Estado del Arte SERNAC sobre los Eventos Cyber

(Cyber Day, Cyber Monday, Black Friday)

Esta versión: 29 de mayo de 2025.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	28-05-2025	29-05-2025	29-05-2025
Cargo	Profesional UIM (CVV/CMB)	Jefatura UIM (S) (PED)	Jefatura DEI (CS)

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN **3**
2. INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS PREVIOS **5**
2.1. Hallazgos más relevantes 6
3. ANÁLISIS HISTÓRICO DE RECLAMOS EN EVENTOS CYBER **7**
3.1. Evolución de reclamos 2018-2023 7
3.2 Principales Problemáticas de Reclamos 2018-2023 8
3.3. Análisis Extensivo de Reclamos 2024 9
4. RESUMEN DE ACCIONES 2024 **14**
5. CONCLUSIONES **15**
6. RECOMENDACIONES AL CONSUMIDOR **17**

1. INTRODUCCIÓN

El primer evento internacional con un foco específico en ventas masivas en línea fue el Cyber Monday, que surgió en 2005 en Estados Unidos para impulsar el desarrollo del comercio electrónico, ofreciendo descuentos especiales el día lunes inmediatamente después del Black Friday. Por su parte, los orígenes del Black Friday se remontan a mediados del siglo pasado en Estados Unidos, como una instancia asociada al feriado norteamericano por Acción de Gracias.

En Chile, los eventos Cyber (que definimos como Cyber Day, Cyber Monday y Black Friday) inicialmente tuvieron un crecimiento más bien lento debido al limitado acceso a internet y la poca participación del comercio electrónico. Sin embargo, con el tiempo este fenómeno de mercado se popularizó, beneficiando a consumidores y empresas—una expansión que también se produjo en otros países, toda vez que el propósito original era fomentar el uso de plataformas digitales como canal de compra[1].

A la fecha, los eventos Cyber se han consolidado como unos de los eventos más relevantes del comercio electrónico en nuestro país. Año tras año, las ventas se disparan, pero junto con ese crecimiento también aparecen desafíos importantes, sobre todo en lo que respecta a la protección de los derechos de los consumidores. Mientras el Cyber Day y Cyber Monday son eventos exclusivos del comercio electrónico, el Black Friday generalmente cuenta con participación de tiendas físicas y online. Otra diferencia importante es la duración: mientras que el Cyber Day (realizado generalmente en junio) y el Cyber Monday (que ocurre entre fines de septiembre y principios de octubre) comienzan un lunes y se extienden por tres días, el Black Friday se inicia un viernes y dura cuatro días.

El rol del SERNAC ha sido clave en la protección de los derechos de los consumidores, especialmente durante eventos masivos como el Cyber Day. Este servicio ha desarrollado una labor activa de vigilancia y fiscalización para identificar desajustes, irregularidades y posibles infracciones, con el objetivo de que las empresas corrijan sus prácticas y se ajusten a la normativa vigente.

Desde los primeros eventos Cyber, el SERNAC ha evolucionado significativamente, tanto en las acciones implementadas como en las metodologías utilizadas para evaluar el comportamiento de los proveedores. En sus inicios, se centraba en acciones de carácter educativo y en fiscalizaciones básicas. Sin embargo, hoy en día incorpora herramientas de análisis de datos para anticipar riesgos y actúa coordinadamente con la Cámara de Comercio de Santiago, buscando mejorar la experiencia de compra en línea. Gracias a este trabajo sostenido, el SERNAC se ha consolidado como un actor fundamental para que el Cyber Day no sea solo una vitrina comercial, sino también un espacio más seguro, transparente y justo para las y los consumidores.

[1] Fuente: Página Web Marketing 4 Ecommerce. Publicado con fecha: 05/05/2023. Recuperado de: https://marketing4ecommerce.cl/cyberday-en-chile-todo-lo-que-debes-saber/

Como se mencionó anteriormente, las acciones del SERNAC en el ámbito del comercio electrónico comenzaron en 2011[2], año en que se solicitaron antecedentes mediante oficios sobre las condiciones de ofertas y promociones, entre otros aspectos. Desde entonces, estas acciones se han diversificado y fortalecido, alcanzando instancias como juicios colectivos y procedimientos voluntarios colectivos, los cuales se podrán ver en detalle más adelante.

Por otra parte, el SERNAC ha impulsado múltiples acciones para que las personas consumidoras estén informadas sobre sus derechos, mediante diversas publicaciones en el sitio web y redes sociales del Servicio, y campañas educativas. Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos, persisten prácticas inadecuadas como la publicidad engañosa, incumplimientos en las condiciones de compra y trabas al momento de ejercer el derecho a retracto. Además, muchos consumidores todavía tienen dificultades para acceder a información clara y completa sobre las ofertas.

Los eventos Cyber no se tratan únicamente de descuentos, sino también de tecnología e innovación. Hoy en día, herramientas como la inteligencia artificial permiten personalizar las ofertas, mejorar la atención al cliente mediante *chatbots* y optimizar los procesos logísticos. Al mismo tiempo, las redes sociales cumplen un rol decisivo en las decisiones de compra, al facilitar la comparación de productos y amplificar las opiniones de otros consumidores. A estos avances se suman nuevos métodos de pago, como las billeteras digitales y los sistemas de pago sin contacto, que ofrecen una mayor comodidad, pero que también plantean desafíos en materia de seguridad y protección de datos personales, en especial dado el alto y creciente riesgo de exposición a fraudes y prácticas ilícitas en perjuicio de los consumidores, particularmente aquellos que enfrentan una mayor vulnerabilidad digital.

La incorporación de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el marketing digital, está transformando profundamente la manera en que compramos y vendemos. Este cambio plantea nuevos desafíos para la protección de los derechos de los consumidores, lo que hace necesario analizar el impacto de estas herramientas y establecer mecanismos adecuados que garanticen una experiencia de compra segura, transparente y justa en el entorno digital.

Este Informe de Estado del Arte tiene como objetivo principal revisar los estudios y antecedentes recopilados por el SERNAC, así como por otras fuentes relevantes, con el fin de identificar los principales problemas que enfrentan los consumidores durante los eventos Cyber. El análisis se centrará en aspectos clave como la transparencia de las ofertas, el cumplimiento de las garantías legales y el acceso a información clara, veraz y oportuna.

A partir de esta revisión, se busca evaluar la efectividad de las medidas implementadas hasta ahora y proponer mejoras concretas que contribuyan a fortalecer la protección de los derechos de las y los consumidores en el entorno digital.

[2] Fuente: Página Web Servicio Nacional del Consumidor. Publicado con fecha: 28/11/2011
https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-5880.html

2. INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS PREVIOS

Si bien las acciones de vigilancia y fiscalización del SERNAC comenzaron el 2011, ha sido desde el 2016, que el Servicio ha estado monitoreando detalladamente los precios en los eventos Cyber, fortaleciendo progresivamente el esfuerzo de inteligencia de mercado.

En un inicio, el monitoreo de precios se realizaba de manera manual, recolectando datos de unas 96 empresas. Sin embargo, desde 2020 se realiza utilizando la técnica de *web scraping* (un anglicismo que hace referencia a la "extracción de datos de la web"), la cual se emplea para extraer datos de sitios web de manera automática. Este consiste en un script que navega por las páginas web, para acceder a su contenido y extraer la información que se necesita. Esta técnica posee la ventaja de poder recolectar datos de muchas páginas diferentes en un periodo de tiempo acotado.

Este cambio en el uso de tecnología ha sido necesario, considerando que la cantidad de empresas participantes se ha incrementado considerablemente de 52 en el año 2014 a 568 en el año 2020, es decir un aumento de un 1092% en este período.

El foco del monitoreo ha ido evolucionando. En un principio se centraba en revisar el funcionamiento de las páginas, la veracidad de las ofertas y si se cumplían los términos y condiciones. Por ejemplo, en 2016 el SERNAC denunció a siete empresas por irregularidades, lo que llevó a la creación de un Código de Buenas Prácticas.

Por su parte, el **monitoreo de precios de SERNAC** realizado desde 2024[3] busca evaluar las variaciones de precios antes, durante y después de los eventos Cyber para determinar la veracidad de las promociones y detectar posibles alzas previas a los eventos. La información obtenida puede orientar a las personas consumidoras en la toma de decisiones informadas y alertar sobre prácticas comerciales potencialmente engañosas. Es importante señalar que se trata de un análisis general de precios durante el período del evento y no exclusivamente de productos adheridos a la marca Cyber, ya que no siempre es posible identificar si cuentan con el sello oficial otorgado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS). Adicionalmente, cabe recordar que no todos los productos disponibles en el catálogo de un proveedor estarán sujetos a un descuento específico durante el Cyber Day, Cyber Monday o Black Friday.

Los resultados del último monitoreo señalan que los precios medianos durante el Black Friday fueron levemente más bajos que los del Cyber Monday, con una diferencia cercana a $1.000, lo que sugiere descuentos ligeramente mayores en el primer evento. Además, se detectaron aumentos de precios significativos en el período previo al Black Friday en 22 de las 63 empresas analizadas, lo que podría evidenciar una estrategia de alza previa al evento.

[3] La metodología se basó en *web scraping*, considerando el precio mínimo diario en cada período y seleccionando el día con mayor volumen de datos. Se calcularon promedios por empresa y se identificaron como valores atípicos aquellas caídas superiores al 75% y alzas mayores al 10%.

2.1. Hallazgos más relevantes

En las investigaciones y estudios realizados se han identificado diversos hallazgos, los cuales se resumen a continuación.

Año	Hallazgos
2017	Se identificó 12 sitios web con problemas, 211 reclamos y se evidencia falta de información sobre stock en páginas.
2018	Se recibieron 682 reclamos, muchos por precios inflados o falta de stock.
2019	Un estudio mostró que el 41% de las empresas no informaba cuántas unidades había disponibles.
2020	Se registraron 1.200 reclamos, la mayoría relacionados con ofertas engañosas, problemas de pago y falta de información sobre despachos. Ese mismo año, se analizaron más de 10 mil productos. De ellos, el 76% no mostró cambios reales en el precio durante el Cyber Day, lo que indica que muchas “ofertas” no lo eran tanto.
2021	Durante las tres jornadas del evento Cyber Day, el SERNAC recibió 970 reclamos por ofertas que no eran tales, por problemas en las transacciones y por falta de información respecto de los precios de los despachos, entre otros.
2022	Durante los tres días del evento Cyber Day, el SERNAC recibió 683 reclamos de parte de los consumidores, quienes reclaman principalmente por: ● Problemas al realizar los pagos, ● Cancelaciones unilaterales, ● Ofertas que no eran tales, entre otros motivos.
2023	Durante los tres días del evento Cyber Day, el SERNAC recibió 674 reclamos de parte de los consumidores, quienes reclaman principalmente por: ● Anulaciones unilaterales de compras, ● Falta de stock, ● No respeto los precios al momento de realizar el pago.

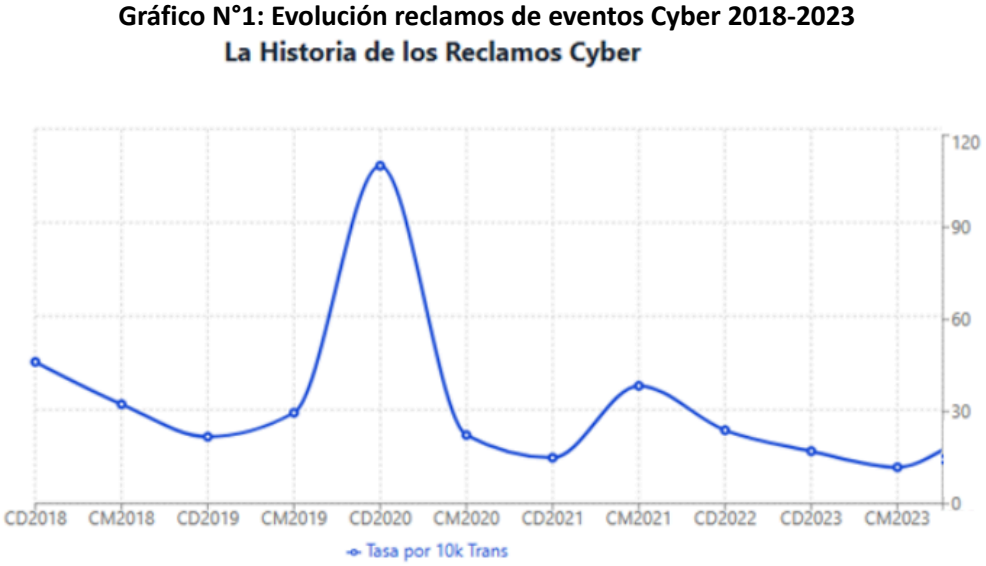
Año	Hallazgos
2024	Tras el Cyber Day, y hasta el 6 de junio, el SERNAC recibió 1.408 reclamos de consumidores. De estos, el 65% (915) fue contra empresas inscritas en la Cámara de Comercio de Santiago, organizadora del evento, y el resto, contra firmas que usaron la marca "Cyber Day" para ofrecer descuentos. Los principales motivos de reclamo fueron: ● Cancelaciones y devoluciones (23%): empresas que anulan pedidos ya confirmados y pagados, argumentando falta de stock o errores del sistema, y ofrecen solo la devolución del dinero sin una solución alternativa. ● Problemas con la entrega (17%): incluyen cambios de horario sin aviso, cobros erróneos, productos defectuosos y publicidad engañosa sobre disponibilidad de stock. ● Inconvenientes con el proceso de pago (12%): destacan cobros incorrectos, alteraciones de precios al momento de pagar y fallas en la aplicación de descuentos.

Fuente: SERNAC, 2025.

3. ANÁLISIS HISTÓRICO DE RECLAMOS EN EVENTOS CYBER

3.1. Evolución de reclamos 2018-2023

Gráfico N°1: Evolución reclamos de eventos Cyber 2018-2023



Fuente: SERNAC, 2025.

El gráfico N°1 muestra la evolución de la tasa de reclamos por cada 10.000 transacciones durante eventos Cyber en Chile, entre 2018 y 2023. Se identifican tres tendencias claras:

1. ***Peak* de crisis en 2020 (CyberDay)**: Con 108,29 reclamos por cada 10.000 transacciones, se observa el punto más alto de la serie, coincidiendo con el contexto de pandemia, mayor demanda online y posibles deficiencias en la capacidad de respuesta del comercio electrónico.
2. **Mejor desempeño en 2023 (CyberMonday)**: La tasa más baja se registró con solo 11,61 reclamos por cada 10.000 transacciones, lo que sugiere una mejora significativa en la experiencia de compra y en los mecanismos de atención al consumidor.
3. **Tendencia reciente de estabilización**: Desde 2022 en adelante, la tasa de reclamos se mantiene relativamente estable, entre 15 y 22 reclamos por cada 10.000 transacciones, lo que refleja cierta madurez del ecosistema de comercio electrónico y una mejor gestión de los eventos Cyber.

Asimismo, el gráfico evidencia una disminución sostenida de los reclamos en el tiempo, lo que sugiere avances en la regulación, fiscalización y respuesta del mercado ante las exigencias de los consumidores.

3.2 Principales Problemáticas de Reclamos 2018-2023

La experiencia acumulada del SERNAC ha identificado cuatro categorías principales de problemáticas recurrentes:

Categoría 1: Transparencia Publicitaria.

- Discrepancias entre condiciones promocionales anunciadas y términos reales de venta.
- Complejidad en condiciones contractuales que dificultan la comprensión del consumidor.
- Ofertas con limitaciones no comunicadas adecuadamente.

Categoría 2: Cumplimiento Contractual y Operacional.

- Incumplimiento sistemático de plazos de entrega comprometidos.
- Cancelaciones unilaterales de transacciones por parte de proveedores.
- Deficiencias en la comunicación de términos y condiciones contractuales.

Categoría 3: Acceso a Derechos del Consumidor.

- Obstáculos procedimentales para ejercicio del derecho a retracto.
- Complejidad excesiva en procesos de garantía legal.
- Falta de información clara sobre derechos y procedimientos.

Categoría 4: Seguridad de Transacciones Digitales.

- Preocupaciones sobre seguridad de información personal y financiera.
- Incertidumbre respecto a métodos de pago digitales.
- Gestión inadecuada de datos personales.

3.3. Análisis Extensivo de Reclamos 2024

Desde el año 2024, se han implementado una serie de cambios metodológicos con el objetivo de fortalecer la identificación y el análisis de los reclamos asociados a los eventos Cyber. Estos cambios responden a la creciente relevancia que este tipo de eventos ha adquirido para el Servicio, dado el alto tráfico comercial que concentran y el consiguiente aumento en la gestión de reclamos.

La implementación de estos cambios de la gestión de los eventos Cyber en el SERNAC ha sido liderada de manera conjunta por su Departamento de Estudios e Inteligencia (DEI), junto al Departamento de Atención Usuaria y Despliegue Territorial (DAUDT) y la Unidad de Planificación y Coordinación Estratégica (UPCE), quienes han trabajado coordinadamente para establecer criterios más robustos y consistentes que permitan mejorar la calidad del registro y la trazabilidad de estos casos.

El criterio metodológico vigente desde 2024 para la identificación y etiquetado de reclamos relacionados con eventos Cyber define que, para identificar y etiquetar un reclamo como “Cyber” (relacionado a eventos como Cyber Day, Cyber Monday o Black Friday), es necesario basar la selección del evento correspondiente dentro del sistema MAC. Este etiquetado puede realizarse en dos instancias:

1. **Autoselección por parte del consumidor:**
   Al momento de ingresar un reclamo en el sistema MAC, el consumidor tiene la posibilidad de indicar directamente que su caso corresponde a un evento Cyber. Esta opción se encuentra disponible al final del formulario de ingreso del reclamo. Si el consumidor marca esta opción, el sistema registra automáticamente el reclamo con la etiqueta correspondiente.

2. **Identificación por parte del ejecutivo analista:**
   En caso de que el consumidor no seleccione el evento Cyber al momento de ingresar el reclamo, corresponde al ejecutivo encargado del análisis identificar esta condición. Durante el proceso de revisión y categorización del reclamo, el ejecutivo debe evaluar si el caso guarda relación con alguna de las fechas asociadas a eventos Cyber. Si corresponde, se debe proceder a marcar manualmente el evento dentro del sistema, junto con el registro de los demás campos relacionados (como motivo legal, conducta infraccional, entre otros).

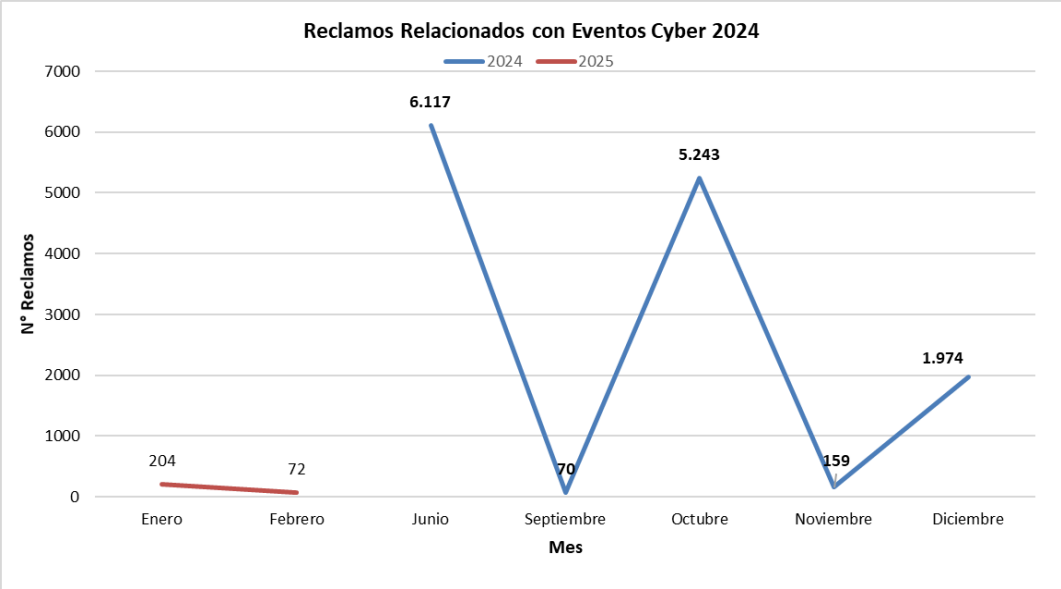
Este procedimiento garantiza una correcta clasificación de los reclamos vinculados a eventos Cyber, permitiendo un tratamiento adecuado y un análisis estadístico preciso de estos casos.

Producto de esta precisión metodológica, en el año 2024 se recibieron 13.839 reclamos por eventos Cyber (Cyber Day, Cyber Monday y Black Friday). En cuanto a la distribución específica, el evento que generó más reclamos fue Cyber Day con 44,20% (6.117 casos), luego Cyber Monday con un 39,03% (5.402 casos) y finalmente el Black Friday con un 16,76% (2.320 reclamos).

Nombre del evento	Fecha de evento	Cantidad de reclamos	Porcentaje (%)
Cyber Day	lunes 3 al miércoles 5 de junio	6.117	44,20%
Cyber Monday	lunes 30 de septiembre al miércoles 2 de octubre	5.402	39,03%
Black Friday	viernes 29 de noviembre al lunes 2 de diciembre	2.320	16,76%
	Total General	**13.839**	100%

Fuente: SERNAC, 2025.

Al analizar los días con *peaks* de reclamos, se puede destacar que estos son: el 17 de junio, con 440 reclamos y el 15 de octubre, con 340 reclamos. Lo anterior refleja que el *peak* de reclamos se produce con un desfase de 15 y 13 días, respectivamente. Cabe notar que el evento Black Friday genera patrones distintos de comportamiento y de reclamos no solo por su ubicación en el calendario (a falta de menos de un mes para las fiestas de fin de año), sino que también pues es el único de estos eventos que cubre un fin de semana y que tiene una duración más prolongada.



Fuente: SERNAC, 2025.

Al analizar el comportamiento de la categoría de motivo legal de los reclamos del año 2024, se evidencia que las dos categorías predominantes, "Retardo en la entrega de lo comprado" y "Término unilateral de contrato" concentran entre ambas un 50,48% (6.986 casos).

Categoría de motivo legal	Cuenta	Porcentaje (%)
Retardo en la entrega de lo comprado	4.133	29,86%
Término unilateral de contrato	2.853	20,62%
Entrega producto distinto al adquirido o comprado	1.027	7,42%
Formalidades de contrato	831	6,00%
Sin categoría	781	5,64%
Ofrece productos sin stock	583	4,21%
Dificultades para termino de contrato	549	3,97%
Incumplimiento promociones y ofertas	529	3,82%
Producto defectuoso, piezas o parte de ellas	406	2,93%
Cobro de un precio superior al exhibido, informado	367	2,65%
Término de contrato	232	1,68%
Garantía legal: no efectuar el cambio	208	1,50%

Garantía legal: no devuelve el dinero	204	1,47%
Incumplimiento respuesta entregada a consumidor	154	1,11%
Publicidad engañosa o falsa	142	1,03%
Subtotal	12.999	93,93%
Otros reclamos (con frecuencia entre 93 y 1)	840	6,07%
TOTAL	13.839	100%

Fuente: SERNAC, 2025.

Por su parte, existen categorías de motivo legal que son afines entre sí. Por ejemplo, las categorías vinculadas a temas de contrato alcanzan en conjunto un 32,31% (4.472 casos).

Categoría de motivo legal afín con contratos	Cuenta	Porcentaje (%)
Término unilateral de contrato	2.853	20,62%
Formalidades de contrato	831	6,00%
Dificultades para termino de contrato	549	3,97%
Término de contrato	232	1,68%
Falta o no entrega de contrato	3	0,02%
Condicionar el cambio del plástico de la tarjeta de crédito a la contratación de un nuevo contrato	1	0,01%
Modificación unilateral de contrato	1	0,01%
Negativa o retraso de proveedor en cierre de producto o término de contrato	1	0,01%
Suspensión unilateral de ejecución del contrato	1	0,01%
Subtotal	4.472	32,31%
Total	13.839	100%

Fuente: SERNAC, 2025.

Otras categorías de motivo legal afines entre sí están vinculadas a garantías, las que totalizan un 3,11% (430 casos).

Categoría de motivo legal afín con garantía	Cuenta	Porcentaje (%)
Garantía legal: no efectuar el cambio	208	1,50%
Garantía legal: no devuelve el dinero	204	1,47%
Incumplimiento de términos de garantía voluntaria, legal o convencional	8	0,06%
Negativa a cumplimiento de garantía voluntaria	7	0,05%
Garantía legal: no efectuar reparación gratuita	3	0,02%
Subtotal	430	3,11%
Total	13.839	100%

Fuente: SERNAC, 2025.

Otra categoría de motivo legal afín es la vinculada con cobros, que al reunirse estas alcanzan un 3,03% (419 casos).

Categoría de motivo legal afín con cobros	Cuenta	Porcentaje (%)
Cobro de un precio superior al exhibido, informado	367	2,65%
Cobro de un precio superior al contratado	16	0,12%
Impugna cobro de interés	10	0,07%
Cobro excesivo tasa de interés	9	0,07%
Es cliente y objeta cobros por servicios no contratados	4	0,03%
Cobro de seguros no contratados	3	0,02%
Duplicidad de cobros	3	0,02%
Cobro de comisiones excesivos	2	0,01%
Empresa realiza cobros superiores o duplicados	2	0,01%
Alza injustificada en el cobro	1	0,01%
Cobro deuda de tercero no conocido en el domicilio	1	0,01%
Cobros por productos o servicios no contratados	1	0,01%
Subtotal	419	3,03%
Total	13.839	100%

Fuente: SERNAC, 2025.

Al realizar un ranking con los 10 proveedores con más reclamos, se evidencia que Falabella lidera con un 28,91% (4.001 casos), le sigue muy por debajo Paris con un 9,92% (1.373 casos) y luego Ripley con un 7,38% (1.021 casos). Lo anterior, también coincide con los tres mayores proveedores con más participación de mercado del retail.

En los tres proveedores anteriores la categoría de motivo legal más reclamada es retardo en la entrega de lo comprado representando la mayor porción de sus reclamos, con un 29,16% (1.167 casos) para Falabella y otros relacionados; un 30,95% (425 casos) para París y otros; y finalmente 23,31% (1.021 casos) para Ripley y otros.

Ranking (top-10) de reclamos por proveedor	Cuenta	Porcentaje (%)
Falabella y Otros relacionados a Falabella (o equivalente)	4.001	28,91%
París y Otros relacionados a París (o equivalente)	1.373	9,92%
Ripley y Otros relacionados a Ripley (o equivalente)	1.021	7,38%
Sodimac (Homecenter - Homy) ventas internet y venta telefónica	957	6,92%
Hiper líder - lider.cl	663	4,79%
Easy tiendas - ventas internet y venta telefónica	538	3,89%
Forus, Azaleia, Jansport, Just Smile, Brooks, Funsport, Caterpillar, Chaco, Patagonia, 7veinte	489	3,53%
Mercado Libre- Portalinmobiliario.Com - Mercado Pago - Mercado Pago Emisora	436	3,15%
Lippi - Hakahonu - Geography - Ventas Internet	314	2,27%
Superzoo	225	1,63%
Subtotal del top-10	10.017	72,38%
Total	13.839	100%

Fuente: SERNAC, 2025.

4. RESUMEN DE ACCIONES 2024

Se realizaron un total de **78 actividades de fiscalización** correspondientes a Cyber Day, Cyber Monday y Black Friday 2024, las cuales condujeron al envío de oficios de advertencia a las empresas en la mayoría de los casos, aunque adicionalmente **3 casos fueron derivados para acciones posteriores**. Entre los **principales hallazgos detectados** durante estas fiscalizaciones, se encuentran:

- Falta de claridad en la información sobre las **formas de despacho, entrega o retiro** de los productos.
- No informar sobre el **derecho a retracto** de manera inequívoca, destacada y fácilmente accesible antes de la compra, ni sobre cómo ejercerlo.
- Ausencia de **enlace o documento para los términos y condiciones** durante el proceso de compra.
- Términos y condiciones **no informados de forma clara y visible**.
- Información de **precio incompleta**, sin incluir impuestos y tasas en el servicio ofrecido.

Adicionalmente, en otras fiscalizaciones digitales relacionadas con el comercio electrónico, se han detectado problemas en materia de **garantía legal**, como no informar el plazo de 6 meses, la triple opción, o aplicar restricciones para su ejercicio.

El SERNAC **inició Juicios de Interés General (JIGs)** por incumplimientos detectados durante los eventos **Cyber Day Junio 2024** y **Cyber Monday Septiembre-Octubre 2024**. Estos JIGs fueron presentados en Juzgados de Policía Local de diversas regiones del país:

- Región de Arica y Parinacota.
- Región de Coquimbo.
- Región Metropolitana de Santiago.
- Región de Ñuble.

Las empresas demandadas en estos Juicios de Interés General por los eventos Cyber 2024, según el listado proporcionado, incluyen a:

- FALABELLA .COM SPA.
- ASICS CHILE SPA.
- SODIMAC S. A.
- PREMIER CAESARS CHILE SpA (KRISPY KREME).
- DESPEGAR.COM CHILE SPA.
- COMERCIAL ECCSA S.A. (RIPLEY).
- SINGULARPARTS SPA.
- ADMINISTRADORA DE SUPERMERCADOS HIPER LIMITADA.
- ALFA DETECTOR CHILE SPA[4].

5. CONCLUSIONES

✔ **Evolución del Rol del SERNAC:**

El SERNAC ha desempeñado un papel fundamental en la protección de los derechos de los consumidores tanto en eventos Cyber como en diversos mercados, evolucionando desde acciones educativas y fiscalizaciones manuales hacia un monitoreo más sofisticado, apoyado en el análisis de datos y

[4] En base al Informe de Balance de Acciones de la Unidad de Planificación y Coordinación Estratégica del SERNAC.

herramientas tecnológicas como el *web scraping*. Este cambio ha permitido ampliar el alcance de la inteligencia de mercado y mejorar la capacidad de detección de prácticas abusivas o irregulares.

✔ **Transformación Digital del Comercio Electrónico**:

El comercio electrónico ha experimentado un crecimiento acelerado, impulsado por el aumento de empresas participantes y la adopción de tecnologías emergentes. La inteligencia artificial, el marketing digital y los nuevos medios de pago han transformado la forma en que se compran y venden productos, planteando nuevas oportunidades, pero también desafíos en acciones de vigilancia, fiscalización y otras como regulatorias, especialmente en materia de transparencia, trazabilidad y seguridad digital.

✔ **Mejoras en la Gestión de Reclamos y Fiscalización**:

La tendencia general muestra una disminución sostenida en la tasa de reclamos por cada 10.000 transacciones, lo que sugiere una mejora en la calidad del servicio, la capacidad de respuesta del mercado y el efecto disuasivo de las acciones del SERNAC. En particular, el desempeño del CyberMonday 2023, con la tasa más baja del periodo, da cuenta de una madurez progresiva del ecosistema digital.

✔ **Acciones de Fiscalización 2024**:

Durante el año 2024, el SERNAC ejecutó 78 acciones de fiscalización y presentó Juicios de Interés General (JIGs) contra empresas que incumplieron compromisos legales durante eventos Cyber. Las principales infracciones incluyeron la falta de información clara sobre el derecho a retracto, condiciones de despacho y términos de la oferta. Estas acciones reflejan un fortalecimiento del control institucional y una mayor exigencia de cumplimiento a los proveedores.

✔ **Concentración de Reclamos en Grandes Proveedores**:

El análisis de 2024 reveló que un grupo reducido de empresas concentró la mayoría de los reclamos, encabezadas por Falabella, Paris y Ripley. Esta concentración evidencia que, si bien el comercio electrónico ha crecido en diversidad, los actores principales siguen generando una alta proporción de conflictos de cara a los consumidores, lo que sugiere la necesidad de reforzar la supervisión y buenas prácticas en los grandes operadores del retail digital.

6. RECOMENDACIONES AL CONSUMIDOR

1) ¿Qué son los eventos Cyber?

Los **eventos Cyber** en términos formales, son eventos de descuentos en línea organizados por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) en la que participan sus asociados. Estos últimos se rigen por los Estatutos y Principios de Conducta empresarial.

Lo anterior implica que deben sustentar su actuar bajo los principios de gestión y ética que en ellos se indica. En general entendemos como **eventos Cyber** al Cyber Day (de junio), Cyber Monday (de septiembre/octubre) y Black Friday (de noviembre/diciembre).

2) ¿Pueden empresas que no estén asociadas en la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) participar en el Cyber Day?

Existen muchas otras empresas que participan del evento Cyber sin ser parte de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), lo que significa que no está representada por ella y no tiene la obligación de regirse por los Estatutos y Principios de Conducta empresarial.

Lo anterior no significa que opere fuera del marco de la Ley, sino que fuera del marco de comportamiento establecido por la Asociación gremial.

3) ¿Cómo reconocer a una empresa perteneciente a la Cámara de Comercio de Santiago (CCS)?

Las empresas que están asociadas a la Cámara de Comercio de Santiago utilizan el logo Cyber, que independiente de los colores es una bolsa acompañada del logotipo Cyber.cl. En particular, el utilizado en el primer evento del 2025 es:

4) ¿Todos los productos que están en el Cyber tienen descuentos?

No, no todos los productos que se exhiben durante los eventos Cyber necesariamente tienen descuentos. Si bien la mayoría de las marcas y comercios aprovechan estas fechas para ofrecer promociones atractivas, también es común que algunos productos se mantengan a su precio regular o que los descuentos aplicados no representen una rebaja significativa. Por eso, es importante que los consumidores comparen precios con anticipación y revisen cuidadosamente las condiciones de las ofertas para tomar decisiones informadas.

5) ¿En qué debo fijarme para comprar un producto en el Cyber que tenga un descuento real?

- **Compara precios antes del evento:** Revisa los precios días previos y guarda evidencia (como capturas de pantalla con fecha y hora). Esto te ayudará a confirmar si el descuento ofrecido es real o solo aparente.

- **Verifica el precio final:** Antes de comprar, asegúrate de revisar todos los cargos adicionales (despacho, impuestos, comisiones). A veces, el descuento se compensa con estos costos ocultos.

- **Guarda toda la evidencia:** Conserva comprobantes, capturas (pantallazos) y correos de confirmación. Te serán útiles si necesitas hacer un reclamo o devolución.

6) ¿Qué debo exigir al comprar un producto por internet?

- Que se informe el precio, las características relevantes del bien o servicio; modalidades y plazos de entrega y costos asociados al despacho; las formas de pago, entre otros.
- Que haya claridad respecto a los datos de contacto de la empresa en que vas a adquirir los productos y servicios.
- Que se respete el derecho de la garantía legal de los productos, en el plazo de los seis primeros meses desde la recepción del producto, pudiendo elegir el cambio, la reparación o la devolución de lo pagado, a elección del consumidor.
- Que se respeten en la publicidad, las características relevantes del bien o servicio destacadas por el anunciante, el precio, su forma de pago y el costo asociados al crédito, todo ello, en conformidad a las normas vigentes.
- Que se respeten las promociones y ofertas, informadas y publicitadas, independiente de si compras directamente en el sitio web de la empresa o a través de otra plataforma formal asociada. Todas estas plataformas deben asegurar que se cumpla el descuento o promoción, sin importar si actúan o no en calidad de intermediaria. Ahora, ten presente que si el producto tiene algún defecto, la empresa que

promociona u ofrece el producto es la responsable de cumplir de cara al consumidor en caso de existir algún defecto que lo haga inapto para su uso.

- Que se respete el derecho de retracto que le asiste a los consumidores. Recuerda que tienes derecho a retracto en compras de productos o servicios a distancia. Los consumidores se puedan arrepentir del contrato en este tipo de compras dentro de los 10 días siguientes desde que recibió el producto o contrató el servicio. En los bienes o productos, excepcionalmente, no podrá ejercerse este derecho en el caso de bienes que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez, o hubiesen sido confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor, o se trate de bienes de uso personal.
- Que la empresa envíe una confirmación escrita del contrato. De no ser así, el plazo de retracto se extiende a 90 días[5].
- Que se indique las condiciones de la oferta y/o promoción (si es que las hubiere), en la que se indiquen stock, posibles limitaciones y/o exclusiones entre otros.

7) ¿Existe una diferencia entre la política de cambios, devolución y garantía?

La política de cambio y devolución de una tienda es el conjunto de reglas que establece cómo y en qué condiciones puedes devolver un producto o cambiarlo por otro, en temas que no conciernen a la garantía legal. Indica los plazos disponibles, si necesitas presentar la boleta u otro antecedente que acredite la relación de consumo, en qué estado debe estar el producto, y si el reembolso se hace en dinero, crédito en tienda u otro medio. Es importante leerla antes de comprar para saber tus derechos y evitar inconvenientes. Se destaca que el consumidor tiene un derecho irrenunciable para ejercer la garantía legal, sin perjuicio de los otros tipos de garantías.

Como regla general, te recomendamos que siempre compres en el comercio formal, ya sea presencial u online, y que conserves la boleta respectiva.

Para poder entender qué se entiende por cada una de estas garantías, te presentamos la siguiente tabla donde se definen y comparan las principales características de cada una de ellas:

[5] https://www.sernac.cl/portal/604/w3-propertyvalue-20982.html

Tipos de garantías				
	TIPOS DE GARANTÍAS			
	Garantía legal	**Garantía convencional o voluntaria de bienes durables**	**Garantía de satisfacción, Política de cambios y/o devoluciones**	**Garantía extendida**
¿Cuándo procede?	Es una obligación legal y un derecho irrenunciable para el consumidor.	Si el proveedor la ofrece, es obligatoria.	Si el proveedor la ofrece, es obligatoria.	Es una póliza de seguro contratada separadamente.
¿Qué causas cubre?	Cuando se compra un producto nuevo que es defectuoso, le faltan piezas o partes, no es apto para el uso para el cual fue destinado, ya fue anteriormente reparado pero sus deficiencias persisten o presenta nuevas fallas, entre otras.	Mismos defectos de calidad o idoneidad que la garantía legal.	Las señaladas por el proveedor, incluso no cubiertas por la garantía legal, como la sola voluntad del comprador.	Evento de fallas futuras en el producto.
¿Qué alternativas ofrece?	Derecho de triple opción del consumidor: (1) reparación gratuita, (2) reposición o (3) devolución del precio pagado.	En general, reparación gratuita o reposición (no devolución del dinero).	El cambio del producto o devolución del dinero.	La reparación o sustitución del producto.
¿Qué plazo tiene?	En general para bienes no perecibles, 6 meses desde que se recibe el producto. Si el bien es perecible, el que esté impreso en su producto o envoltorio.	El señalado por el proveedor. Amplía el plazo de garantía legal.	Plazo acotado, señalado por el proveedor. Generalmente 10 días.	El tiempo contratado, por sobre la garantía legal o voluntaria.
¿Quién responde?	El vendedor en las 3 opciones. También el fabricante o importador si se solicita la reparación.	El vendedor que ofrece la garantía.	El vendedor que ofrece la garantía.	El fabricante/vendedor que otorga la garantía.
¿Tiene algún costo?	No tiene costo para el consumidor.	No tiene costo para el consumidor.	No tiene costo para el consumidor.	Tiene costo adicional para el consumidor, que se contrata separadamente (como una póliza).

Fuente: SERNAC, 2025.

Si quieres más información respecto a cómo funciona la garantía legal y a cuáles son los pasos para hacerla efectiva, te invitamos a visitar el sitio web del SERNAC, específicamente en https://www.sernac.cl/portal/617/w3-article-57424.html.

8) ¿Qué ocurre si tengo un problema con un producto comprado a un proveedor a través de un marketplace? ¿Quién es el responsable?

La Ley del Consumidor establece que los marketplaces son intermediarios (art.43 de la Ley del Consumidor) y, por tanto, también tienen responsabilidad ante los consumidores. No se les exige una responsabilidad mayor que la de los proveedores finales, pero sí se les obliga a tomar medidas para asegurar que estos proveedores cumplan la ley y no engañen a los consumidores[6].

El Reglamento de Comercio Electrónico que complementa la Ley del Consumidor, establece una serie de obligaciones para las empresas, entre ellas, el deber de informar los precios y disponibilidad de los productos, con el costo del despacho incluido, además de indicar el plazo de entrega de los productos.

Por lo tanto, si tienes problemas, te recomendamos presentar un reclamo, ya sea directamente al proveedor donde realizaste la compra o en el mismo marketplace, incluso si el producto fue adquirido a través del marketplace del proveedor.

9) ¿Cómo puedo proteger mis datos personales?

Si bien siempre debes resguardar tu privacidad, tus datos personales y la información de tus cuentas o tarjetas, en particular durante los eventos de este tipo puede existir un aumento de intentos de estafas, fraudes y otros, por lo que te recomendamos tomar precauciones adicionales como:

- Compra solo en sitios oficiales o verificados.
- No compartas más datos personales de los necesarios.
- Usa contraseñas seguras y distintas para cada sitio.
- Asegúrate de que la página tenga "https://".
- Verifica siempre que sea el sitio web oficial de la tienda.
- Paga a través de plataformas seguras; evita transferencias directas.

[6] Dictamen Interpretativo sobre la aplicabilidad de la Ley N° 19.496 a los proveedores de plataformas o redes sociales que resuelve solicitud N°29.783 resolución exenta N° 000175. 28 feb 2022.

- Guarda los términos y condiciones del sitio.
- Prefiere proveedores con representación en Chile.
- Ten especial cuidado con la cesión de datos personales, inscripciones, concursos, correos fraudulentos y ofertas engañosas, etc.

10) ¿Dónde puedo ver el comportamiento de otras empresas y/o reclamar?

✔ **Muro de alertas ciudadanas:**

Plataforma de recopilación y difusión de experiencias de consumo**.** A través de esta herramienta, las y los consumidores podrán acceder al relato de la experiencia de otras personas respecto a las prácticas de las empresas, así como conocer datos y los mercados involucrados.
Esta información permitirá a los consumidores advertir a otros y al mismo SERNAC de la conducta de las empresas, y, además, tomar decisiones de consumo más informadas.

✔ **Reclamos:**

En caso de tener problemas con alguna empresa o detectar algún comportamiento que pueda afectar al resto de las y los consumidores, puedes ingresar un Reclamo o Alerta Ciudadana mediante:

- Ingresando al Portal del Consumidor, a través de tu Clave SERNAC o tu ClaveÚnica.
- Agendando una hora en TeleAtención, para recibir orientación de un/a ejecutivo/a.
- Llamando gratis al 800 700 100, de lunes a viernes 09:00 a 19:00 hrs.
- Acudiendo a cualquiera de las oficinas de atención de público a lo largo del país.

Ante un incumplimiento, las empresas arriesgan multas de hasta 300 UTM.

11) Situaciones a considerar en eventos Cyber:

El volumen de ventas que se genera en este tipo de eventos Cyber provoca el ingreso de muchos reclamos en SERNAC asociados con “retraso en el despacho”, “productos distintos al adquirido”, “problemas con cobros”, “stock”, “anulación unilateral de compras/contratos”, por lo que te sugerimos considerar especialmente estos factores a la hora de realizar una compra.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	28-05-2025	29-05-2025	29-05-2025
Cargo	Profesional UIM (CVV/CMB)	Jefatura UIM (S) (PED)	Jefatura DEI (CS)

En particular para este Cyber Day 2025, pon especial atención a posibles cargos o cobros por “retiro en tienda”. El reciente Dictamen Interpretativo[7] del SERNAC establece que los proveedores que disponen de tiendas físicas deben disponer de al menos un mecanismo de entrega gratuita para el consumidor, sin hacer cobros adicionales. El Servicio Nacional del Consumidor estará prestando especial atención al comportamiento de las empresas en esta materia, por lo que si detectas que la empresa no está cumpliendo con el criterio señalado, no dudes en documentarlo e ingresar un reclamo a través del Portal del Consumidor dispuesto en el sitio web del SERNAC.

[7] https://www.sernac.cl/portal/618/w3-article-84777.html