Descifra
Datos · Contexto · Tendencias

Cyber 2026.

Comportamiento de compra: participación, cotización, gasto, financiamiento, entrega, evaluación de las ofertas y preocupación por estafas.

Descifra
Datos · Contexto · Tendencias

Ficha técnica.

GRUPO OBJETIVO

Hombres y mujeres mayores de 18 años, de los niveles socioeconómicos ABCD, residentes de todo el país y que cuentan con acceso a internet.

INSTRUMENTO · TÉCNICA

18 preguntas cerradas y 1 abierta. Encuestas online autoaplicadas, 4 minutos promedio.

FECHA DE EJECUCIÓN

7 al 8 de octubre.

DISEÑO MUESTRAL

Muestreo aleatorio y estratificado por cuotas. Datos ponderados por zona, género, edad y GSE.

MUESTRA TOTAL

870 casos. En un ejercicio de simulación estadística, el margen de error a nivel total es de + / - 3,3% considerando varianza máxima y un 95% de nivel de confianza.

Descifra
Datos · Contexto · Tendencias

Conocer el comportamiento de compra durante el Cyber.

Medición realizada al cierre del evento, con foco en quienes compraron y en la percepción general sobre las ofertas y el contexto económico.

QUÉ BUSCAMOS

- Participación y postergación de compras
- Cotización y herramientas de comparación
- Cantidad y gasto frente al Cyber anterior
- Financiamiento y modalidad de entrega
- Evaluación de las ofertas y contexto económico
- Preocupación por estafas

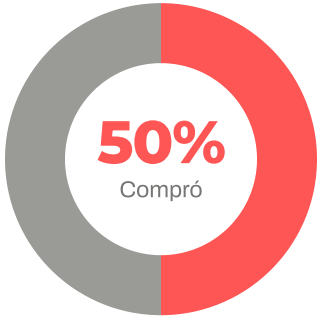
Descifra
Datos · Contexto · Tendencias

Resumen de resultados.

La mitad de los encuestados compró en el Cyber.

El 50% declara haber comprado algún producto o servicio durante el Cyber.

Pensando en el Cyber que termina hoy, ¿ha comprado algún producto o servicio?



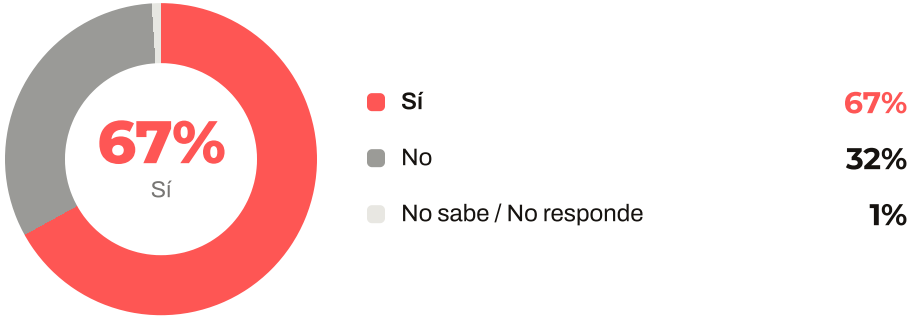
Sí	50%
No	50%

Base: total de encuestados (n=870).

Dos de cada tres compradores postergó compras para esperar las ofertas.

Entre quienes compraron, el 67% afirma haber postergado alguna compra para esperar que el precio bajara en el evento.

¿Postergó alguna compra para esperar que el producto bajara de precio en este Cyber?



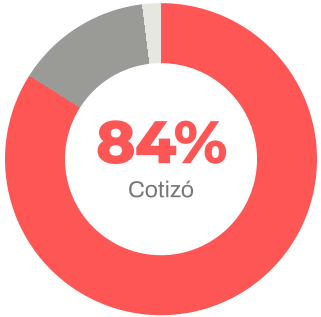
Base: compraron algún producto o servicio en el Cyber (n=479).

Descifra
Datos · Contexto · Tendencias

La cotización previa es la norma: el 84% investigó antes de comprar.

El 84% de los compradores cotizó antes de comprar; solo el 14% compró directamente.

Antes de comprar en este Cyber, ¿cotizó o compró directamente?



Cotizó antes de comprar	84%
Compró directamente	14%
No sabe / No responde	2%

Base: compraron algún producto o servicio en el Cyber (n=479).

Revisar varios sitios web a la vez es la forma más usada de comparar precios.

80% revisó varios sitios web a la vez, seguido de comparadores de precios (27%) e inteligencia artificial (12%).

¿Qué herramientas usó para cotizar y comparar precios?

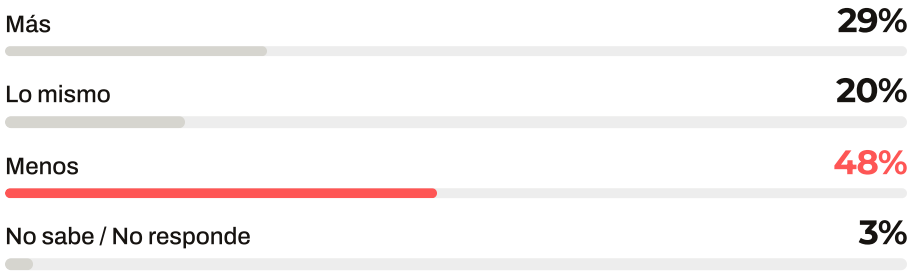


Base: cotizaron antes de comprar (n=383). Respuesta múltiple.

El volumen de compras cae: el 48% compró menos productos que en el Cyber anterior.

48% compró menos productos que en el Cyber anterior, frente al 29% que compró más y el 20% que compró lo mismo.

Comparado con el Cyber anterior, ¿en este Cyber compró más, la misma cantidad o menos productos o servicios?

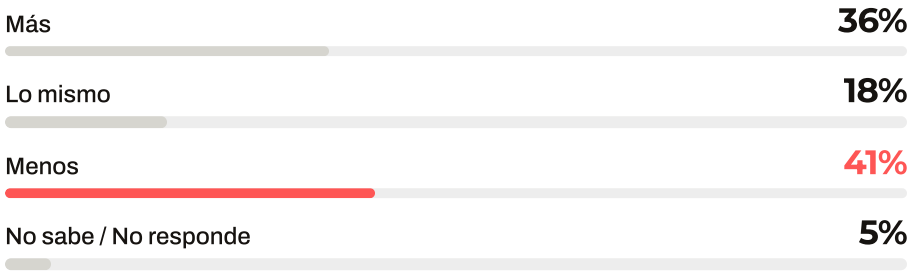


Base: compraron algún producto o servicio en el Cyber (n=479).

El 41% gastó menos en total que en el Cyber anterior.

41% gastó menos en total, 36% gastó más y 18% lo mismo.

Comparado con el Cyber anterior, ¿en este Cyber gastó más, la misma cantidad o menos en total?

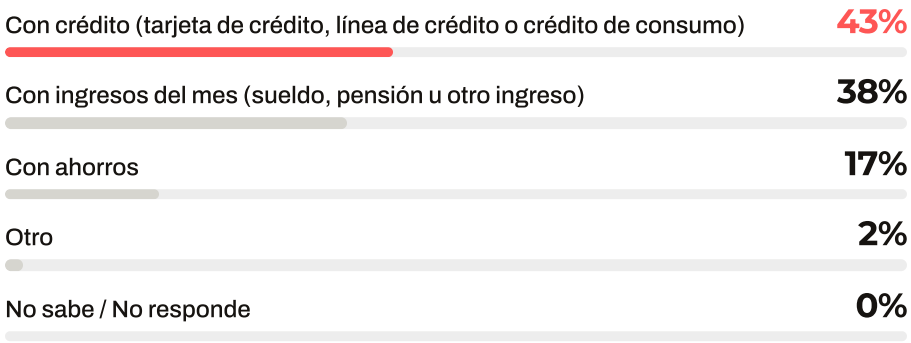


Base: compraron algún producto o servicio en el Cyber (n=479).

El crédito es el principal medio de financiamiento, seguido del ingreso del mes.

43% financió la mayor parte de sus compras con crédito, 38% con ingresos del mes y 17% con ahorros.

¿Cómo financió la mayor parte de sus compras en este Cyber?

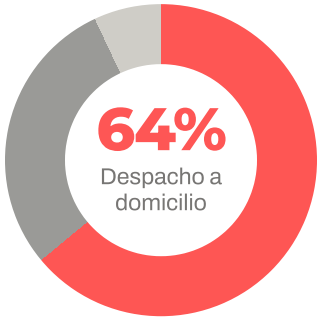


Base: compraron algún producto o servicio en el Cyber (n=479).

El despacho a domicilio es la modalidad de entrega preferida.

64% eligió despacho a domicilio, 29% retiro en tienda y 7% retiro en un punto de retiro.

En sus compras de este Cyber, ¿qué modalidad de entrega eligió: despacho a domicilio, retiro en tienda o retiro en un punto de retiro?



Despacho a domicilio	64%
Retiro en tienda	29%
Retiro en un punto de retiro	7%
No sabe / No responde	0%

Base: compraron algún producto o servicio en el Cyber (n=479).

El despacho gratis es la principal razón para elegir la entrega a domicilio.

52% eligió despacho a domicilio porque era gratis, 34% por falta de tiempo para retirar y 18% porque el producto no tenía opción de retiro.

¿Por qué eligió el despacho a domicilio?

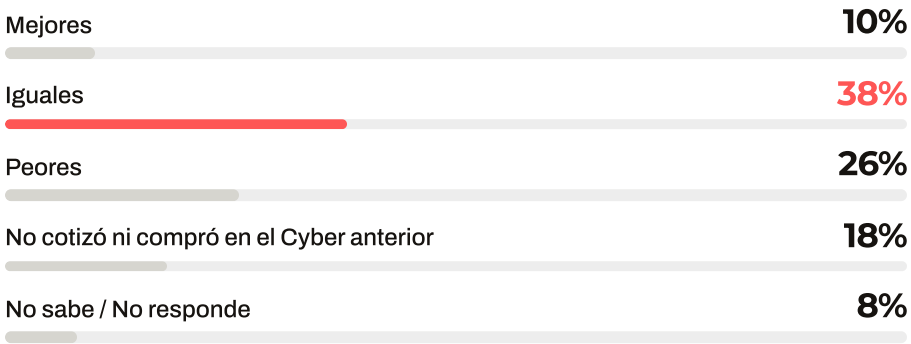


Base: eligieron despacho a domicilio (n=319). Respuesta múltiple.

Las ofertas del Cyber son evaluadas como iguales o peores que las del año anterior.

38% considera que las ofertas fueron iguales a las del Cyber anterior, 26% que fueron peores y solo 10% que fueron mejores.

Comparado con el Cyber anterior, ¿considera que las ofertas de este Cyber fueron mejores, iguales o peores?



Base: total de encuestados (n=870).

El contexto económico impulsa la búsqueda de ofertas.

62% declara buscar más productos en oferta debido al contexto económico actual, frente al 19% que lo hace igual que antes y el 17% que busca menos.

Debido al contexto económico actual, ¿hoy busca productos en oferta más, lo mismo o menos que antes?

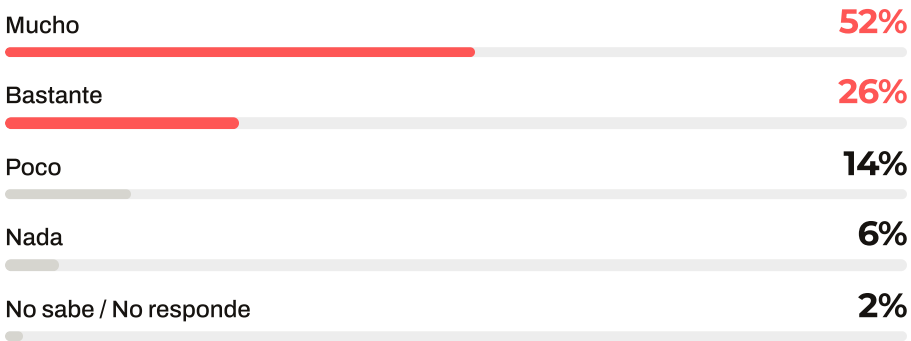


Base: total de encuestados (n=870).

El 78% está preocupado por ser víctima de una estafa al comprar en el Cyber.

52% declara que le preocupa mucho y 26% bastante. Solo a 14% le preocupa poco y a 6% nada.

¿Cuánto le preocupa ser víctima de una estafa cuando compra en el Cyber?



Base: total de encuestados (n=870).

Conclusiones del estudio.

01 **El 50% compró en el Cyber; el 67% de los compradores postergó compras para aprovechar las ofertas**

El 50% de los encuestados declara haber comprado algún producto o servicio durante el Cyber. Entre quienes compraron, el 67% afirma haber postergado alguna compra para esperar que el precio bajara en el evento.

02 **La cotización previa es la norma: el 84% investigó antes de comprar**

El 84% de los compradores cotizó antes de comprar; solo el 14% compró directamente. La herramienta más usada para comparar precios fue revisar varios sitios web a la vez (80%), seguida de comparadores de precios (27%) e inteligencia artificial (12%).

03 **El volumen de compras cae respecto del Cyber anterior: el 48% compró menos productos**

El 48% de los compradores adquirió menos productos que en el Cyber anterior, frente al 29% que compró más y el 20% que compró lo mismo. En términos de gasto, el 41% gastó menos en total, el 36% gastó más y el 18% lo mismo.

04 **El crédito es el principal medio de financiamiento, seguido del ingreso del mes**

El 43% financió la mayor parte de sus compras con crédito (tarjeta, línea de crédito o crédito de consumo), el 38% con ingresos del mes y el 17% con ahorros.

05 **El despacho a domicilio es la modalidad de entrega preferida, impulsada por el despacho gratis**

El 64% de los compradores eligió despacho a domicilio, el 29% retiro en tienda y el 7% retiro en punto de retiro. Entre quienes optaron por despacho a domicilio, el 52% lo eligió porque era gratis, el 34% por falta de tiempo para retirar y el 18% porque el producto no tenía opción de retiro.

06 **Las ofertas del Cyber son evaluadas como iguales o peores que las del año anterior**

El 38% considera que las ofertas del Cyber fueron iguales a las del anterior, el 26% que fueron peores y solo el 10% que fueron mejores. El 18% no participó en el Cyber anterior y el 8% no sabe o no responde.

07 **El contexto económico impulsa la búsqueda de ofertas: el 62% busca más productos en oferta que antes**

El 62% declara buscar más productos en oferta debido al contexto económico actual, frente al 19% que lo hace igual que antes y el 17% que busca menos.

08 **El 78% está preocupado por ser víctima de una estafa al comprar en el Cyber**

El 52% declara que le preocupa mucho ser víctima de una estafa al comprar en el Cyber y el 26% bastante, acumulando un 78% con preocupación alta. Solo el 14% le preocupa poco y el 6% nada.

Descifra
Datos · Contexto · Tendencias

Gracias.