

Según balance preliminar de la CCS:

Cyber Monday superó expectativas: US\$ 426 millones en 3 días

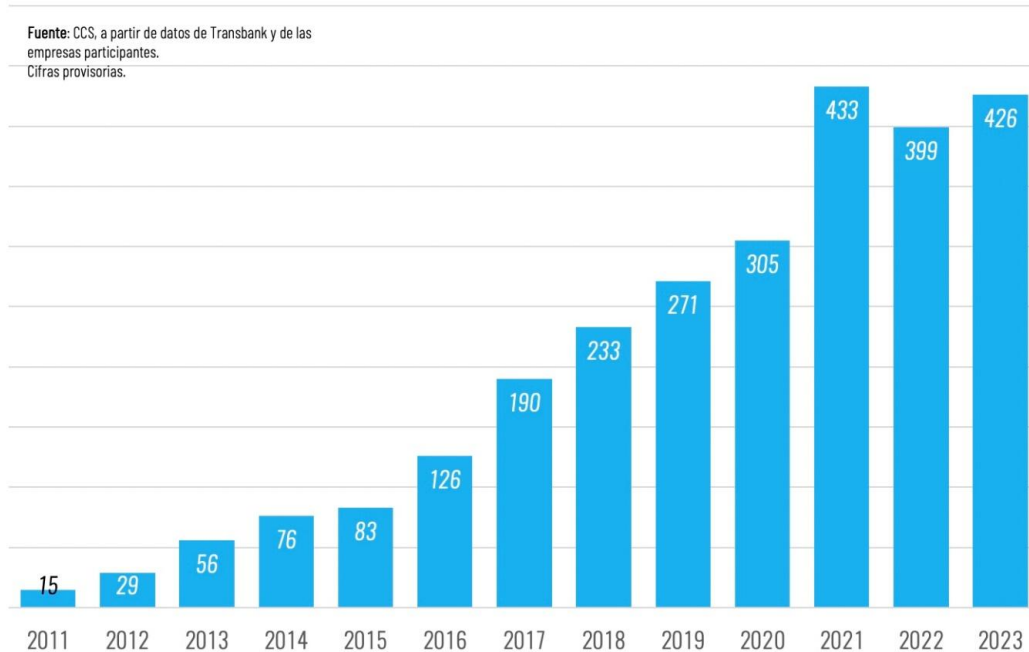
- *Las ventas asociadas al evento de compras online habrían alcanzado más de la mitad de todo lo que vendió el comercio minorista -incluidas tiendas físicas- entre el lunes 2 y el miércoles 4 de octubre. En tanto, las visitas a los sitios de las marcas asociadas superaron las 100 millones.*

Santiago, 5 de octubre de 2023. De acuerdo con un balance preliminar realizado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), el Cyber Monday 2023 totalizó ventas por US\$ 426 millones, superando la proyección de US\$ 400 millones que se había planteado inicialmente el gremio organizador del evento. En comparación con el año pasado, la cifra representa un aumento del 6,6% en dólares y una caída del 3,9% real medida en pesos y ajustada por inflación.

De acuerdo con la CCS, los 800 sitios participantes en el evento oficial recibieron más de 110 millones de visitas, es decir, un 10% por sobre el año pasado, que se tradujeron en 4,6 millones de transacciones.

Entre las categorías que presentaron mayores crecimientos destacaron el rubro infantil, alimentos y bebidas, viajes y turismo, deportes y tecnología. Los segmentos durables de hogar, materiales de construcción, automotriz e inmobiliario, en cambio, experimentaron contracciones coherentes con el escenario más complejo que enfrentan en la actual coyuntura.

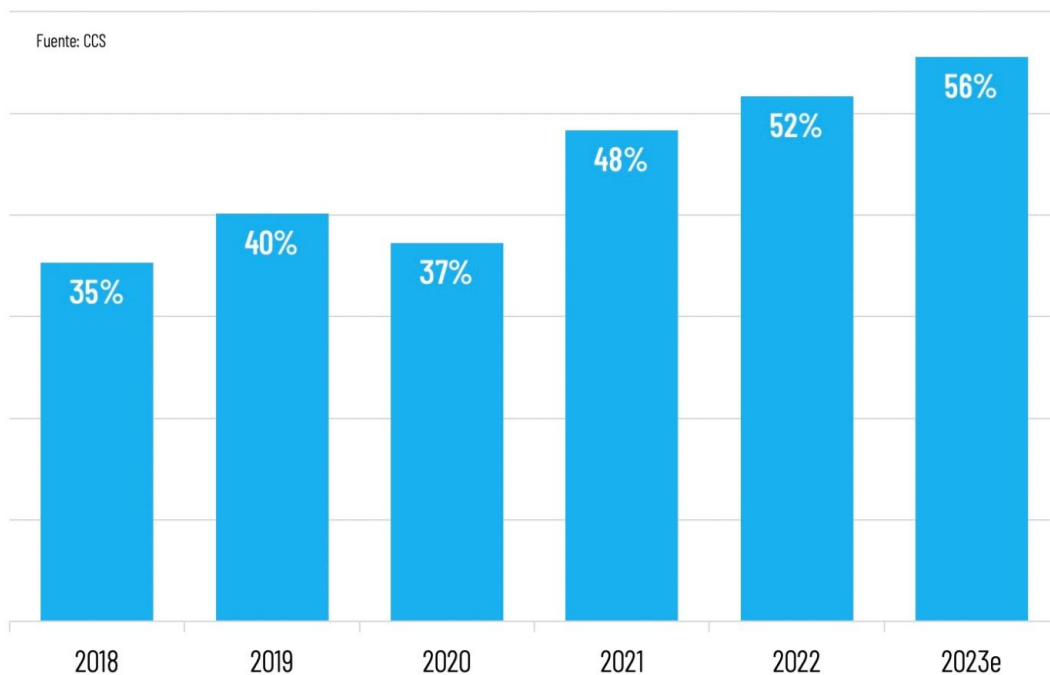
VENTAS CYBERMONDAY EN MMU\$S



Al hacer el balance final, la CCS destacó la importancia que ha adquirido el Cyber Monday tanto para los consumidores como para el sector del comercio en general. Según las estimaciones del gremio, durante estos tres días todo el retail -incluidas las tiendas físicas- alcanzó ventas en torno a los US\$ 770 millones, por lo que la participación del cyber online llegó al 56% del total del comercio, la más alta en su historia. Hace cinco años dicha participación alcanzaba tan solo al 35%. Los días Cyber, además, se consolidan como los más importantes del año en ventas, junto a los previos a Navidad.

El gremio celebró también el esfuerzo de los sitios participantes en términos del atractivo de las ofertas, que alcanzaron en promedio al 25% de descuento en bienes, si bien en algunos casos llegaron hasta el 90%. Este esfuerzo, de acuerdo a la Cámara, ha sido, junto al compromiso de las empresas con las mejores prácticas en favor de los consumidores, factor fundamental en el éxito de la iniciativa a lo largo de los años.

Ventas Cyber Monday (online) sobre ventas totales del comercio durante el evento



En materia de reclamos, el sistema Resolución en Línea implementado por la CCS y su Centro de Arbitraje y Mediación recibió 93 solicitudes de consumidores a través de su plataforma oficial de ayuda, destacando que las que fueron gestionadas a través de la aplicación han obtenido una respuesta en un tiempo promedio de 9 horas. Más de la mitad ya han sido resueltas con un acuerdo y más de un 80% de ellas se han cerrado en menos de un día, lo que confirma el alto nivel de eficiencia de este sistema alternativo a los tradicionales.

La CCS informó también que el sitio oficial cyber.cl funcionó en forma normal y sin incidentes, recibiendo más de 70 millones de visitas durante los tres días del evento, el 60% de ellas provenientes de dispositivos móviles. La nueva app CyberApp, en tanto, debutó con cerca de 90 mil usuarios y medio millón de sesiones,

incluyendo más de 800 mil clics a los sitios participantes y una muy buena experiencia de los consumidores, que la calificaron en promedio con nota 4 sobre 5 en las tiendas de aplicaciones móviles, en las que se ubicó además en los primeros lugares de descargas, lo que el gremio catalogó como un muy buen comienzo de cara a los próximos eventos.

Por otra parte, el Sernac informó haber recibido 500 reclamos durante el Cyber Monday, que se comparan favorablemente con los 545 reportados en el evento del año anterior. Ello se tradujo en una caída en la tasa de reclamos a uno de sus niveles históricos más bajos: 0,011% sobre el total de transacciones.

Al respecto, la CCS destacó que la evolución de este indicador refleja un aumento en el nivel de satisfacción de los consumidores, objetivo primordial en el que las empresas trabajan permanentemente al interior del Comité de Comercio Electrónico.

TASA DE RECLAMOS CYBER

(Reclamos como % de las transacciones)

