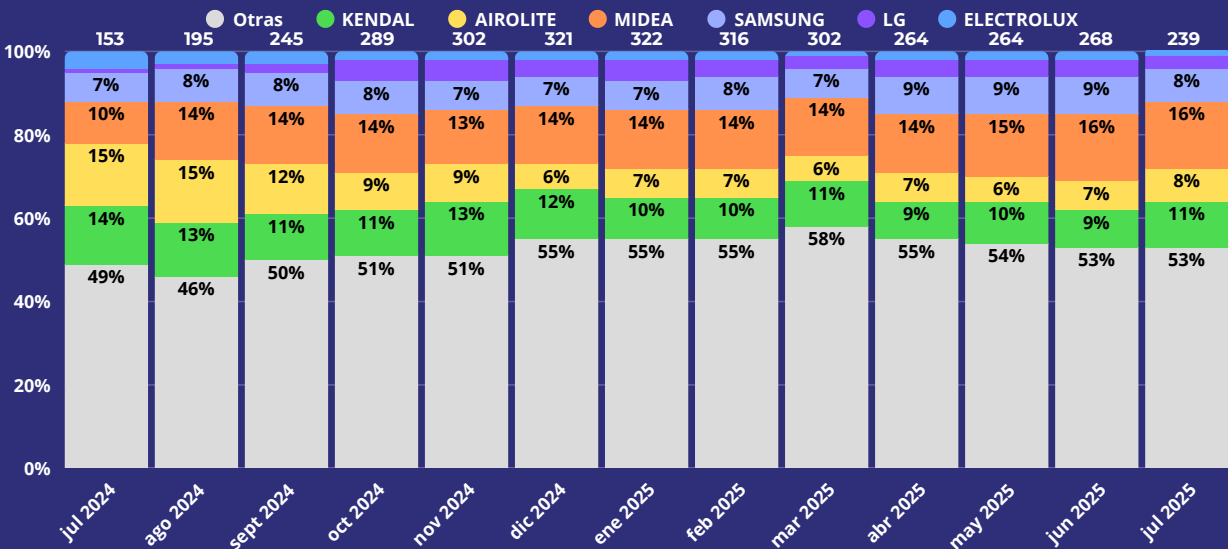


ANÁLISIS ECOMMERCE

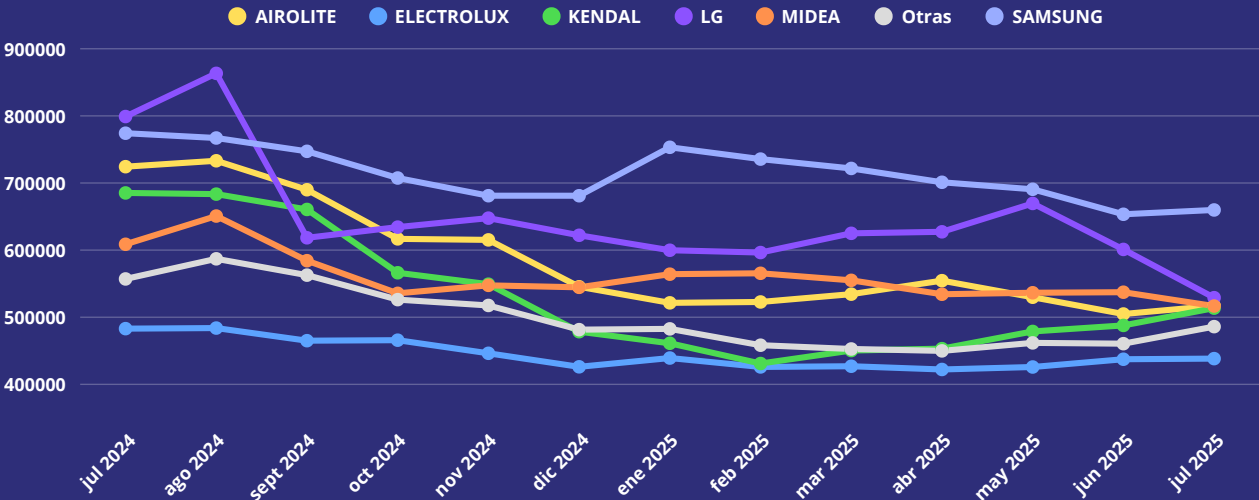
AIRE ACONDICIONADO

CHILE JULIO 2024 - JULIO 2025

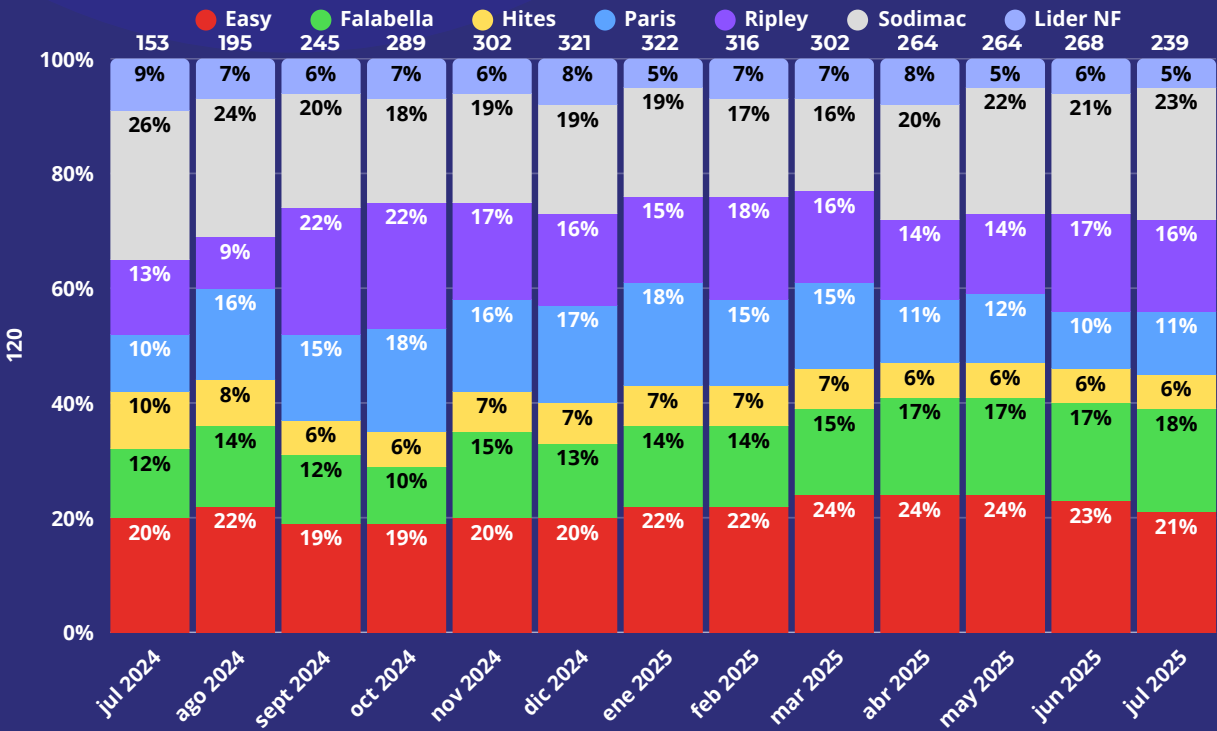
SKU'S POR MARCA



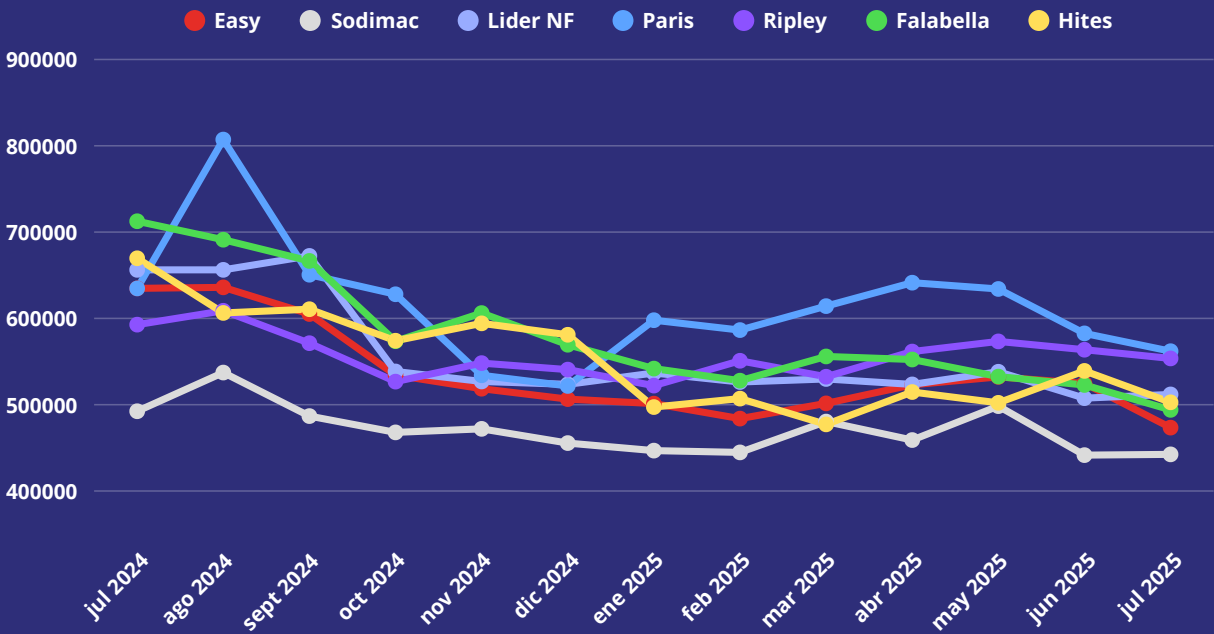
PRECIO PROMEDIO POR MARCA



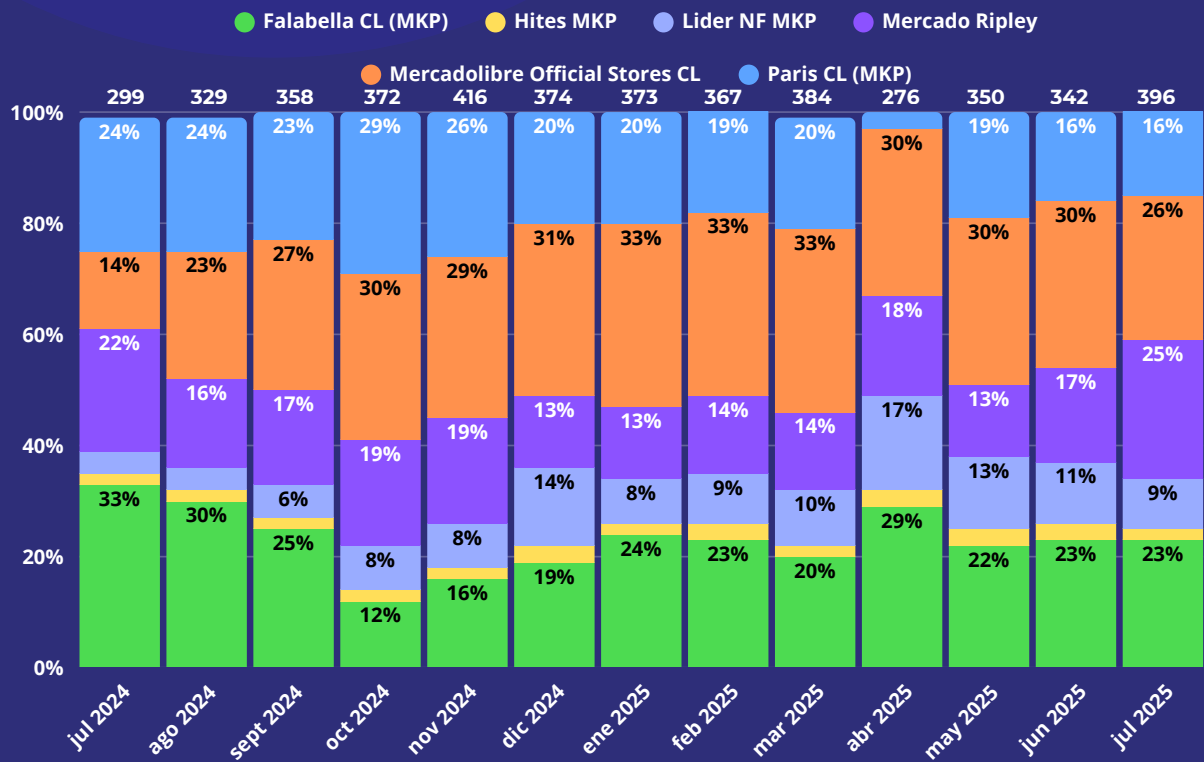
SKU'S POR TIENDA



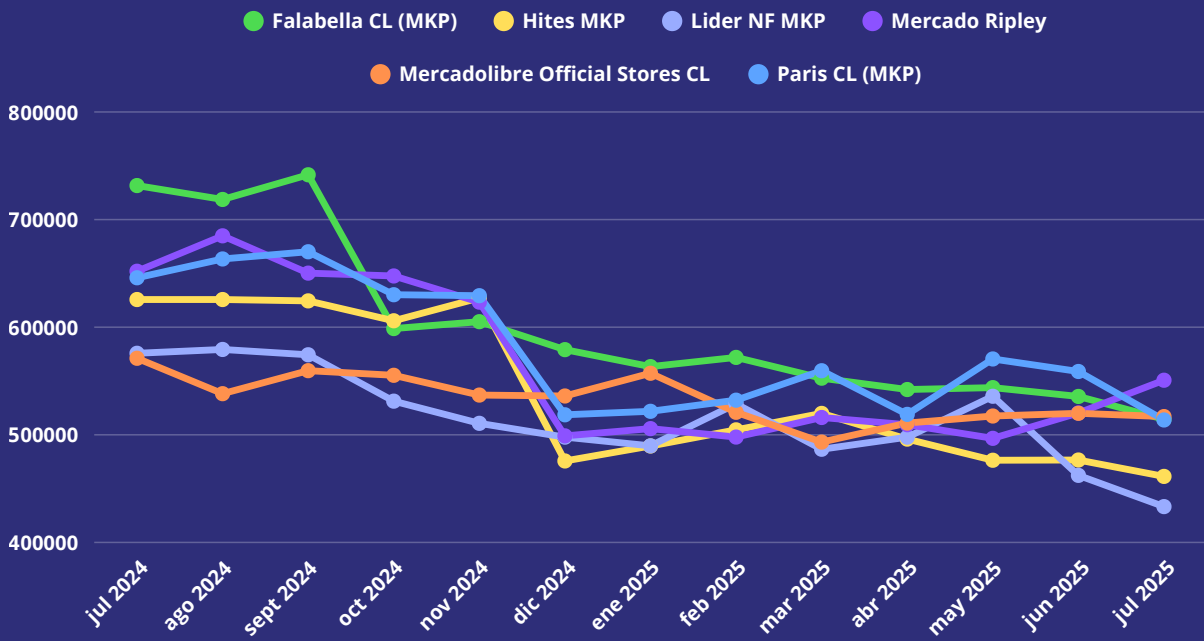
PRECIO PROMEDIO POR TIENDA



SKU'S POR MARKETPLACE



PRECIO PROMEDIO POR MARKETPLACE



Principales Conclusiones del Estudio

La categoría de aire acondicionado en Chile llega a su temporada alta en un escenario de alta competencia, fragmentación de marcas y mayor sensibilidad al precio por parte de los consumidores. Durante el último año, el mercado ha experimentado una transformación profunda impulsada por tres dinámicas principales:

- Consolidación de los marketplaces.
- Ajuste sostenido de precios.
- Crecimiento de marcas emergentes.

Los marketplaces concentran hoy más del 60% del surtido y marcan el ritmo competitivo. Mercado Libre lidera con un 26% de participación, consolidándose como el principal canal para modelos que están dentro del segmento medio de precios, donde se concentra la mayor parte de la demanda. Ripley MKP alcanza un 25%, mientras Falabella MKP se mantiene en un 23%. Paris MKP, en cambio, baja a un 16%, con foco en modelos de segmento alto. Además, Mercado Libre lidera en precios competitivos con un promedio de \$516.000.

El ticket promedio general de la categoría cayó 19% en el último año, estabilizándose entre \$450.000 y \$550.000. Esta baja responde al incremento de la competencia, a la mayor diversidad de marcas y a la relevancia creciente de los marketplaces, que han impulsado ajustes de precios para mantener competitividad.

Este contexto confirma un escenario de ajuste en la rentabilidad, donde las marcas y retailers deberán ser más flexibles en la gestión de precios y promociones, especialmente durante los meses de "temporada alta".

En marcas, Midea refuerza su liderazgo con un crecimiento de 10% a 16% en surtido, consolidándose en el segmento intermedio. Samsung mantiene relevancia tras reducir su ticket promedio a \$659.000, mientras Airolite y Kendal muestran estabilidad. En contraste, LG y Electrolux pierden espacio por precios altos y menor variedad.

Entre los retailers tradicionales, Easy lidera con una participación estable entre 21% y 24%, seguido por Sodimac con un 23%, consolidándose como la opción más competitiva en precio (\$442.000, el más bajo de la categoría). Falabella y Paris mantienen un enfoque a un segmento de precios más altos, mientras Ripley y Líder NF tienen un rol más defensivo con surtidos limitados.

La temporada alta comienza a activarse y será determinante para el desempeño anual de la categoría. En este escenario, los jugadores debiesen poner foco en:

- Reforzar la disponibilidad de surtido competitivo, alineado a los rangos de precios más dinámicos del mercado.
- Optimizar la visibilidad en marketplaces, mejorando la exposición de catálogo y asegurando precios consistentes.
- Fortalecer las estrategias promocionales, integrando envíos rápidos, instalación incluida y financiamiento flexible.



Potencia tus estrategias y maximiza la rentabilidad con nuestras soluciones de monitoreo eCommerce.
Contáctanos para descubrir nuevas oportunidades.

