

Análisis Final

Cyber Monday

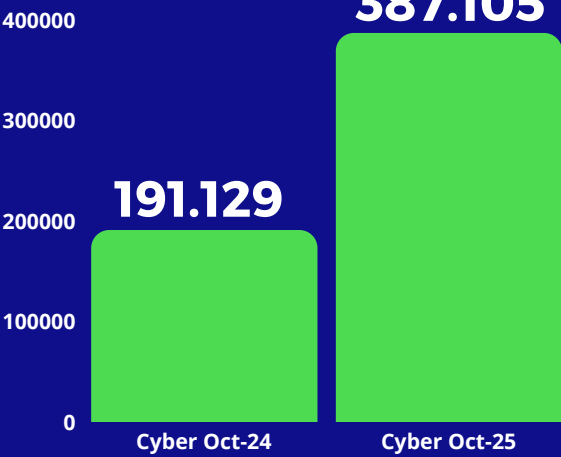
CHILE OCTUBRE 2025

GENERAL

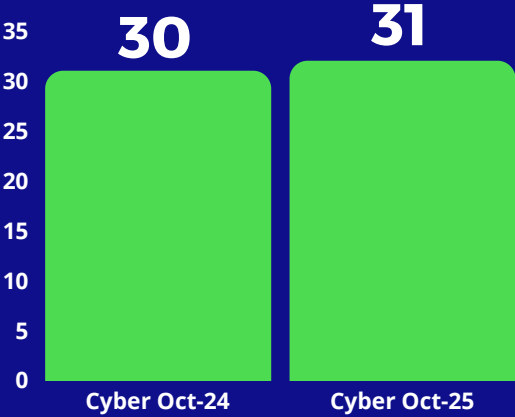
Comparativa edición Octubre 2024 vs Octubre 2025

Muestra de ambos eventos*

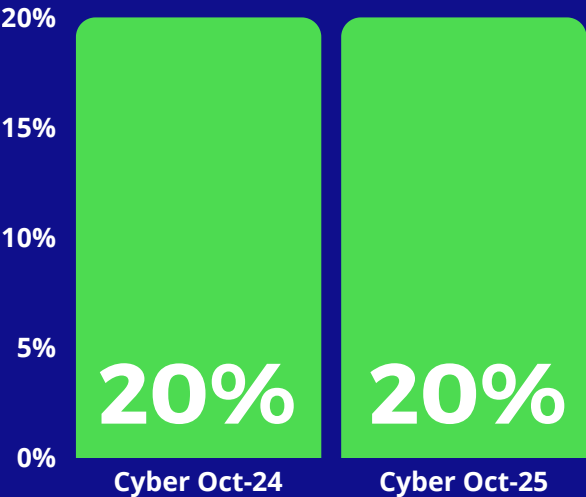
Cantidad de productos en descuento



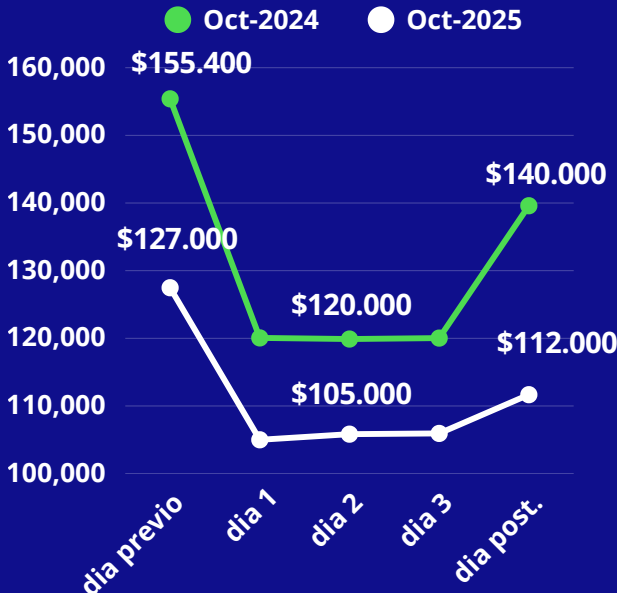
Cantidad de tiendas contempladas



Descuento promedio general en ambos eventos



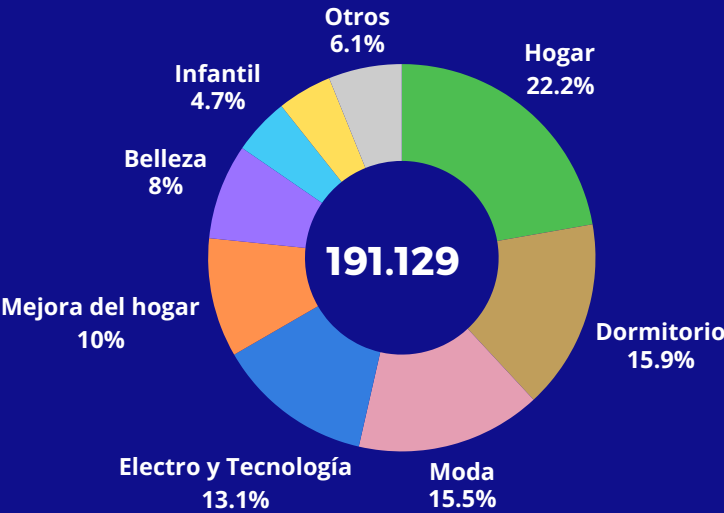
Movimiento del precio promedio Cyber Oct 24/25



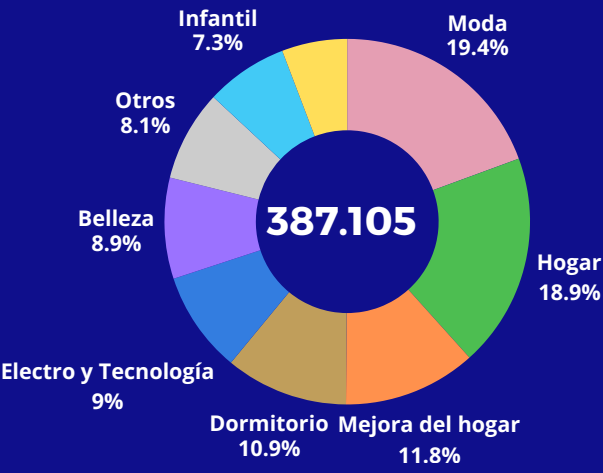
CATEGORÍAS

Surtido con descuento por Categoría

Cyber Octubre 2024

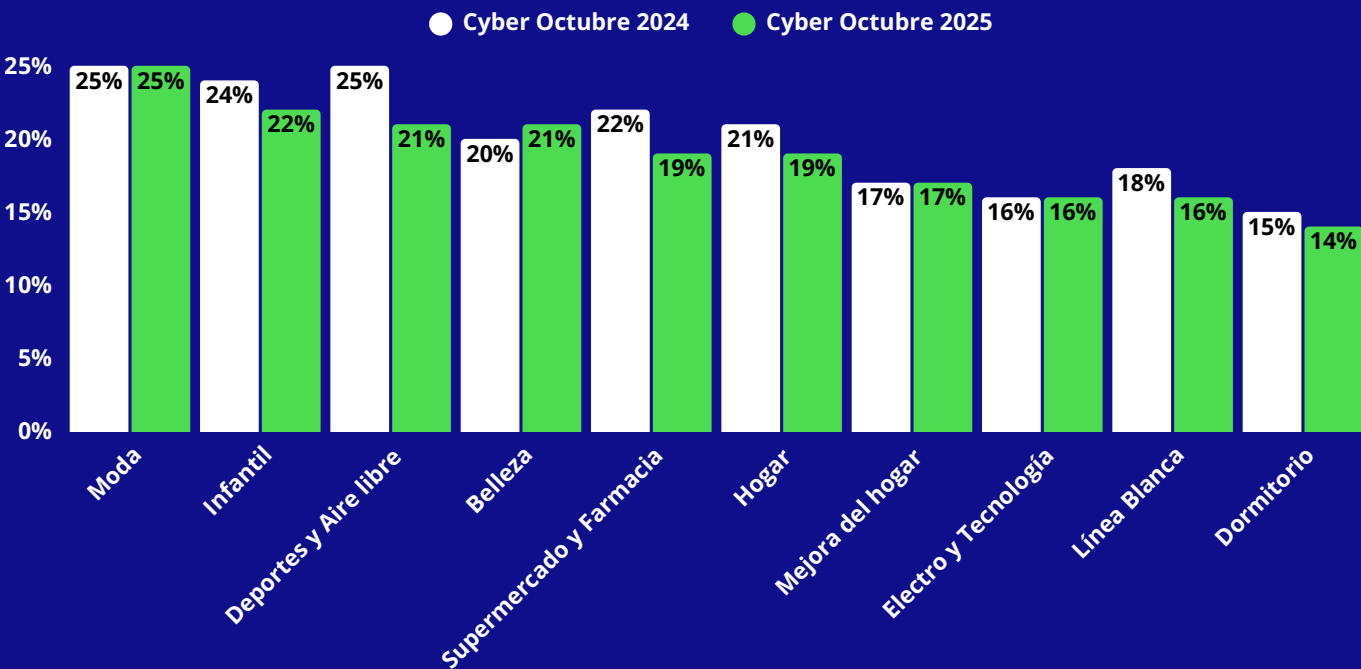


Cyber Octubre 2025

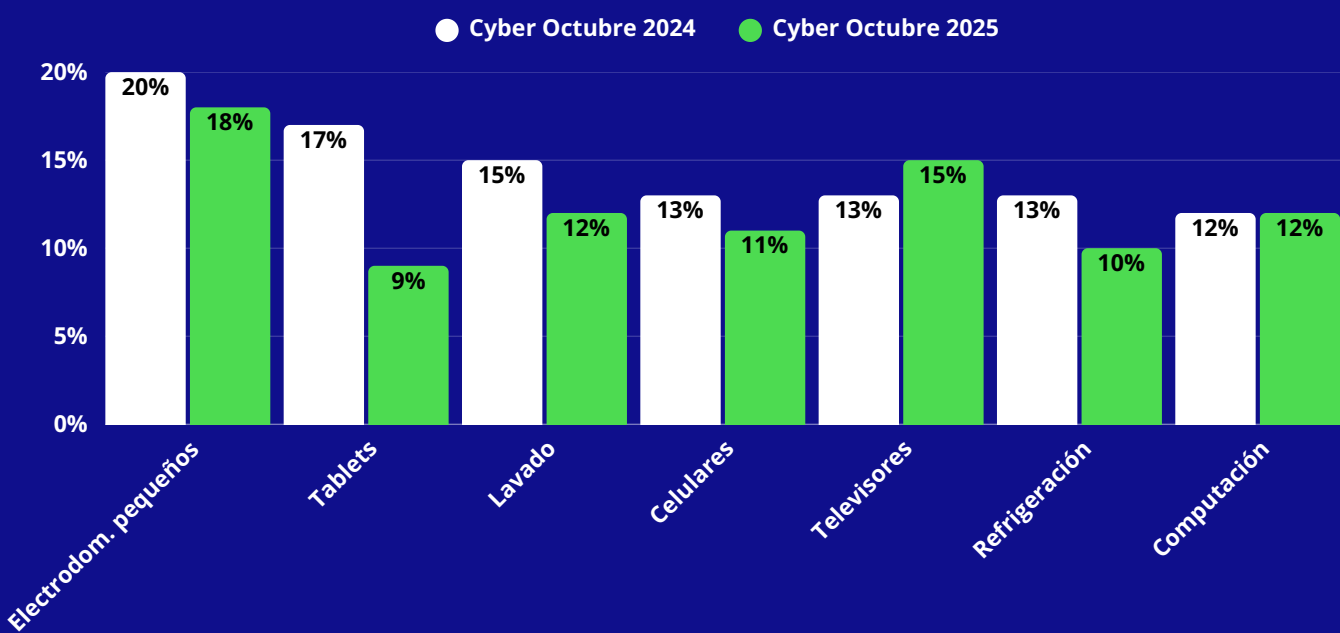


*Durante este estudio, el surtido es calculado mediante el conteo de SKU's únicos

Descuento promedio por Categoría

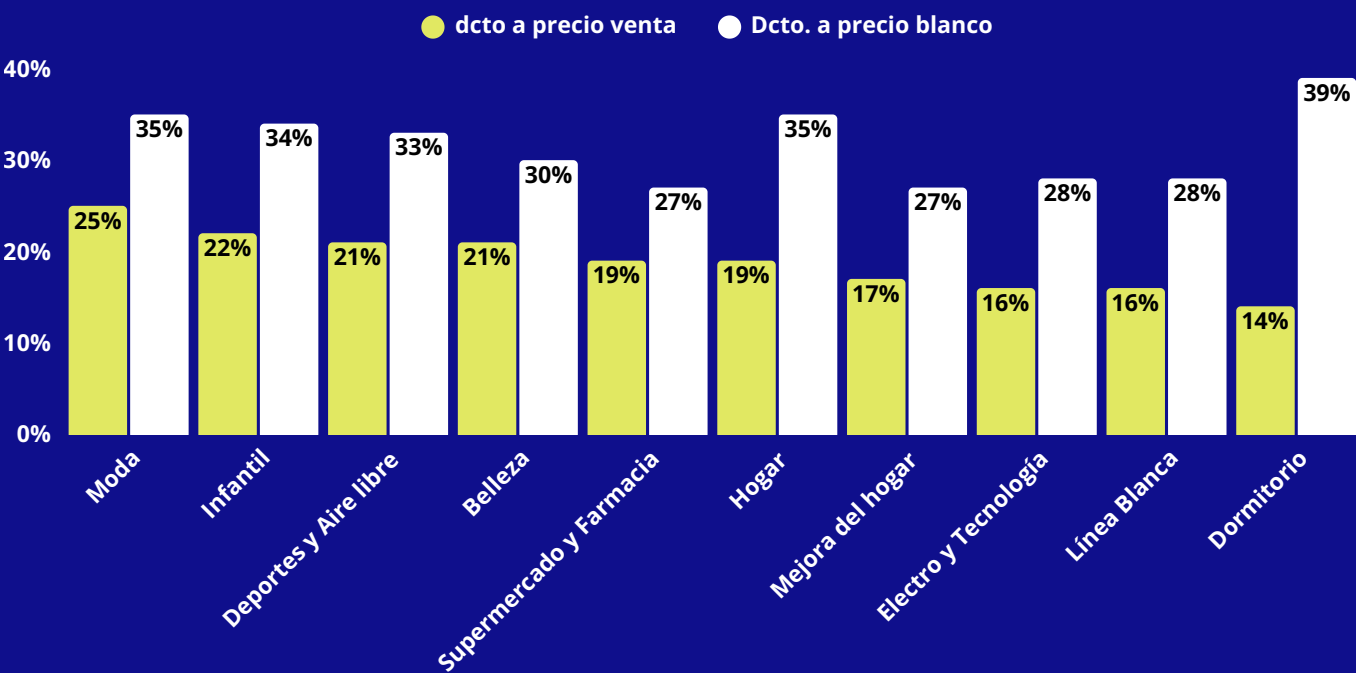


Descuento promedio Sub Categorías:
Tecnología y Electrodomésticos

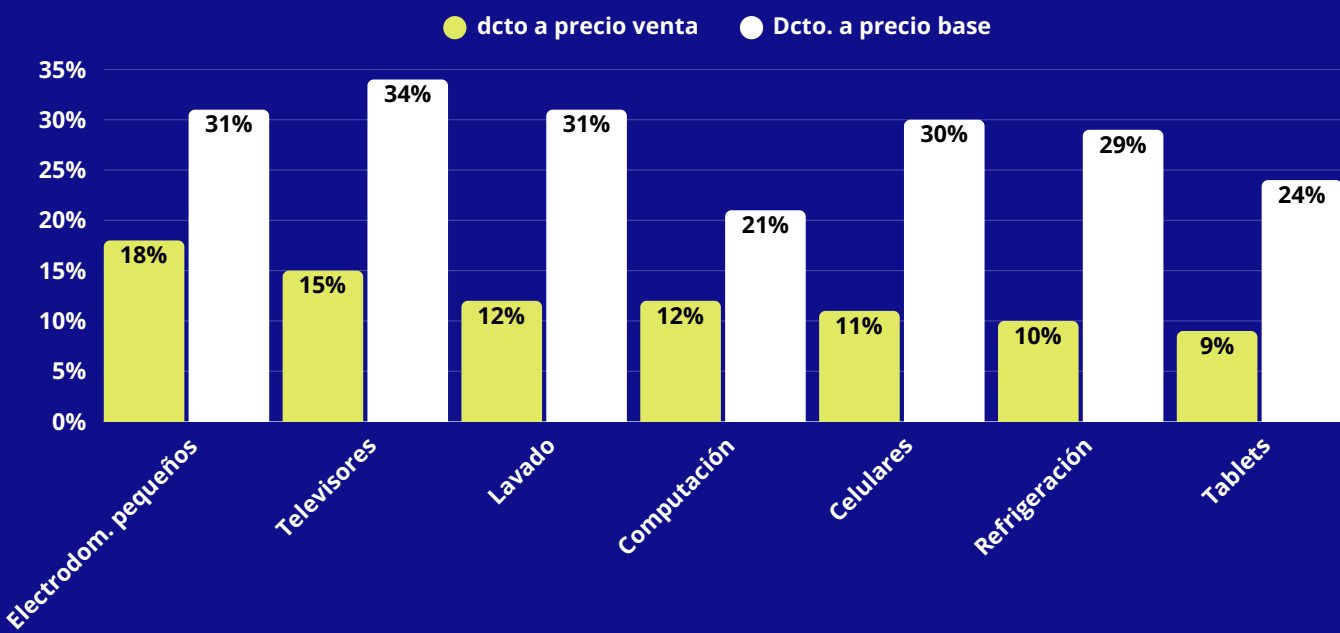


COMPARACIÓN: TIPOS DE DESCUENTO

Descuento promedio por Categoría



Descuento promedio Sub Categorías:
Electro, Tecnología y Línea Blanca

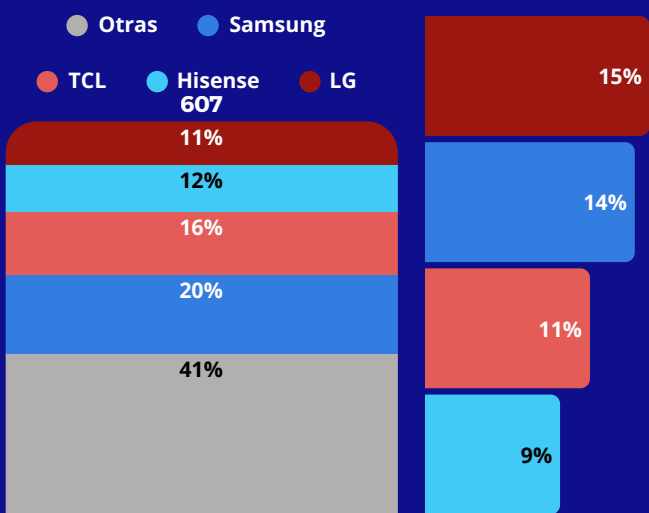


Marcas

TV por Marca

Surtido

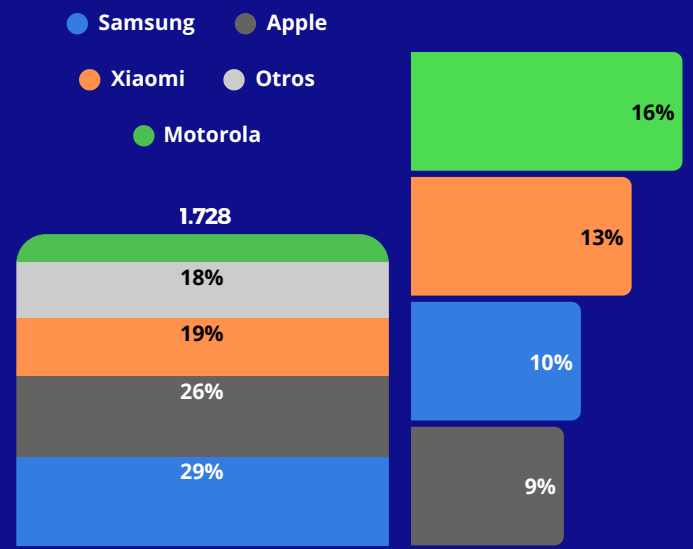
Dcto. promedio



Celulares por marca

Surtido

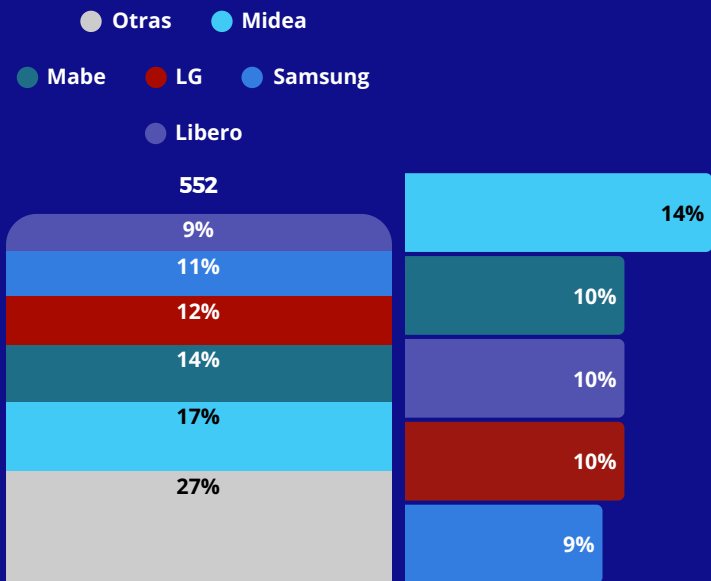
Dcto. promedio



Refrigeradores por marca

Surtido

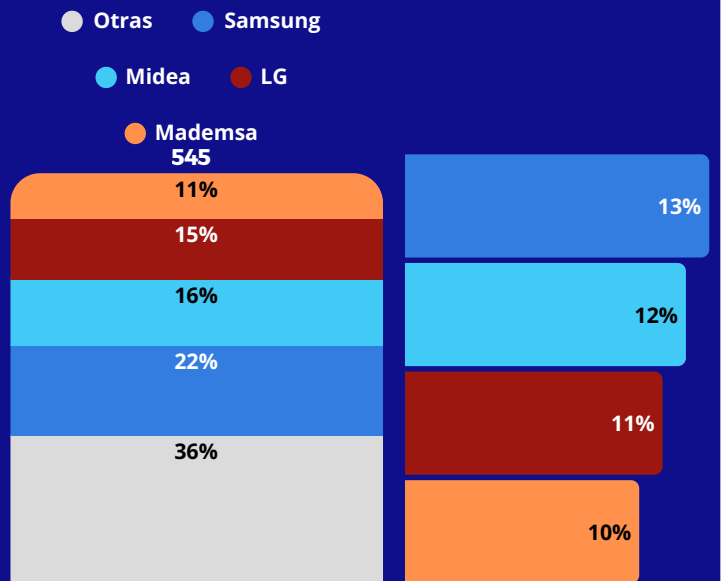
Dcto. promedio



Lavado y secado por marca

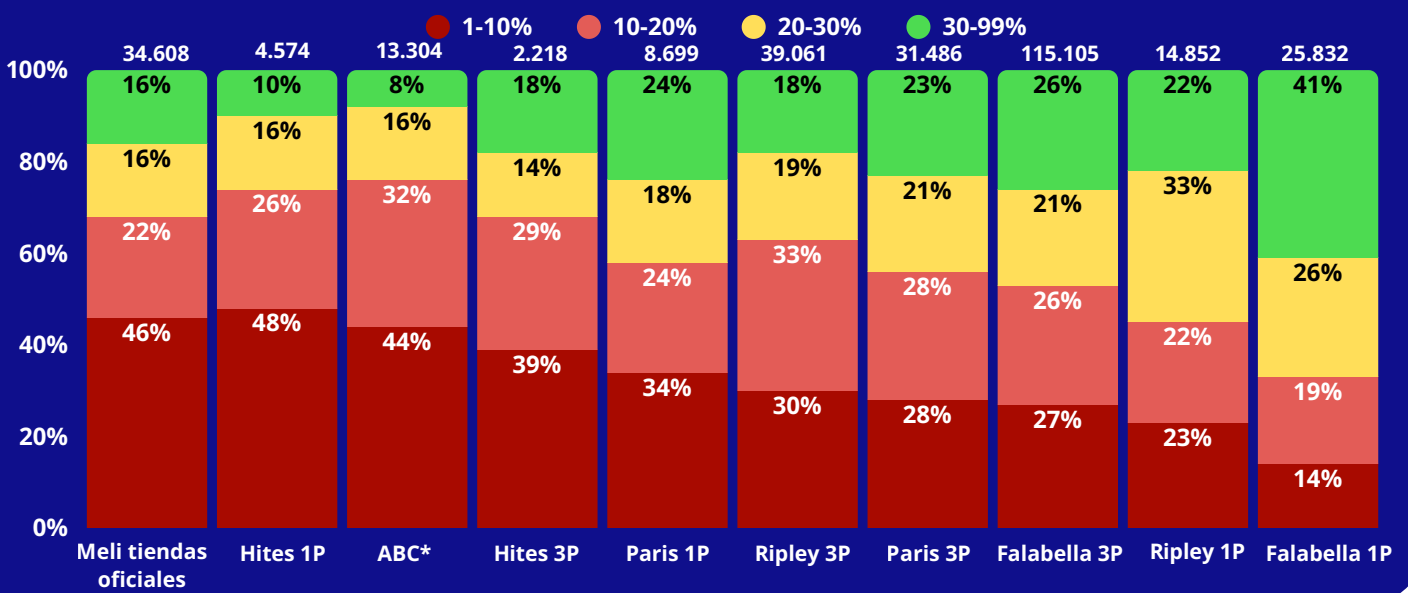
Surtido

Dcto. promedio

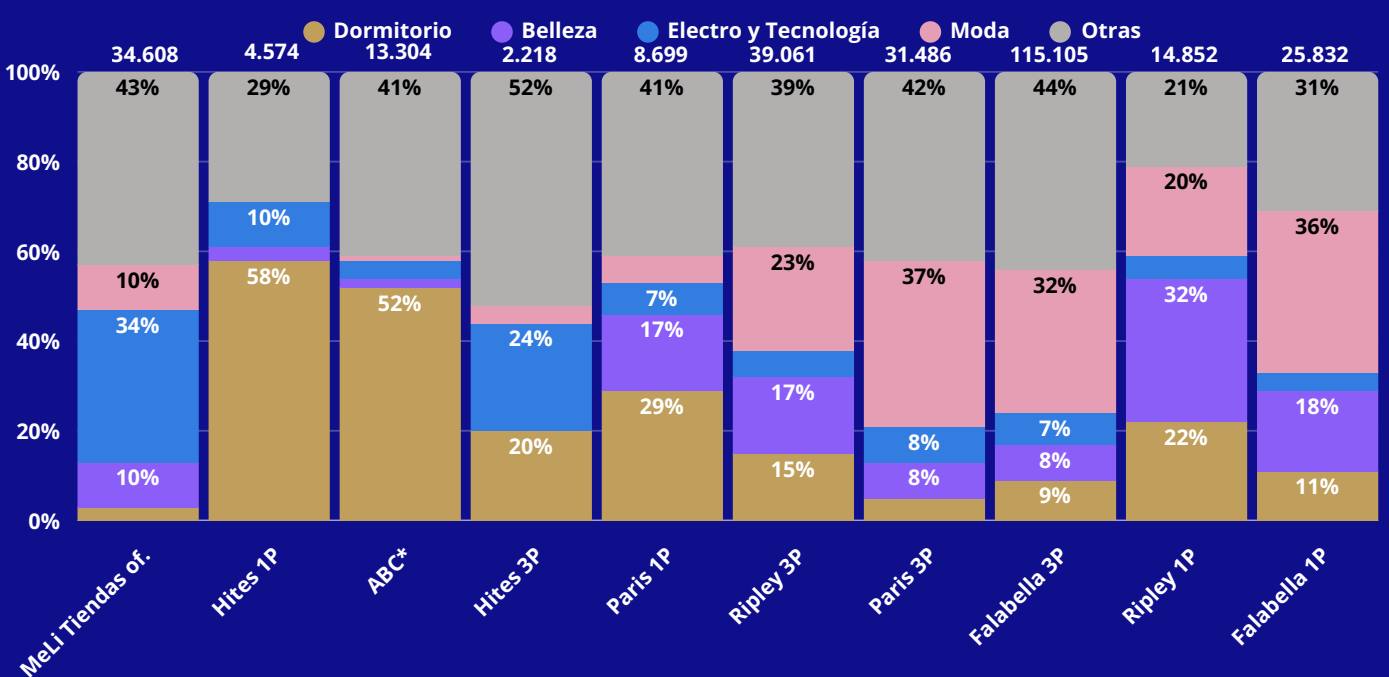


JUGADORES Cyber Octubre 2025

Retailers y MercadoLibre Surtido por rango de descuento

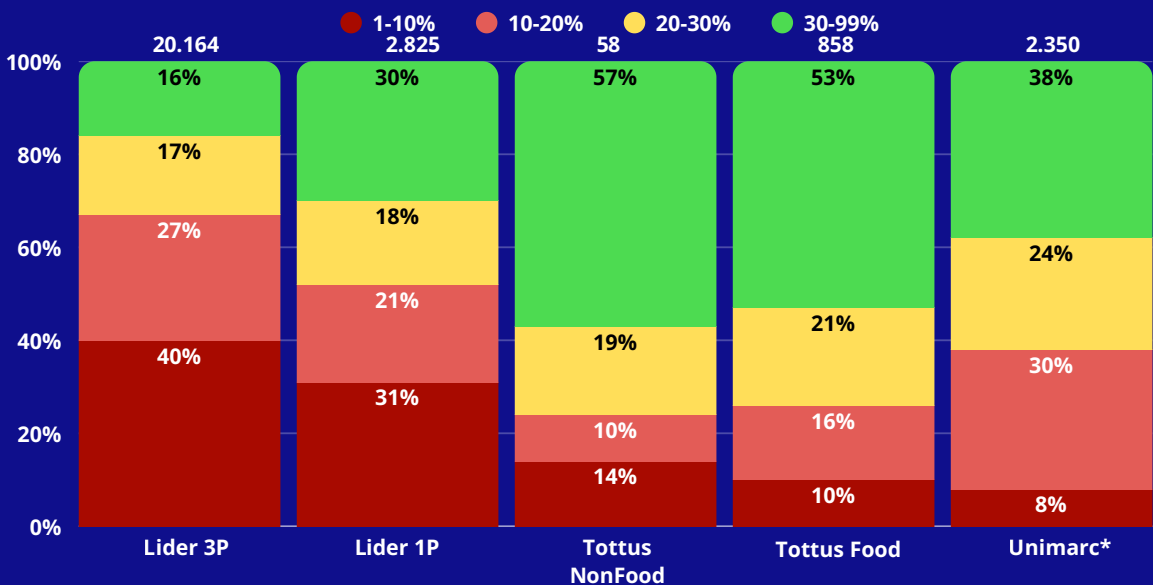


Retailers y MercadoLibre Surtido por categoría

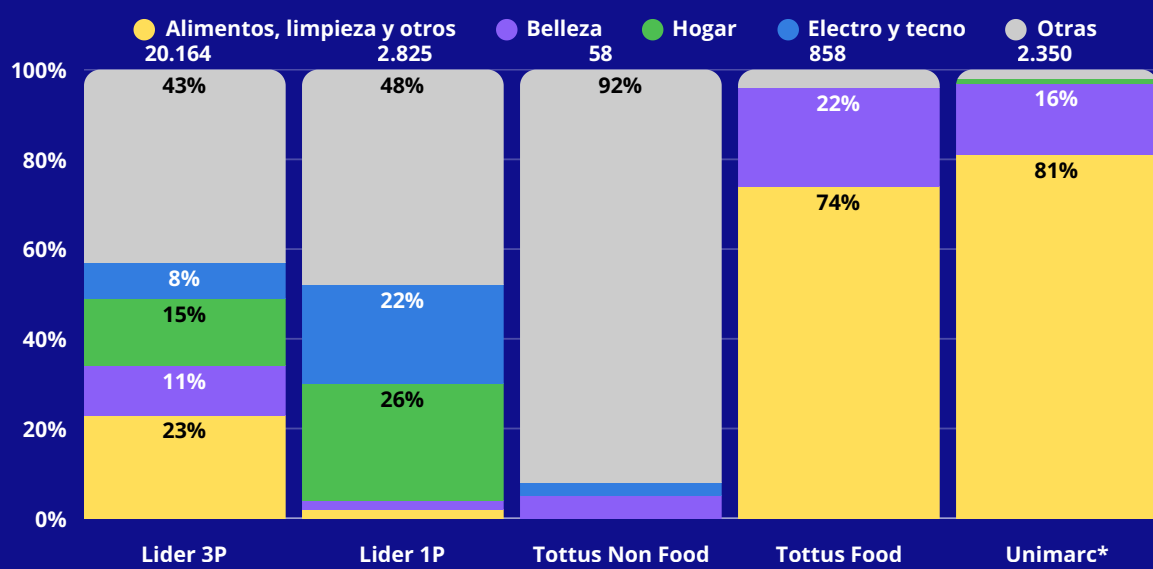


*La tienda ABC no participa directamente en Cyber Monday organizado por la CCS. Aún así, analizamos su comportamiento a la par del resto de participantes

Supermercados Surtido por rango de descuento

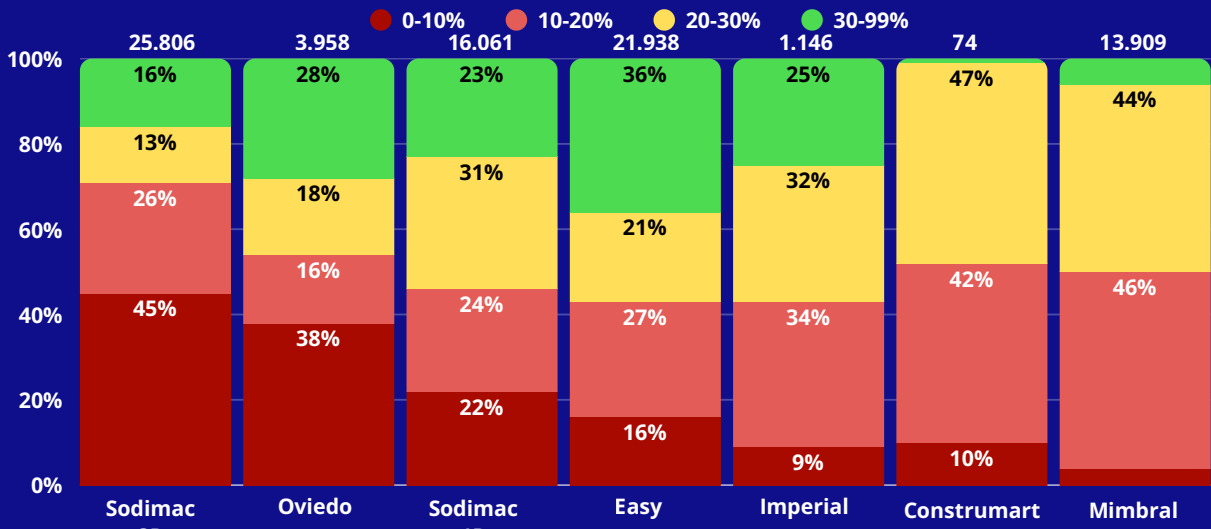


Supermercados Surtido por categoría

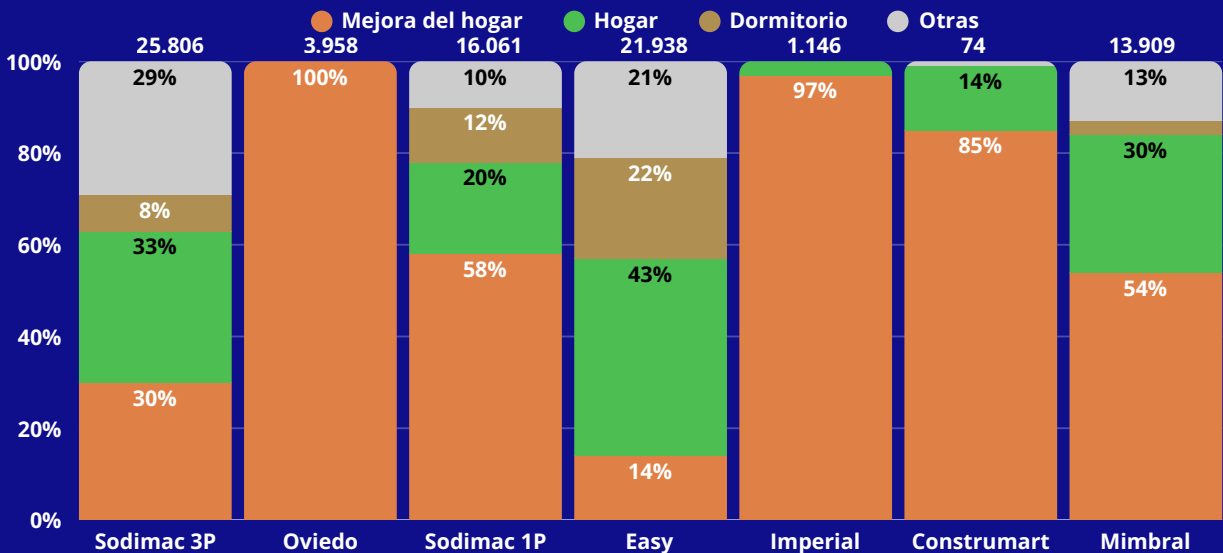


*La tienda UNIMARC no participa directamente en Cyber Monday organizado por la CCS. Aún así, analizamos su comportamiento a la par del resto de participantes

Especializados (Mejora del hogar) Surtido por rango de Dcto.



Especializados (Mejora del hogar) Surtido por categoría



PRINCIPALES CONCLUSIONES

General: Diferentes magnitudes, mismo descuento entre ambos eventos.

Si bien la diferencia de productos entre la edición 2024 y 2025 pueden parecer enorme (+100% en 2025), la cantidad de tiendas contempladas es similar. A su vez, el descuento promedio mantiene un nivel constante, lo que indica una tendencia generalizada a orientarse a descuentos mas moderados, independiente de la cantidad de productos. Este aumento de surtido en descuento suele deberse a mayor cantidad de productos en descuento en 3P de tiendas, como Falabella, Ripley y Lider.

Por otro lado, el precio promedio disminuye de \$120.000 durante el evento 2024 a \$105.000 durante el evento 2025, indicando orientación hacia categorías de menor ticket.

Categorías y descuentos: Mismo descuento de 2024, con diferentes razones

Justo como se mencionaba al final de la última sección, para la edición 2025 se ve una mayor proporción de productos de moda (19% del total) y Mejora del hogar (12%), superando el 16% y 10% respectivamente de la edición anterior. Se suma la baja de presencia de Electro y Tecnología desde un 13% a un 9%. Aún así, se debe recordar la diferente proporción de productos en ambos eventos.

Respecto a descuentos promedio, solo Belleza supera la edición 2024, mientras esta última destacó por Deportes y Aire libre, Supercor y Farmacia, Hogar y Línea Blanca. **Esto indica que el descuento el 20% se mantiene solo por una mayor proporción de moda, mas que porque destacaran las categorías individualmente con mayores promociones.**

Así mismo, en subcategorías de bienes durables, los electrodomésticos (en general) jugaron un rol fundamental en las estrategias de 2024, mientras en 2025 Televisores tuvo mayor relevancia.

Respecto al descuento a precio venta vs a precio base, destacar a las categorías de Dormitorio, Hogar e incluso moda, cuyo descuento hacia el evento parece no ser tan grande, pero es enorme respecto al precio base. Las categorías cuya diferencia entre ambos descuentos es menor, puede implicar un mayor énfasis en el cyber, ya que se la juegan con un descuento fuerte. En cuanto a las categorías de bienes durables, solo computación registra una diferencia de menos de 10 pp. entre ambos descuentos, sugiriendo que no habían muchas ofertas previas y se enfatizó en este evento.

Marcas: Variadas estrategias dependiendo de la categoría.

En Televisores, no necesariamente se correlaciona la cantidad de productos en descuento con el descuento promedio ofrecido. LG llega al cuarto lugar en surtido pero es el primero en descuento promedio, mientras samsung tiene un alto énfasis tanto en surtido como en descuento promedio. Hisense y TCL optan por descuentos mas recatados.

En Celulares ocurre una estrategia opuesta. Aquellos celulares de gamas mas premium (Samsung, Apple) registran un mayor surtido en descuento pero un menor descuento promedio. Xiaomi queda con un buen equilibrio entre ambos, mientras Motorola aparece en menos SKU's pero con fuertes descuentos.

En Refrigeradores destaca fuertemente Midea, con mayor surtido y descuento promedio que el resto de marcas.

En Lavadoras y secadoras, mientras mas surtido dispone la marca, también crece su precio promedio, quedando Samsung, Midea y LG como grandes marcas en este Cyber.

Jugadores: O se orientan a Bienes durables o a bienes blandos, repercutiendo drechamente en sus estrategias de descuento.

En Retailers + Mercadolibre los descuentos van derechamente relacionados con las categorías que domina cada tienda. Mercadolibre, Hites 1P, ABC, Hites 3P e Incluso Paris 1P se orientan fuertemente a Electro y Tecnología + Dormitorio. Ripley 3P, Paris 3P y Falabella 3P tienen un fuerte componente de Moda, mientras Ripley 1P y Falabella 1P suman a Belleza como gran categoría promocionada.

En supermercados ocurre algo similar. Tanto lider 1P como 3P disponen de un mayor equilibrio de categorías, por ello sus descuentos mas recatados. Tottus NonFood se concentra en "Otras" categorías, donde una gran parte corresponde a electrodomésticos pequeños, mientras Tottus Food y Unimarc se orientan a descuentos sobre alimentos y limpieza.

Respecto a tiendas especializadas, las estrategias son disimiles a pesar de condensar categorías en común. Se podría pensar que las ferreterías ofrecen mayores descuentos que los grandes retailers como Sodimac e Easy, pero Oviedo queda en un punto medio, con una gran parte del surtido en el rango 1-10% pero también una gran parte en el rango 30-99%. En esta categoría, depende del producto específico que se esté vendiendo y de las estrategias de cada tienda.



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