

CyberDay 2023 superó los 5 millones de transacciones por las ofertas de evento

- **Ventas totales alcanzaron los US\$ 540 millones, superando el objetivo previsto de US\$ 400 millones para esta edición del evento.**
- **Cantidad de sitios participantes marcó un récord histórico.**

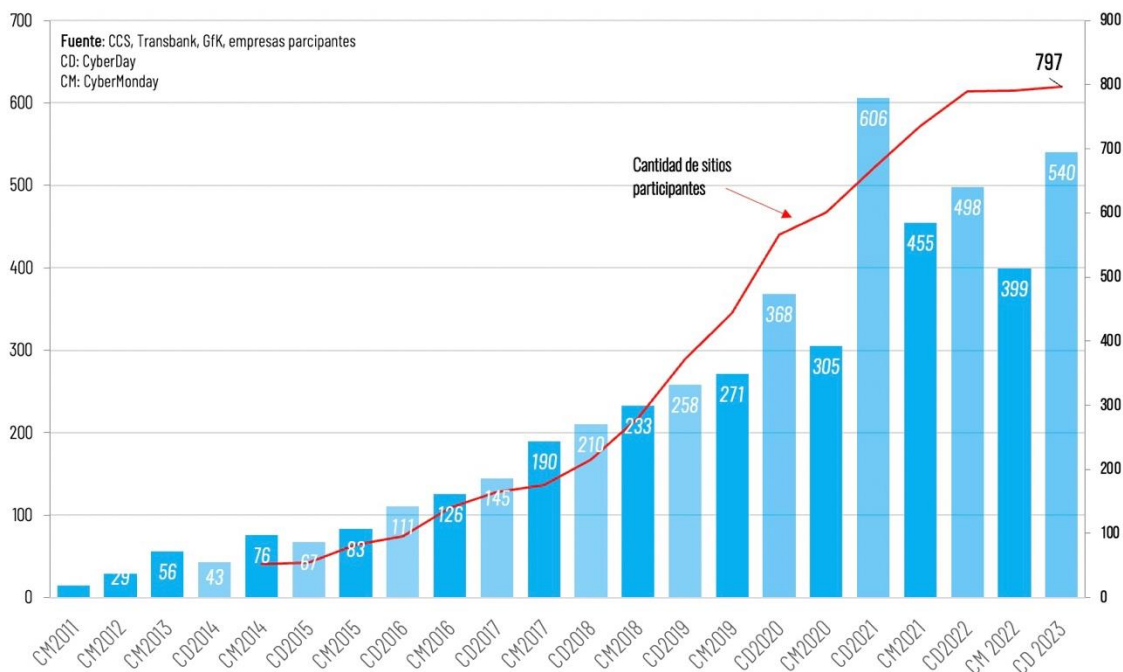
2 de junio de 2023.- Luego de 3 días del principal evento de ofertas de nuestro país, la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) informó que las ventas del CyberDay 2023 alcanzaron los US\$ 540 millones, superando ampliamente el objetivo de US\$ 400 millones trazado por la organización.

En cuanto a la cantidad de transacciones, este indicador se ubicó por encima de los 5 millones, lo que equivale que, en promedio, 1 de cada 4 personas realizó una compra en alguno de los 797 sitios participantes del evento oficial.

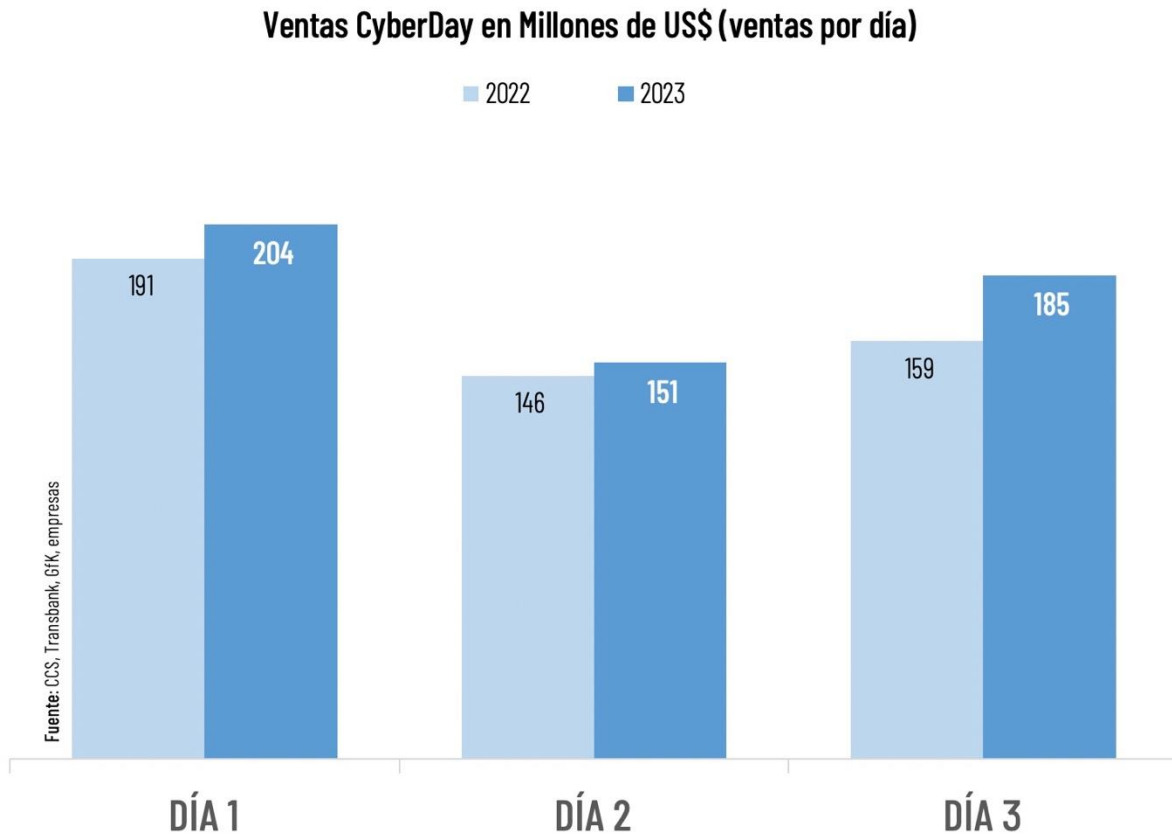
En términos reales, ajustando por tipo de cambio e inflación, las ventas superaron en un 9% al CyberMonday de octubre pasado y retrocedieron un 4% en relación al CyberDay 2022.

VENTAS HISTÓRICAS EVENTOS CYBER

En millones de dólares



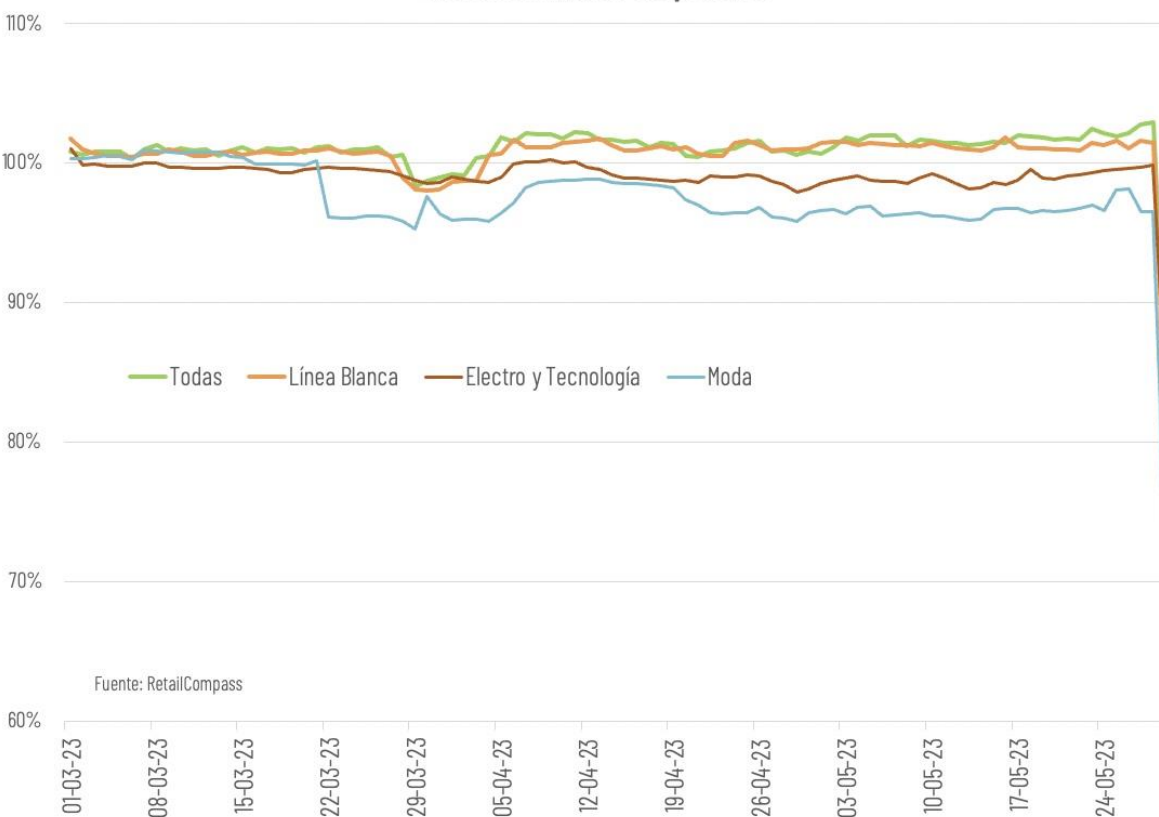
El primer día ratificó su lugar como el de mayores compras, con US\$ 204 millones. Sin embargo, el día miércoles continuó ganando importancia, alcanzando los US\$ 185 millones. Esto refleja una mayor madurez, en que los consumidores tienden a evaluar las oportunidades hasta tomar decisiones de compra bien informadas.



En el caso de los bienes, las ofertas alcanzaron un promedio del 23% de acuerdo a la auditoría de RetailCompass, anotando por lejos la mayor baja en lo que va del año, ajustándose a las buenas prácticas del evento.

Lo anterior contribuyó a mantener elevados estándares de satisfacción por parte de los consumidores, lo que se ve reflejado en las bajas tasas de reclamos. De acuerdo a la última información sobre reclamos publicada por el Sernac al primer día del evento, la tasa de reclamos se ubicó en torno a un 0,01%, la más baja de la historia junto a la observada en el CyberMonday 2020.

Evolución índice de precios

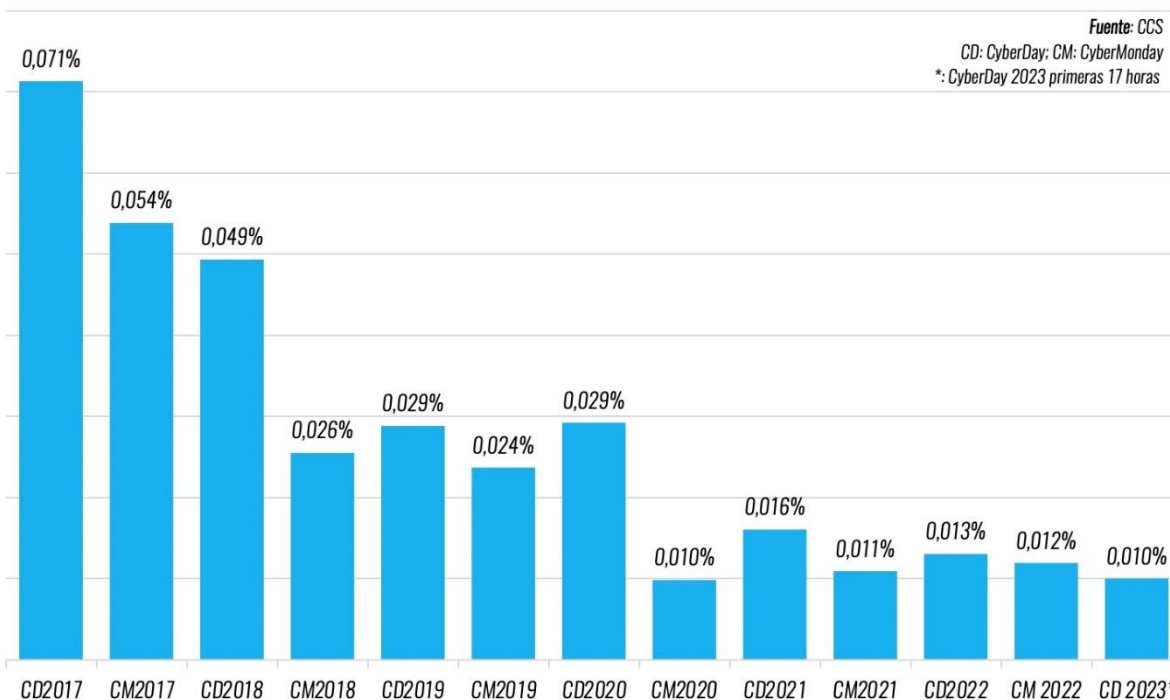


Para la presidenta de la CCS, María Teresa Vial, este resultado “es uno de los principales indicadores de éxito del evento, ya que contribuye a incrementar la confianza en el esfuerzo que realizan permanentemente las empresas del sector en beneficio de sus clientes”.

Al respecto, Vial destacó el trabajo realizado a través del mecanismo Resolución en Línea para dar pronta respuesta a las solicitudes de los consumidores. “Durante el evento, todos los casos recibidos obtuvieron respuesta, la que en promedio tardó apenas 9 horas desde que fueron ingresados por los clientes.” Para la dirigente del comercio, esto “nos llena de orgullo, ya que es un fiel reflejo de la motivación que nos une como sector: estar cada vez más cerca del consumidor y dar respuesta a todas sus necesidades.”

TASA DE RECLAMOS CYBER

(Reclamos como % de las transacciones)



Por su parte, Marcela Pastenes, gerente general de La Cámara Regional del Comercio de Valparaíso (CRCP), destacó que “gracias a la alianza que establecimos con la Cámara de Comercio de Santiago, 15 Socios de la CRPC y nuestro marketplace ContigoPyme.cl pudieron ser parte de este CyberDay, permitiendo así aumentar sus ventas, abarcar nuevos mercados, diversificar su cartera de clientes y visibilizar su oferta de productos y servicios a nivel nacional. Hoy más que nunca este tipo de eventos nos permite impulsar el desarrollo del e-commerce en regiones, permitiéndole a las empresas potenciar su crecimiento y desarrollo que nuestra economía tanto necesita en estos momentos”

Eduardo Salazar, presidente Cámara de Comercio Puerto Montt, en tanto, recordó que el CyberDay “siempre es una buena oportunidad para nuestros socios de posicionarse y aumentar sus ventas a través del comercio electrónico. Esta vez participamos con 10 empresas y esperamos cada vez sean más las que se atrevan y den el salto a la nueva forma de vender. Desde el punto de vista regional, es interesante que la Cámara de Puerto Montt y sus empresas socias se den a conocer al país, con productos de buena calidad y con un servicio de primer nivel, como lo requiere la mayoría de las personas.”

Finalmente, Ricardo Blümel, gerente División Marketing y Estrategia de Transbank, sostuvo que “durante este CyberDay los chilenos realizamos menos compras, pero por montos más grandes, lo que se evidenció por un incremento en las ventas y disminución de la cantidad de transacciones. Adicionalmente, al observar los principales rubros, destaca la participación de

Grandes Tiendas en un tercio del total de transacciones, además del importante crecimiento de Líneas Aéreas y la caída de Vestuario y Calzado”.

En lo que va del año el comercio electrónico registra importantes caídas, por lo que en la CCS esperan que este Cyber marque un punto de inflexión hacia la recuperación del sector, que debiera cobrar fuerza hacia el segundo semestre.