

# Cyber Days 2023: Compradores online se han triplicado en los últimos 5 años en el Perú

El número de compradores online en nuestro país se ha triplicado en los últimos cinco años, pasando de 6 millones durante el 2019 a 20 millones en el 2023, reveló **Jaime Montenegro**, líder del Centro de Transformación Digital de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), durante la presentación del estudio sobre el comportamiento de las compras online en el Perú, como antesala de los **'Cyber Days 2023'**.

**Lee también: ¿Qué productos compran más los peruanos y cuánto gastan en una compra por Internet?**

No obstante, el representante de la CCL señaló que, debido a la actual coyuntura política y económica del Perú, el crecimiento de las compras online ha experimentado una desaceleración, por lo cual se espera que con el impulso de los **cybers** y la campaña de fin de año, al cierre de 2023, se facture un poco más de **US\$ 20 mil millones**.

*“Las expectativas para un repunte en las ventas e-commerce para el 2023 están centradas en este último trimestre. Con el impacto que generan eventos como las campañas **'Cyber Days'** y la campaña navideña se espera un alto volumen de ventas en línea. Los consumidores en todo el país estarán a la expectativa para realizar sus compras, aprovechando los descuentos y beneficios que brindarán los comercios”, resaltó Montenegro.*

Asimismo, el especialista dijo que para esta tercera edición de los **'Cybers Days 2023'**, que se realizará del 13 al 17 de noviembre, cerca de **100 comercios oficiales** presentarán sus

mejores y más atractivas ofertas a través del portal web [www.cyberdays.pe](http://www.cyberdays.pe). “En estos cinco días se estima que las transacciones por internet superarán los **S/ 200 millones**”, precisó.

Añadió que serán miles de ofertas reales las que se podrán encontrar, clasificadas en 12 categorías de productos y servicios. Además, entre las novedades más importantes de esta edición es que nuevamente se desarrollarán los ‘Cyber Live Shopping’, donde destacados presentadores e influencers mostrarán **en tiempo real** productos de marcas oficiales.

## Estado del e-Commerce

Como en cada campaña, en la sede de la **CCL** se realiza la auditoría de comercios, con la finalidad de garantizar que las ofertas presentadas para todos los peruanos en la campaña serán ofertas reales.

En ese sentido, Jaime Montenegro dio a conocer el estado actual del comercio electrónico en nuestro país, revelando que cerca de **20 millones de peruanos** son los que han realizado algún tipo de transacción en línea en lo que va del 2023, lo cual representa un incremento del **30 %** con respecto al año anterior.

## Hábitos de compra

Según la última evaluación sobre el comportamiento de las compras online en el Perú, realizado por el Centro de Transformación Digital de la CCL, las **categorías favoritas** para los compradores online peruanos son **Tecnología**, que sigue posicionándose como la más buscada (54.10 %), seguida por Hogar (50.70 %), Moda y accesorios (50.10 %), Viajes (39.00 %), belleza y salud (35.90 %), entretenimiento (25.20 %), deportes y fitness (18.70 %), entre muchas otras.

*“En la actualidad, en el Perú es posible adquirir absolutamente todo a través de internet, englobando todo tipo de productos o servicios, sin excepción. Los diversos estudios llevados a cabo reflejan que se ha registrado un incremento progresivo, no solo en la frecuencia de compra en línea, sino también en la diversificación de productos y servicios que los peruanos adquieren en línea.”, comentó Montenegro.*

En cuanto al **ticket mensual** de compra online, el 21.30 % gasta menos de S/ 250; el 21.10 % gasta de S/ 250 a S/ 500; el 19.50% invierte de S/ 500 a S/ 750; el 19.30% gasta de S/ 750 a S/ 1 000; y el 18.80% invierte más de S/1 000 por mes. Mientras que la frecuencia de compra se observó que los consumidores online compran en periodos semanal (15.70 %), quincenal (18.40 %), mensual (40.00 %), bimensual (12.20 %), entre otros.

*“Es notable que la frecuencia de compra sigue en ascenso, ya que cerca del 75 % de los compradores en línea en el Perú efectúan compras al menos una vez por mes. Sin embargo, también se resalta una preferencia por la adquisición de productos de menor valor, dado que aproximadamente el 62 % realiza compras en línea por montos mensuales inferiores a los S/ 750, mientras que solo un 18.80 % invierte más de mil soles mensuales”, afirmó el representante de la CCL.*

En relación al método de **pago preferido**, el 37.50 % paga con tarjeta de crédito, 25.00 % con tarjeta débito, el 15.50 % mediante billeteras digitales (Yape, Plin, Tunki, Lukita, etc.), el 9.50 % utiliza la app de su banco, el 6.10 % hace contra entrega, entre otros métodos de pago.

*“Se observa que el público bancarizado tiende a ser el más inclinado a realizar compras por internet, con un 67.50 % que opta por el pago con tarjeta de crédito o débito. A esto se suma que, tras la pandemia en Perú, el nivel de bancarización*

*alcanzó más del 50%, junto con un notable incremento en el uso de billeteras digitales. Estos factores nos permiten inferir que las compras en línea seguirán en aumento, proyectándose, de hecho, un crecimiento interanual entre 10 % y 15 % para los años venideros”, sostuvo Montenegro.*

## **Perfil del consumidor**

El estudio también señala que los compradores online, el 18.30 % tiene de 18 a 24 años, el 36.50 % tiene de 25 a 34 años, el 26.60 % tiene de 35 a 44 años, el 10.10 % tiene de 45 a 54 años, el 6.70% tiene de 55 a 64 años, y el 1.80% tiene más de 64 años.

*“Notamos que, en el Perú, los compradores en línea son predominantemente jóvenes y adultos jóvenes, destacándose notablemente los millennials. Esto se comprende dado que, en su mayoría, han alcanzado un nivel de madurez personal e independencia económica, además de tener una fuerte afinidad con la tecnología. También observamos una participación creciente de la denominada Generación Z, quienes, siendo ‘nativos digitales’ muestran una marcada preferencia por las compras en línea; y en la medida que adquieran mayor independencia económica, representarán una porción más significativa”, precisó Montenegro.*

En cuanto a lo que les motiva a comprar a los peruanos en esta modalidad: el 63.50 % indicó que “por los precios y promociones exclusivos que existen en internet”, el 54.00 % “porque encuentro de todo, incluso productos que no están disponibles en tiendas físicas”, el 48.50 % dijo que “porque puedo comparar precios antes de comprar”, el 45.30 % “por la comodidad de comprar desde casa”, y el 40.60 % “porque ahorro tiempo”, se destacan entre las principales razones.

**LEER MÁS:**

*¡Ofertas 100% reales!: ¿Cómo comprar en vivo en el 'Cyber Live Shopping' desde cualquier parte del Perú?*