



RADIOGRAFÍA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Noviembre 2022



SALE

**10%
OFF**

**Black
Friday**
.cl
10 Años

CONTEXTO DEL ESTUDIO EN CYBER OFERTAS



El 25 de noviembre se da inicio al black friday 2022 y es importante tener en cuenta los derechos y deberes en el consumo. Además, recordar nuestras plataformas de atención al consumidor: ingresando a la página web www.sernac.cl, llamando al 800 700 100 o en cualquiera de nuestras sucursales.

**SALE****10% off****Black Friday**
.cl
10 Años

CONTEXTO DEL ESTUDIO EN CYBER OFERTAS

Las ventas por internet han ganado un espacio considerable en la forma que compran los chilenos hoy en día, razón de lo mismo en noviembre del año 2011 se realizó el primer evento masivo de compras por internet con descuentos mayores a los cotidianos en productos y servicios llamado Cybermonday. Fue tanto el éxito que ahora se replican todos los años 2 o 3 eventos de estas mismas características, siendo uno de ellos el Black Friday.

Cabe destacar que estos eventos congregan a una gran cantidad de tiendas y empresas de diversas categorías como turismo, calzado, tecnología, vestuario, viajes, multitiendas, entre otras.

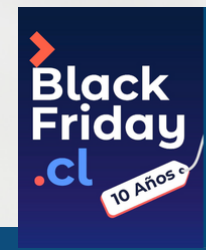




CONTEXTO DEL ESTUDIO

✕ CERRAR

1. Introducción
2. Objetivos
3. Metodología
4. Resumen de Resultados
5. Hallazgos
6. Conclusiones



1

INTRODUCCIÓN

SERNAC realizó entre los meses de septiembre y noviembre de 2022 una evaluación del comportamiento de empresas que tienen implementado el comercio electrónico. Lo anterior, en continuidad a la aplicada el año 2019.

Se analizaron distintos atributos como: información para el consumidor, proceso de compra y pago, procesos de posventa, derecho a retracto, garantía legal, garantía de satisfacción y evaluación de los productos. Tales atributos emanan de las distintas políticas de las empresas.

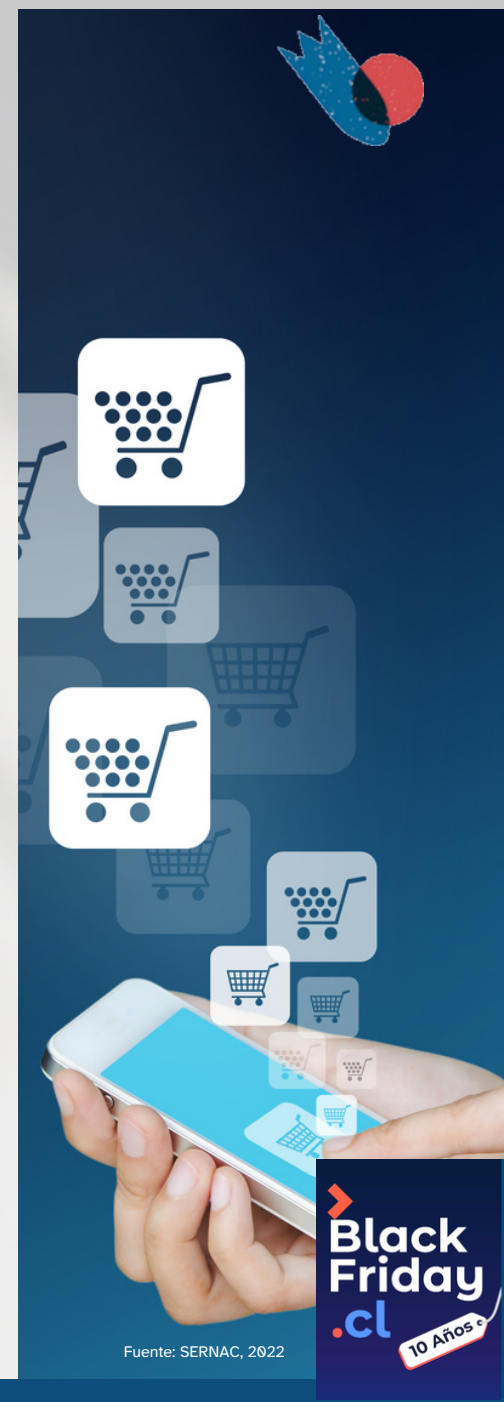
La investigación fue de tipo exploratorio con análisis descriptivo.

El instrumento levantamiento de información fue una encuesta estructurada, la que se envió por oficio a una muestra de empresas que registran ventas por la web y/o presentan reclamos en SERNAC.

2

OBJETIVOS

Conocer las políticas y prácticas comerciales en el comercio electrónico, de las empresas que utilizan este medio para la comercialización de sus productos o servicios, en el territorio nacional.



3

METODOLOGÍA

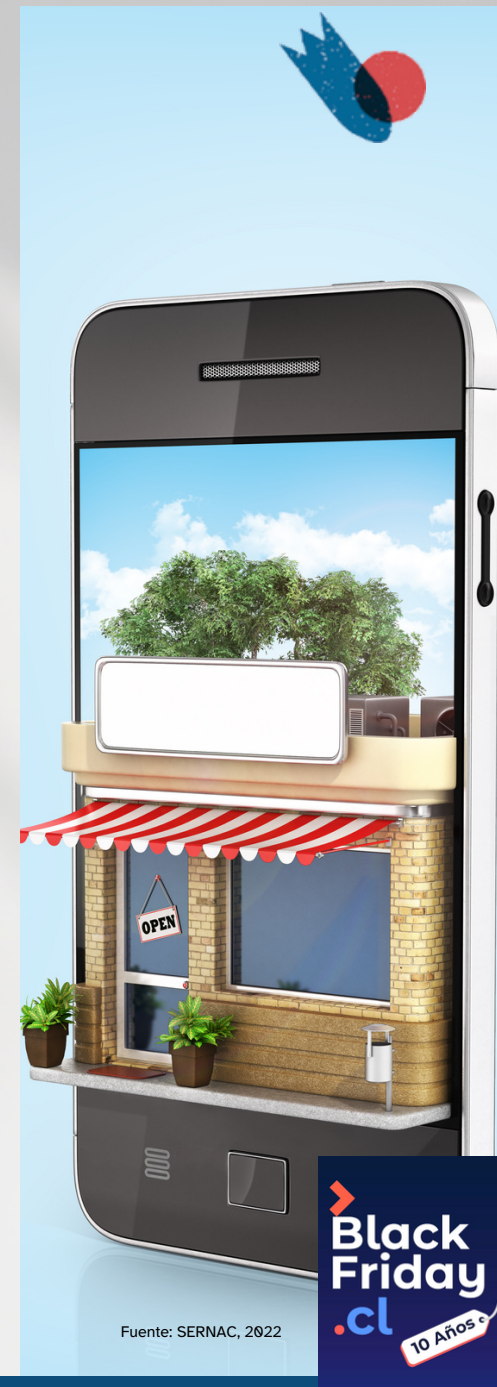
- Tipo de estudio: Estudio de temporalidad transversal, exploratorio y cuantitativo en base a respuestas de las empresas de ventas por internet.
- Muestra: No probabilístico de tipo discrecional (o por juicio) de proveedores reconocidos en el mercado que registran página web y venta por internet. Se recabó un universo de 476 empresas o marcas por internet, a las cuales se ofició y envió por correo electrónico el cuestionario. La tasa de respuesta fue de 49,7% , correspondiente a 237 empresas.

4

RESUMEN DE RESULTADOS

A continuación se presenta un resumen de resultados usando como base las etapas más importantes del esquema de Comercio Electrónico:

NOTA TÉCNICA: El instrumento de levantamiento incorpora preguntas abiertas con el fin de reflejar las prácticas y/o comportamiento de las empresas de la muestra. Dado que no se contaba con suficiente información para hacer categorías. Por ello, en esquema y resultados se analizan las mayores frecuencias (por ende %) por lo que no necesariamente estos alcanzaran una suma de 100%.



Fuente: SERNAC, 2022

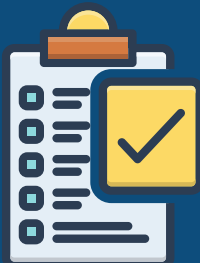


4

RESUMEN DE RESULTADOS: INFORMACIÓN PARA TENER EN CUENTA POR LOS CONSUMIDORES



Requisitos para comprar en la página Web



El tipo de registro para comprar en la página Web es:

- Registro opcional: 56,1%.
- Sin registro: 25,7%.
- Registro obligatorio (RRSS, registro formal): 16,5%

Información recabada en la Web



La información recabada en la Web del consumidor es:

Email, teléfono del domicilio y/o celular, domicilio del cliente, documento de identificación (Rut/pasaporte): 28,3%.

Pagar (formas de pago)



La combinación de medios de pagos disponibles para comprar es:

- Tarjeta de crédito y/o debito: 32,5%
- Otras combinaciones: 22,4%
- Tarjeta de crédito, debito Transferencia: 21,5%



4

RESUMEN DE RESULTADOS: INFORMACIÓN PARA TENER EN CUENTA POR LOS CONSUMIDORES



Entrega boleta



La entrega de boleta se distribuye en los siguientes medios:

- Correo electrónico: 65,8%.
- Correo electrónico y contra entrega de producto: 16,0%

Despacho



El servicio de despacho se comporta:

- Si tienen despacho: 88,2%.
- Servicio externalizado: 57,8%
- Servicio mixto: 28,3%

Derecho a retracto



Respecto al retracto las empresas informan:

- Si tiene retracto: 85,2%
- No tiene retracto: 11,8%
- Retracto es condicionado: en un 76,4%.

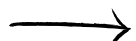


4

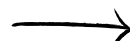
RESUMEN DE RESULTADOS: INFORMACIÓN PARA TENER EN CUENTA POR LOS CONSUMIDORES



Anulaciones unilaterales



Garantía Legal



Garantía Extendida



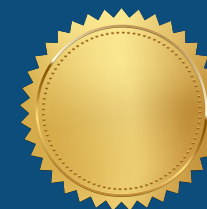
Las anulaciones por parte de la empresa se realizan por las siguientes causas:

- Validación por compras a crédito: 44,3%.
- Insolvencia del cliente: 19,4%.
- Operaciones fraudulentas: 12,2%



Se condiciona en el 60% de los casos, en la mayoría de las empresas por los siguientes motivos:

- Embalaje en mal estado, abierto y/o abierto y/o distinto al original y/o productos usados después de la compra: 25,3%.
- Productos usados después de la compra: 16,5%.



El servicio (póliza) de garantía extendida:

- No tienen el servicio en la mayoría de los casos: 85,2%
- Si esta disponible como servicio 4,2%.

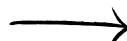


4

RESUMEN DE RESULTADOS: INFORMACIÓN PARA TENER EN CUENTA POR LOS CONSUMIDORES



Garantía de Satisfacción



Evaluación de los productos



La política de satisfacción (beneficio extra de las empresas):

- Si la tiene: 59,5%
- No la tiene: 38,8%

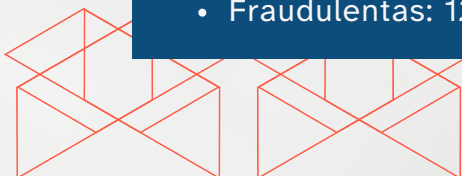
Los plazos que ofrecen son:

- 15-30 días: 15,6%
- Más de 30 días: 9,3%
- Menos de 10 días: 8,4%
- Fraudulentas: 12,2%



El sistema de comentarios y calificaciones se comporta de la siguiente manera:

- No posee: 36,3%.
- Abierto: 33,8%.
- Cerrado: 17,3%.
- Mixto: 10,5%.





5

HALLAZGOS

Se detectaron diversas situaciones que representan claras infracciones a la Ley del Consumidor:

- Existen empresas en la que se condiciona la garantía legal a productos usados y embalaje en mal estado (abierto o distinto al original), lo que no debe ser un requisito para ejercer el derecho de garantía, el que tiene relación con la calidad de un producto.
- También es condicionado el retracto a aspectos similares a los que se condiciona la garantía legal.
- Una empresa dispone de un formulario con la garantía extendida pre-definido, lo que significa que para no adquirirla debe ser desactivada lo que representa una práctica comercial definida como “Dark Pattern” tipo “Desviar la Atención”.

[NEXT](#)



5

HALLAZGOS

- Llama la atención que en el registro de información al consumidor en la sección de “Género” las empresas sólo dispongan de la alternativa binaria.
- Se releva de un 59,5% de las empresas disponen de “Garantía de Satisfacción” que es una política de post venta que permite devolver un producto adquirido recientemente, muchas veces sin indicar motivos. No es sinónimo de la “Garantía Legal” sino un beneficio voluntario que entregan las empresas.
- Se destaca que este análisis esta basado en las respuestas de las empresas por lo que se asume el principio de buena fe y no representan una validación del Servicio Nacional del Consumidor. Cualquier información entregada por las empresas que no sea fidedigna esta sujeta a las infracciones establecidas por la Ley de Protección al Consumidor.

NEXT



6

CONCLUSIONES PARA TOMAR EN CUENTA EN UN EVENTO CYBER



Las practicas comerciales de las empresas consideradas en la muestra difieren unas de otras.



Se destacan como puntos fuertes del análisis:

- Las empresas realizan al menos dos intentos de despacho cuando este no logra realizarse (96,2%).
- Disponibilidad de políticas comerciales de devoluciones (91,6%).
- Existencia de políticas de satisfacción (59,5%).
- Registro opcional para comprar en la página web (56,1%).
- Opciones de reparación, devolución y cambio (49,8%).



Se destacan como puntos débiles del análisis:

- Condicionamiento del retracto (76,4%).
- Garantía legal condicionada (60,0%).
- Opciones de devolución del producto y cambio (39,7%).
- No disponibilidad de evaluación de productos (36,3%).
- Anulaciones unilaterales de la empresa por falta de stock (26,2%).

SALE10%
OFF**Black
Friday**
.cl
10 Años



6

CONCLUSIONES PARA TOMAR EN CUENTA EN UN EVENTO CYBER



Se destaca que las políticas de una empresa ordenan y establecen los criterios de acción en sus distintos ámbitos, de una forma simple, es el "rayado de cancha", por lo mismo esta deben ser claras y estar disponibles (y accesibles) para los consumidores.



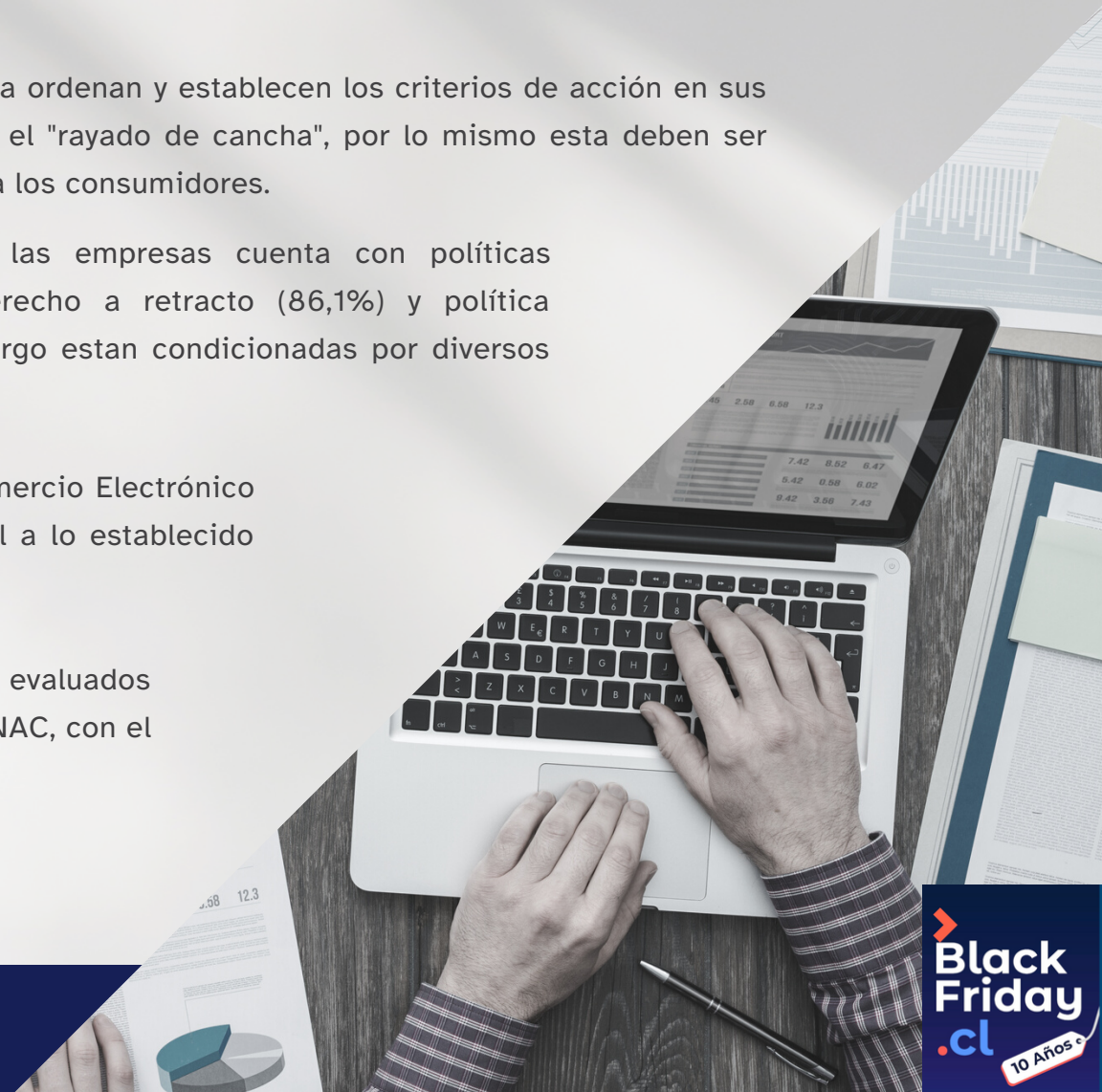
El estudio revela que una mayoría de las empresas cuenta con políticas comerciales de devoluciones (91,1%), derecho a retracto (86,1%) y política comercial de despacho (46,8%). Sin embargo están condicionadas por diversos motivos.



El comportamiento de las empresas de Comercio Electrónico de la muestra, no presentan un ajuste total a lo establecido en la Ley del Consumidor.



Los antecedentes del presente estudio serán evaluados por el Departamento de Fiscalización de SERNAC, con el fin de evaluar las acciones correspondientes.



!RECUERDE LO SIGUIENTE!



En los eventos cyber el volumen de compras es mucho mayor que en un periodo normal. Por eso considere la información de este esquema que ayudará a poner atención en aspectos importantes de una compra en el comercio electrónico.

**SALE****10% off****Black Friday**
.cl
10 Años



SERNAC

Servicio Nacional del Consumidor

