

**Especial
 CyberDay**

“Un 40% menos de algo que no pensaba comprar no es ahorro, es gasto”, advierte académico

Aguante la ansiedad: navegue en el Cyber reconociendo descuentos reales

Expertos financieros aconsejan revisar el historial de precios y mantener distancia de promociones diseñadas para acelerar la compra.

BANYELIZ MUÑOZ

Con la llegada del CyberDay 2026, miles y miles de ofertas inundan las pantallas y prometen descuentos difíciles de ignorar. Sin embargo, en un escenario de consumo cada vez más digitalizado, donde las decisiones se toman en cuestión de segundos, resulta clave detenerse y verificar si una rebaja realmente conviene o si detrás existen precios inflados o simples estrategias de marketing.

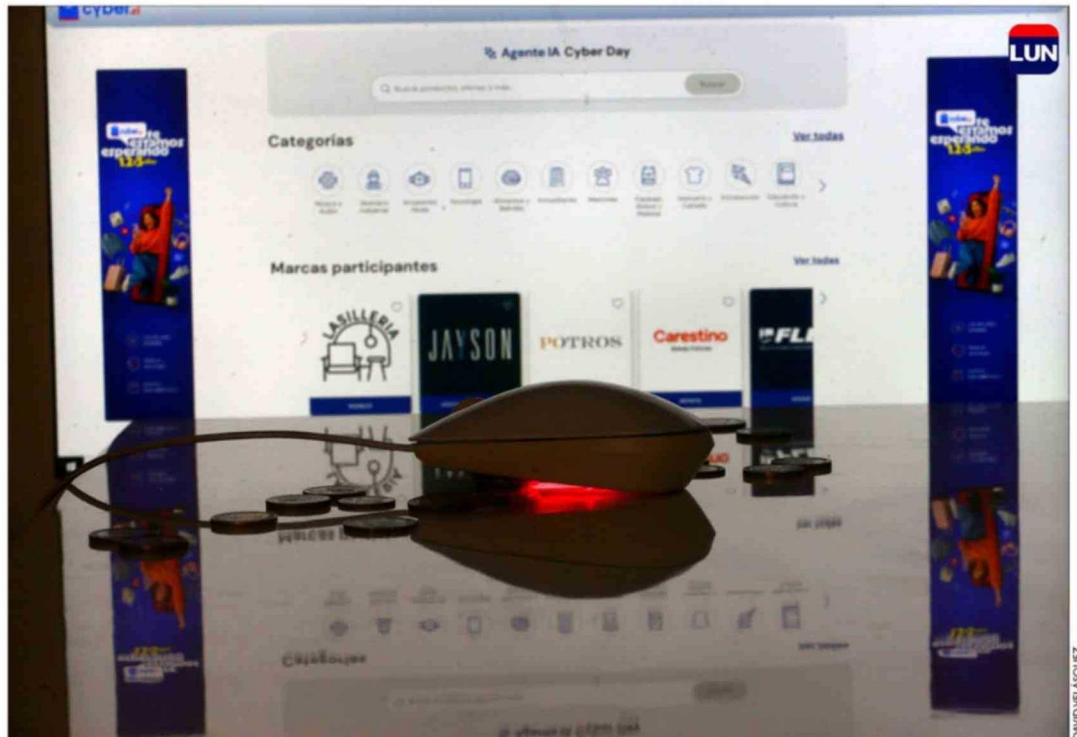
Para Munira Halal, directora de la carrera de Ingeniería Comercial de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez, este tipo de eventos puede transformarse en una oportunidad de ahorro, siempre que exista planificación previa y una revisión ordenada de las compras. “La clave es prepararse y planificar con calma lo que se quiere comprar para esa fecha. Hoy existe tiempo suficiente para analizar opciones”, indica. Lo ideal, recomienda, es llevar un registro del precio regular de artículos que le interesen y de las ofertas previas al Cyber.

Coincide Víctor Silva Norambuena, académico de la Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Santiago, conocido en redes sociales como @profedefinanzas: “Haga una lista de lo que realmente quiere comprar y guarde el precio actual. Una captura de pantalla con fecha basta y sobra. Si el precio rebajado es igual o más alto que el registrado antes, entonces no existe ninguna oferta”, advierte.

Descuentos irreales

Estos consejos pueden ser muy válidos para el próximo Cyber: ¿Pero qué pasa si ya no nos preparamos antes para este? Halal alerta que frente a una rebaja demasiado llamativa lo razonable es sospechar y contrastar la información en plataformas que permiten revisar historiales de precios; entre ellas, menciona Knasta, SoloTodo y Descuentos Rata.

Silva recalca que el verdadero parámetro de comparación debe ser el precio histórico y no el porcentaje de descuento destacado por la tienda: “Es un clásico conocido en el e-com-



Ojo con falsas ofertas que ofrecen atractivos descuentos que no son tales.

merce. En los días previos a estos eventos, algunos productos suben de valor; luego, cuando llega el CyberDay y bajan, el descuento parece enorme, pero en realidad se termina pagando prácticamente lo mismo que dos semanas antes, e incluso más”.

En esa tarea, comparar entre distintas tiendas también puede resultar decisivo. Por eso recomienda revisar en los comparadores el historial general de precios de un artículo: si el valor se mantuvo estable durante meses y cae recién durante el evento, existe una mayor probabilidad de que se trate de una oferta real.

Luis Rumillanca, cofundador del comparador de precios Knasta, recalca que el dato más relevante es el mínimo histórico: “Si el artículo está en su precio más bajo registrado, es más probable que sea una buena oferta. También es clave comparar entre tiendas. Knasta permite revisar el mismo producto en distintos retailers para encontrar la mejor alternativa”, promociona.

Aguante un poco

Más allá de los precios, los expertos coinciden en que el principal desafío durante el Cyber pasa por resistir los estímulos diseñados para acelerar las compras. Para Halal, uno de los mayores riesgos de estas jornadas de descuentos es la impulsividad, que activa mecanismos psicológicos asocia-

Datos claves del megaevento

El Cyberday 2026 se realizará entre las 00:00 horas de este lunes 1 y las 24:00 horas del miércoles 3 de junio. El megaevento anual del e-commerce es organizado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y reunirá a 572 empresas en docenas de categorías con sello oficial de confianza en Cyber.cl. La organización proyecta ventas por US\$ 540 millones, lo que estima un alza de 5% respecto de la edición anterior. En cuanto a precios, el descuento promedio general debiera alcanzar un 22%.

dos al sentido de urgencia y al temor de perderse una oportunidad.

“Como sabemos que hay pocos días para acceder a descuentos y que muchas veces las unidades son limitadas, dejamos de pensar racionalmente y actuamos de manera impulsiva. Ahí es donde se toman malas decisiones y luego aparece el arrepentimiento. Por eso, la planificación es la mejor herramienta”, afirma. En esa línea recomienda prepararse mentalmente para enfrentar mensajes que apelan directamente a la ansiedad: “Frases como ‘quedan pocas unidades’ o ‘solo hasta mañana’. Lo importante es mantener el foco en lo que ya se había planificado comprar y analizar con calma si el descuento realmente conviene y si se trata de una compra responsable”, sostiene.

Silva plantea que muchas veces el

Cyber vende más ansiedad que productos. “No compre porque algo está barato; compre porque realmente lo necesitaba. Esa es la principal trampa de estos eventos: se instala una sensación de urgencia permanente. Si el producto no estaba en su cabeza la semana pasada, probablemente tampoco lo necesita ahora. Un 40% de descuento sobre algo que no pensaba comprar no es ahorro, es gasto”, define.

“Los contadores regresivos, los mensajes de ‘quedan tres unidades’ o las ofertas por tiempo limitado están diseñados para que la decisión sea rápida y poco racional. Cuando aparezca esa presión, justamente esa es la señal para detenerse y no para apresurarse. Una compra que no resiste diez minutos de pausa probablemente no valía la pena”, cierra.

