

REPORTE CYBER

(JUNIO 2025 – CENSURADO)

Top 5 - Descuentos reales



Categorías

1. Zapatos de mujer
2. Vinos
3. Ropa interior
4. Productos cabello
5. Carnes



Vendedores

1. Ebest
2. Sally Beauty
3. Puma
4. Thomas/Siegen
5. Bosca



Marcas

1. Hush Puppies
2. Vans
3. Gourmet
4. Under Armour
5. Colgate

Descuentos inflados

Tendencia de Mercado

La información presentada revela un análisis detallado de los **descuentos inflados** durante la campaña del Cyber, destacando que el 61% de estos casos ocurrieron en los marketplaces chilenos. En total, **más de 1.500 vendedores aumentaron los precios en más de 142.000 productos**, con un enfoque predominante en categorías como camisas y blusas (6.953 SKUs) y calzado (6.807 SKUs). Un dato interesante es que dentro de las categorías que más productos inflaron, en relación a su total, destaca la categoría de neumáticos, liderando con un 6,7%, muy seguida por sillones y sofás. Reflejando que estas prácticas tienden a afectar a todas las categorías.

En este reporte, entiéndase “vendedores” como los eCommerce o marketplace donde se disponibilizan diferentes marcas (propias y de terceros).

54%

De los dcts. inflados se concentraron en un único Marketplace

+1.500

Vendedores inflaron sus dcts. durante el evento

7,1%

De los productos de los Marketplaces fueron inflados

+142.000

Productos fueron inflados durante el evento

Categorías con más SKUs inflados

Cantidad SKUs

Camisas y blusas	6,953
Calzado	6,807
Accesorios	5,471
Sillones y sofás	5,336
Ropa de calle	4,201

Categorías más infladas (que tengan +100 SKUs)

Porcentaje de SKUs inflados de la categoría

Neumáticos	6.7%
Sillones y sofás	6.1%
Pantalones	4.6%
Perfumes	4.2%
Deco. jardín	3.6%

Estrategias más usadas para inflar descuentos

La estrategia más común fue elevar el precio final antes del evento (91% de los casos), logrando un aumento promedio de 23,6 puntos porcentuales (pp). Sin embargo, un 9% de los vendedores optó por incrementar los precios durante el evento, registrando un alza más moderada de 2,1 pp.

Entre los principales vendedores que inflan descuentos destacan marcas de renombre, cuyas estrategias combinadas reflejan patrones consistentes en la manipulación de precios.

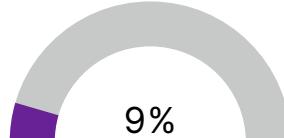
Aumentaron el precio final previo al evento



+24pp

promedio de descuentos Inflados

Aumentaron el precio normal durante el evento



+2pp

promedio de descuentos Inflados