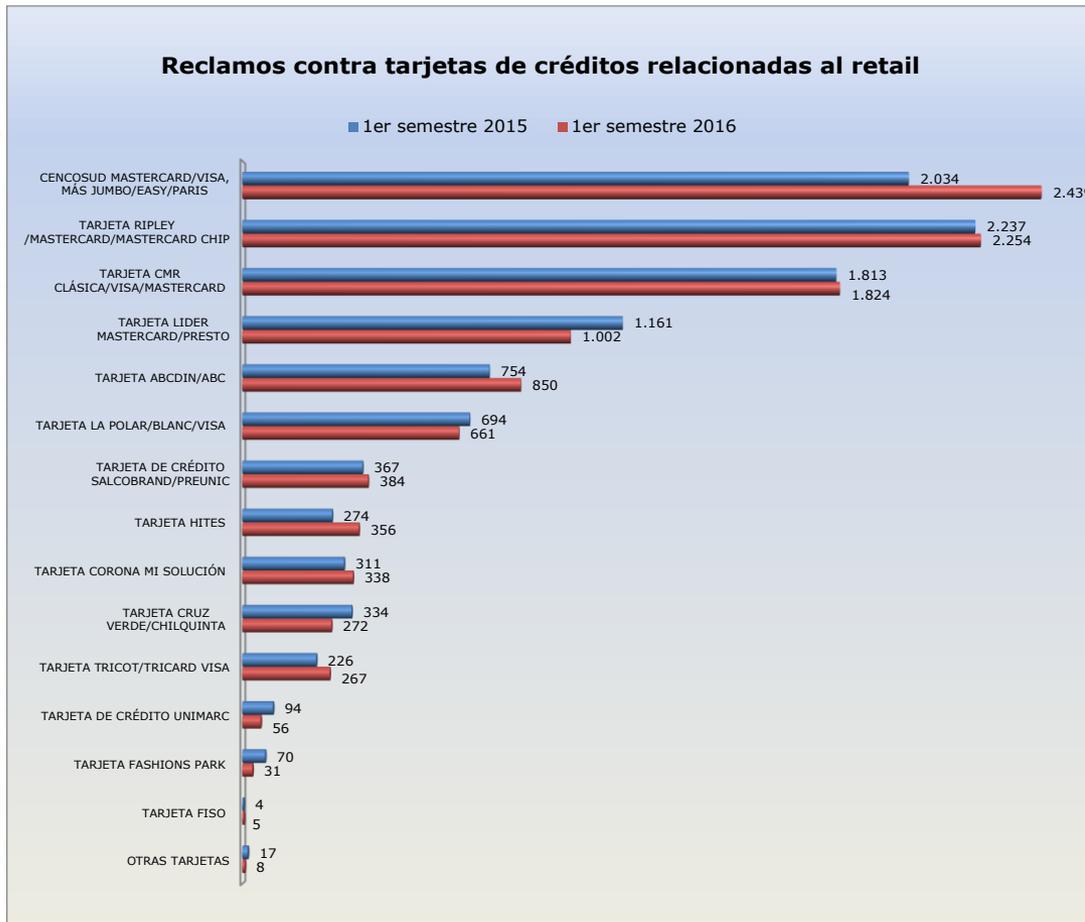
m= Primer semestre 2016 / 2015

n= Stock a junio 2016 / 2015.

7.1 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 de crédito con saldo (Stock)». Este dato, que da cuenta del stock de tarjetas con saldo, se obtiene de los Estados Financieros Consolidados al 30 de junio de 2015 y 30 de junio de 2016, publicados por las empresas en la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) (CMR Clásica/Visa/Mastercard,, Ripley/Mastercard/Mastercard Chip, Lider Mastercard/Presto, La Polar/Blanc/Visa, ABCDIN/ABC, Hites). Las empresas que no publican sus Estados Financieros en la SVS se les solicitó el «Número de tarjetas de crédito con saldo (Stock)» por medio de oficio (Cencosud Mastercard/Visa/Más Jumbo/Easy/Paris, Corona Mi Solución, Tricot/Tricard Visa, Unimarc, Fashion's Park, Salcobrand/Preunic, Cruz Verde/Chilquinta, Fiso y La Elegante).

7.2 Volumen de Reclamos en tarjetas de crédito relacionadas al retail.



Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

Las tarjetas de crédito relacionadas al retail que concentraron la mayor cantidad de reclamos tanto en el primer semestre de 2015 como en el primer semestre de 2016, fueron: Cencosud, Ripley y CMR Falabella.

Así también las tarjetas que mostraron los mayores aumentos porcentuales en el volumen de reclamos al comparar el primer semestre del 2016 respecto del primer semestre del 2015, fueron: Hites, Fiso, Cencosud Mastercard/Visa/Más y Tricot/Tricard Visa.

7.3 Resultado Tasa Reclamos (TR) en las tarjetas de crédito relacionadas al retail, primer semestre 2016

TARJETAS DE CRÉDITO RELACIONADAS AL RETAIL	N° DE RECLAMOS POR CADA 10.000 TARJETAS
TARJETA FASHIONS PARK	2,17
TARJETA FISO	2,63
TARJETA TRICOT/TRICARD VISA	5,88
TARJETA CMR CLÁSICA/VISA/MASTERCARD	7,40
TARJETA HITES	7,71
TARJETA DE CRÉDITO SALCOBRAND/PREUNIC	11,31
TARJETA LIDER MASTERCARD/PRESTO	11,84
TARJETA CORONA MI SOLUCIÓN	12,05
TARJETA LA POLAR/BLANC/VISA	12,92
TARJETA DE CRÉDITO UNIMARC	16,73
TARJETA ABCDIN/ABC	16,77
TARJETA RIPLEY /MASTERCARD/MASTERCARD CHIP	18,28
CENCOSUD MASTERCARD/VISA, MÁS JUMBO/EASY/PARIS	18,95
TARJETA CRUZ VERDE/CHILQUINTA	20,41

Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

7.4 Tasa de Reclamos (TR) por tarjeta de crédito relacionada al retail.

Tarjetas de crédito relacionadas al retail	N° de reclamos			N° de Tarjetas con saldo			Tasa de Reclamos (TR)		
	Primer semestre 2015	Primer semestre 2016	Variación	junio 2015	junio 2016	Variación	Primer semestre 2015	Primer semestre 2016	Variación
TARJETA FASHIONS PARK	70	31	-55,7%	160.549	142.629	-11,2%	4,36	2,17	-50,2%
TARJETA FISO	4	5	25,0%	16.914	19.041	12,6%	2,36	2,63	11,0%
TARJETA TRICOT/TRICARD VISA	226	267	18,1%	483.569	454.171	-6,1%	4,67	5,88	25,8%
TARJETA CMR CLÁSICA/VISA/MASTERCARD	1.813	1.824	0,6%	2.423.072	2.465.240	1,7%	7,48	7,40	-1,1%
TARJETA HITES	274	356	29,9%	478.331	461.601	-3,5%	5,73	7,71	34,6%
TARJETA DE CRÉDITO SALCOBRAND/PREUNIC	367	384	4,6%	325.904	339.550	4,2%	11,26	11,31	0,4%
TARJETA LIDER MASTERCARD/PRESTO	1.161	1.002	-13,7%	779.875	846.467	8,5%	14,89	11,84	-20,5%
TARJETA CORONA MI SOLUCIÓN	311	338	8,7%	271.302	280.550	3,4%	11,46	12,05	5,1%
TARJETA LA POLAR/BLANC/VISA	694	661	-4,8%	526.081	511.800	-2,7%	13,19	12,92	-2,1%
TARJETA DE CRÉDITO UNIMARC	94	56	-40,4%	41.293	33.470	-18,9%	22,76	16,73	-26,5%
TARJETA ABCDIN/ABC	754	850	12,7%	666.862	506.790	-24,0%	11,31	16,77	48,3%
TARJETA RIPLEY /MASTERCARD/MASTERCARD CHIP	2.237	2.254	0,8%	1.233.810	1.233.259	0,0%	18,13	18,28	0,8%
CENCOSUD MASTERCARD/VISA, MÁS JUMBO/EASY/PARIS	2.034	2.439	19,9%	1.351.269	1.287.032	-4,8%	15,05	18,95	25,9%
TARJETA FARMACIAS CRUZ VERDE/CHILQUINTA	334	272	-18,6%	152.155	133.247	-12,4%	21,95	20,41	-7,0%
OTRAS TARJETAS	17	8	-52,9%	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I	S/I

Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

En el primer semestre de 2015, la mayor tasa de reclamos la obtuvo la tarjeta de crédito Unimarc (22,76), en cambio, en el primer semestre de 2016 la mayor tasa de reclamos se observó en la tarjeta Cruz Verde/Chilquinta (20,41). Además, se visualizó que en el 57% (8 de 14) de las tarjetas de crédito relacionadas al retail, aumentaron las tasas de reclamos.

Al comparar el primer semestre de 2015 con el primer semestre de 2016, la mayor disminución en la tasa de reclamos se produjo en la tarjeta de crédito Fashions Park con un 50,2%.

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

8. Tasa de Respuesta Desfavorable (TRD)

Se define de la siguiente manera:

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

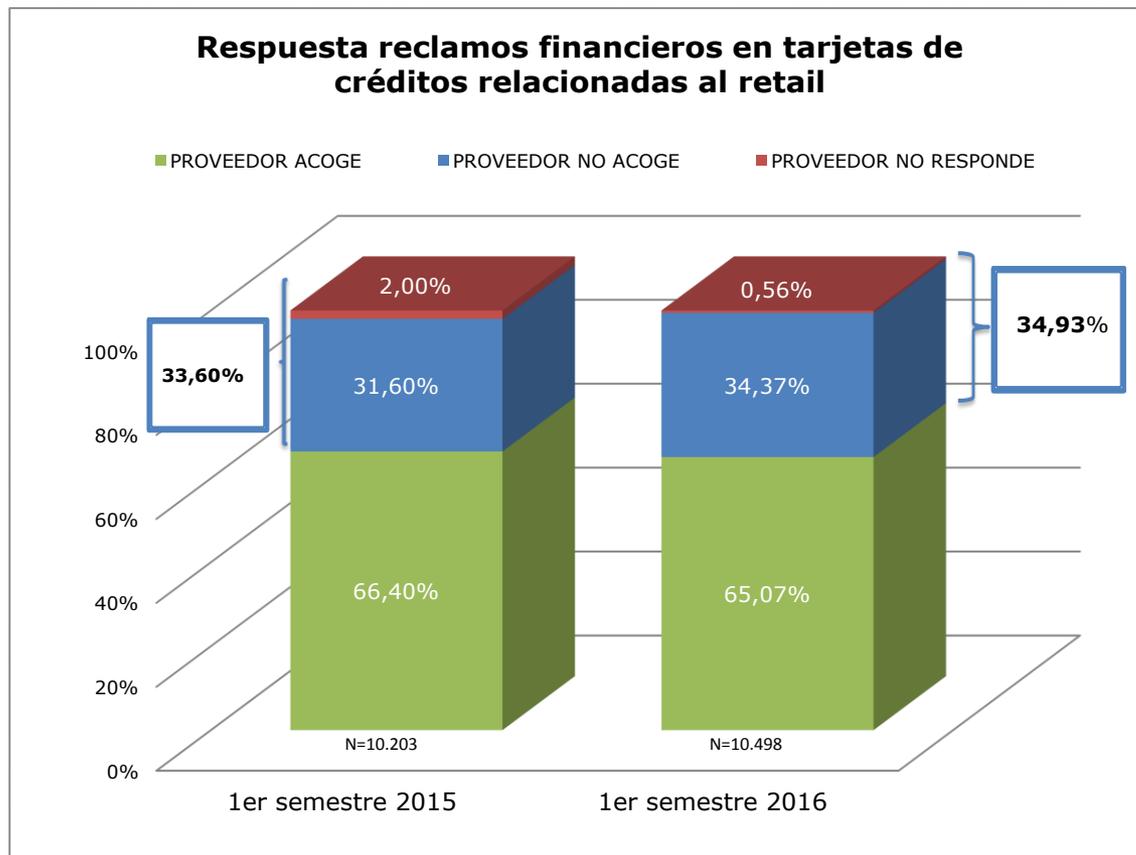
m= primer semestre 2016 y 2015.

8.1 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.

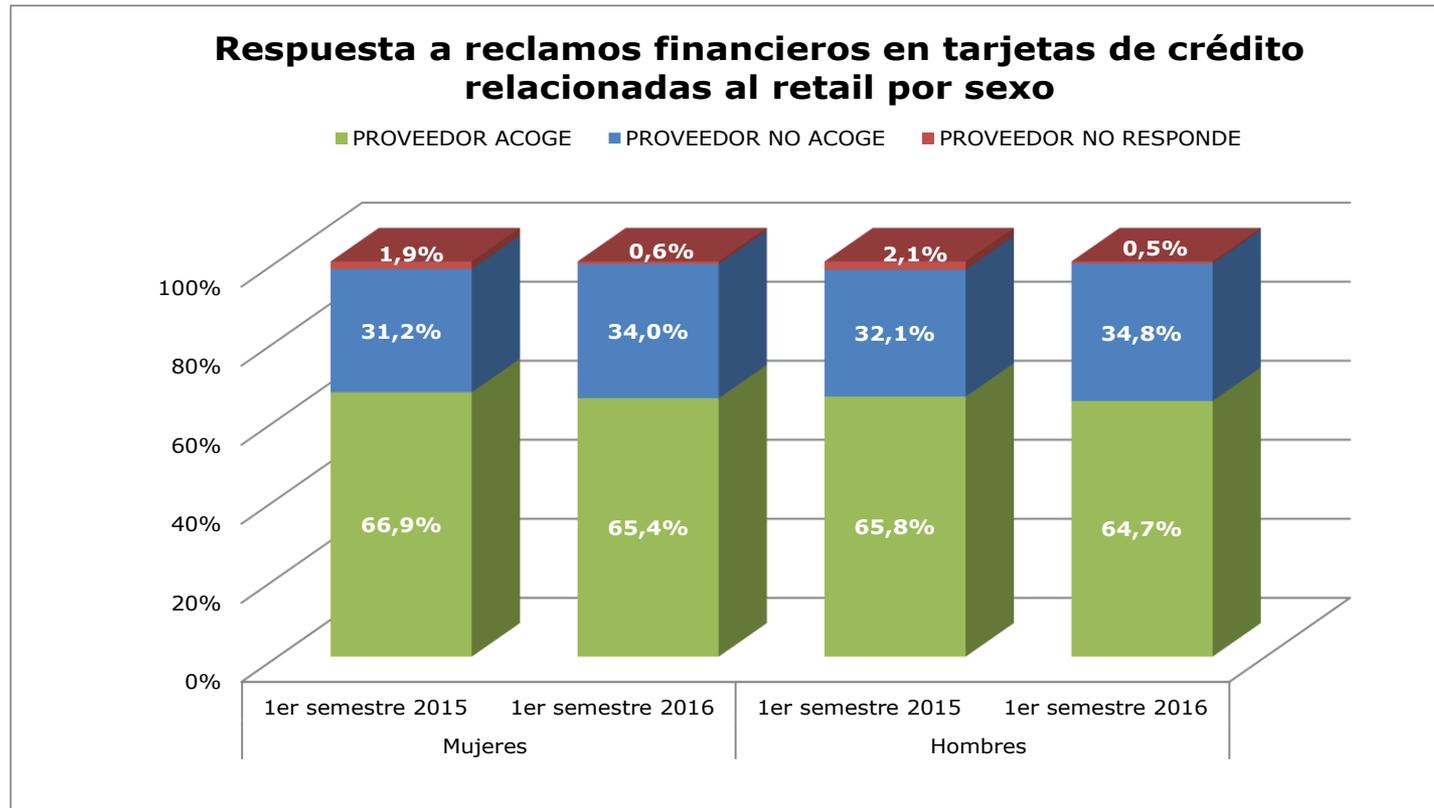
8.2 Tasa de Respuesta Desfavorable contra tarjeta de crédito relacionadas al retail.

Al comparar las respuestas a los reclamos en el sub-mercado de tarjetas de crédito relacionadas al retail, se observa un comportamiento similar entre periodos, donde destaca que la proporción mayoritaria de las respuestas a los reclamos fue acogida por los proveedores, alcanzando un 66,40% de acogimiento durante el primer semestre de 2015 y un 65,07% en el primer semestre de 2016. A su vez, las respuestas clasificadas como «proveedor no acoge» y «proveedor no responde» aumentaron desde un 33,60% el primer semestre de 2015, a un 34,93% el primer semestre de 2016.



Fuentes Base de datos, SERNAC, 2016.

8.3 Tasa de Respuesta Desfavorable por sexo en la tarjetas de crédito relacionadas al retail.



Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

Al comparar las respuestas a los reclamos de las tarjetas de crédito asociados al retail, se puede apreciar que tanto en mujeres como en hombres, el comportamiento de respuesta a los consumidores fue mayoritariamente la de acoger el reclamo. El primer semestre de 2016 con respecto al primer semestre de 2015 se observó una leve disminución de los casos acogidos en los hombres y mujeres. Por su parte, los porcentajes «proveedor no responde», se redujeron en igual lapso de tiempo en el caso de los hombres y de las mujeres.

8.5 Resultado Tasa de Respuesta Desfavorable (TRD) en tarjetas de crédito relacionadas al retail, primer semestre 2016

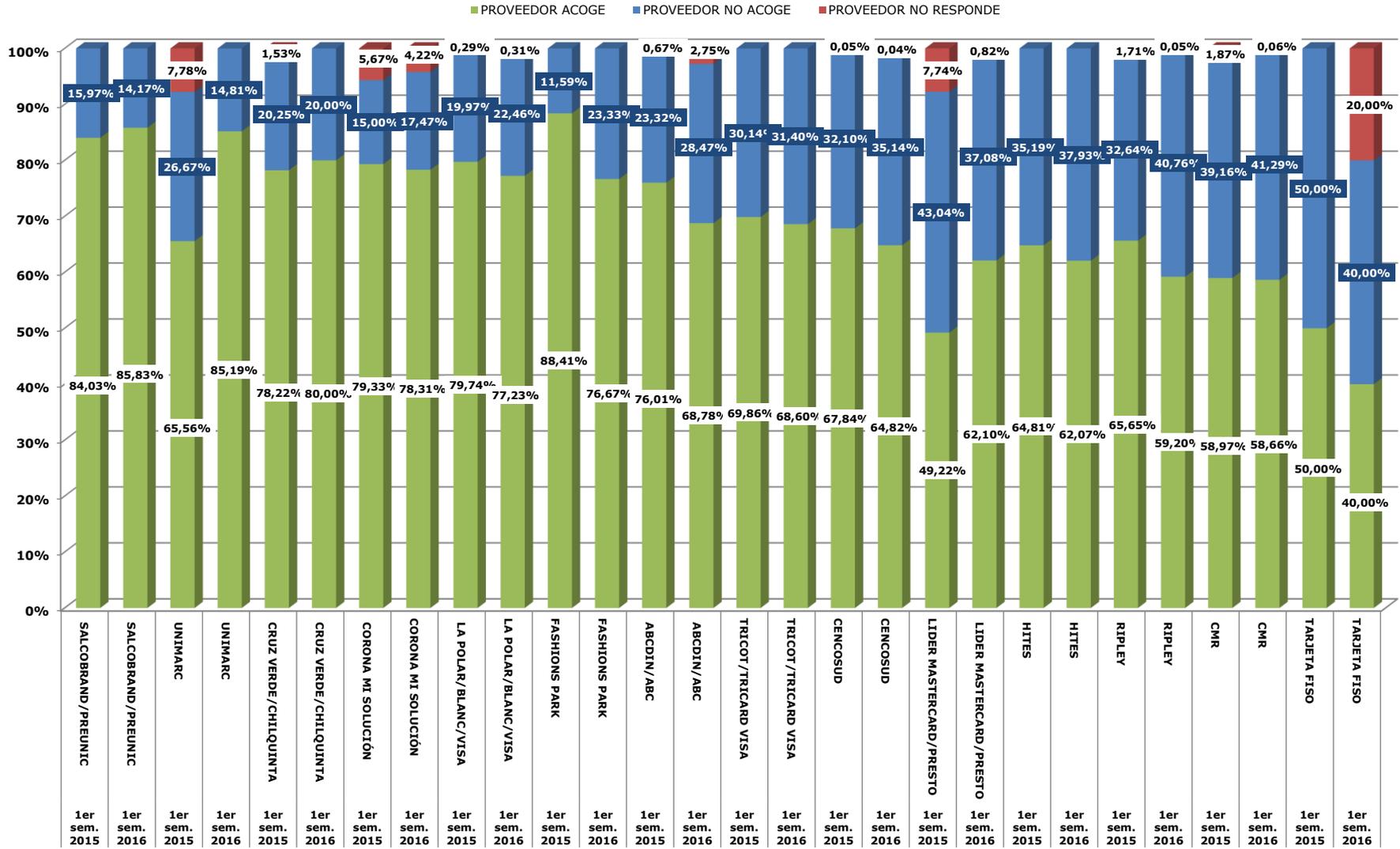
TARJETA DE CRÉDITO RELACIONADA AL RETAIL	TASA RESPUESTA "DESFAVORABLE"
TARJETA DE CRÉDITO SALCOBRAND/PREUNIC	14,17%
TARJETA DE CRÉDITO UNIMARC	14,81%
TARJETA FARMACIAS CRUZ VERDE/CHILQUINTA	20,00%
TARJETA CORONA MI SOLUCIÓN	21,69%
TARJETA LA POLAR/BLANC/VISA	22,77%
TARJETA FASHIONS PARK	23,33%
TARJETA ABCDIN/ABC	31,22%
TARJETA TRICOT/TRICARD VISA	31,40%
CENCOSUD MASTERCARD/VISA, MÁS JUMBO/EASY/PARIS	35,18%
TARJETA LIDER MASTERCARD/PRESTO	37,90%
TARJETA HITES	37,93%
TARJETA RIPLEY /MASTERCARD/MASTERCARD CHIP	40,80%
TARJETA CMR CLÁSICA/VISA/MASTERCARD	41,34%
TARJETA FISO	60,00%

Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016.

En el primer semestre de 2016, las tasas de respuestas desfavorables más altas la obtuvieron tarjeta Fiso (60%), tarjeta CMR Clásica/Visa/Mastercard (41,34%) y tarjeta Ripley/Mastercard/Mastercard Chip (40,8%). En cambio, las tarjetas relacionadas al retail que mostraron menores tasas de respuesta desfavorable, para el mismo período de tiempo, fueron: tarjeta Sacobrand/Preunic (14,17%), tarjeta Unimarc (14,81%) y tarjeta Farmacia Cruz Verde/Chilquinta (20%).

8.4 Tasa de Respuesta Desfavorable por tarjeta de crédito relacionada al retail

Respuesta de tarjetas relacionadas al retail a reclamos ingresados al Sernac



Fuente: Base de datos, SERNAC, 2016

9. RESULTADO FINAL : RANKING DE RECLAMOS EN TARJETAS DE CRÉDITO RELACIONADAS AL RETAIL PARA EL PRIMER SEMESTRE DE 2016.

El resultado final del Ranking de reclamos del sub-mercado de tarjetas relacionadas al retail se obtiene multiplicando la Tasa de Reclamos (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.

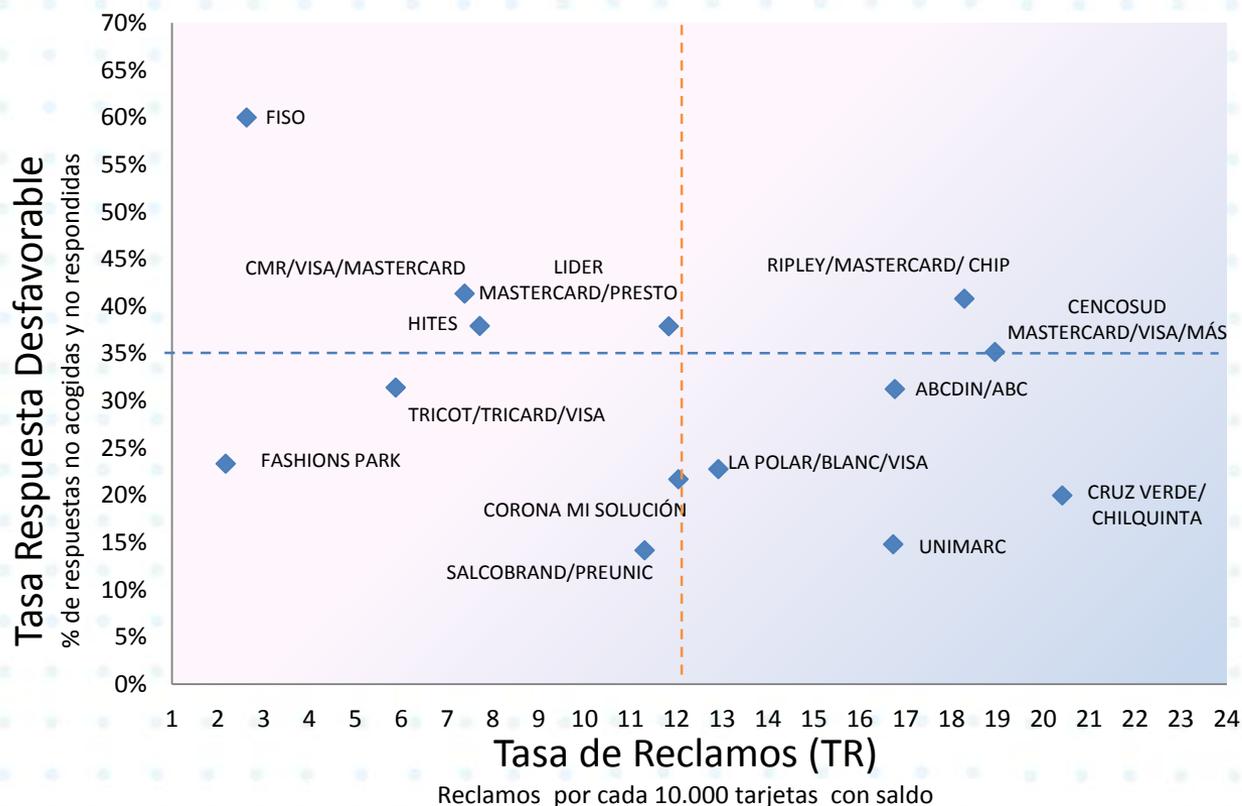
Finalmente el resultado de este indicador se ordena de menor a mayor.

POSICIÓN	TARJETA DE CRÉDITO RELACIONADA AL RETAIL
1	FASHIONS PARK
2	FISO
3	SALCOBRAND/PREUNIC
4	TRICOT/TRICARD VISA
5	UNIMARC
6	CORONA MI SOLUCIÓN
7	HITES
8	LA POLAR/BLANC/VISA
9	CMR CLÁSICA/VISA/MASTERCARD
10	CRUZ VERDE/CHILQUINTA
11	LIDER MASTERCARD/PRESTO
12	ABCDIN/ABC
13	CENCOSUD MASTERCARD/VISA, MÁS JUMBO/EASY/PARIS
14	RIPLEY /MASTERCARD/MASTERCARD CHIP

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

Al cruzar la tasa de respuesta desfavorable con la tasa de reclamos del primer semestre de 2016, podemos observar que:

- La tasa de reclamos promedio del sub-mercado de tarjetas de crédito relacionadas al retail fue de 12,33 reclamos por cada 10.000 tarjetas con saldo (línea naranja) y la tasa promedio de respuesta desfavorable fue de 34,93% (línea azul).
- Las tarjetas de crédito Fashions Park, Tricot, Salcobrand y Corona tienen bajas tasas de reclamos y de respuestas desfavorables, quedando en el cuadrante inferior izquierdo del gráfico.
- Las tarjetas de crédito La Polar, Unimarc, Cruz Verde/Chilquinta, y ABCDIN tiene una baja tasa de respuesta desfavorable a los reclamos, pero tienen una alta tasa de reclamos, ubicándose en el cuadrante inferior derecho del gráfico.
- Tarjeta Fiso muestra una alta tasa de respuesta desfavorable, aun cuando muestra una tasa de reclamos por debajo del promedio, ubicándose en el cuadrante superior izquierdo del gráfico.
- Las tarjetas Ripley y Cencosud muestran tasas de reclamos mayores al promedio, al igual que en el caso de la tasa de respuesta desfavorable al consumidor, ubicándose en el cuadrante superior derecho del gráfico.



TARJETA DE CRÉDITO RELACIONADA AL RETAIL	Tasa Reclamo	Tasa Respuesta "Desfavorable"	Resultado Final
FASHIONS PARK	2,17	23,33%	0,5
FISO	2,63	60,00%	1,6
SALCOBRAND/PREUNIC	11,31	14,17%	1,6
TRICOT/TRICARD VISA	5,88	31,40%	1,8
UNIMARC	16,73	14,81%	2,5
CORONA MI SOLUCIÓN	12,05	21,69%	2,6
HITES	7,71	37,93%	2,9
LA POLAR/BLANC/VISA	12,92	22,77%	2,9
CMR CLÁSICA/VISA/MASTERCARD	7,40	41,34%	3,1
CRUZ VERDE/CHILQUINTA	20,41	20,00%	4,1
LIDER MASTERCARD/PRESTO	11,84	37,90%	4,5
ABCDIN/ABC	16,77	31,22%	5,2
CENCOSUD MASTERCARD/VISA, MÁS JUMBO/EASY/PARIS	18,95	35,18%	6,7
RIPLEY /MASTERCARD/MASTERCARD CHIP	18,28	40,80%	7,5

Nota: La tasa promedio de reclamos (12,33) está calculada en base al N° total de reclamos contra las tarjetas de crédito relacionadas al retail, dividido por el número total de tarjetas con saldo. La tasa promedio de respuesta desfavorable (34,93%) 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

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

WWW.SERNAC.CL