

# Cyber Days 2025: peruanos gastarán entre S/ 250 y S/ 350 en tecnología y moda

El **Gremio Retail y Distribución de la Cámara de Comercio de Lima (CCL)** estima que durante la campaña del Cyber Days la facturación de la industria retail crecería hasta en un 12 %, respecto a la campaña del año pasado.

Cabe mencionar que las ventas del sector retail representan entre el 45 % y 50 % de la facturación total de los **Cyber Days**.

Este evento, organizado por la **CCL**, culmina este 27 de marzo siendo su principal objetivo impulsar las ventas de los e-commerce participantes a través de atractivas ofertas, descuentos y beneficios exclusivos.

Según **Leslie Passalacqua**, presidenta del **Gremio Retail y Distribución de la CCL**, los negocios retails que registrarían mayores ventas durante esta campaña serían tecnología (tiendas especializadas en electrónica, cómputo y telefonía), y cadenas de tiendas por departamento.

*“Los negocios de moda también registrarían picos altos de ventas sobre todo en ropa, calzado y accesorios, aprovechando el cambio de estación”*, manifestó.

De igual manera, el rubro de mejoramiento del hogar mantendría resultados favorables similares a campañas anteriores. En el caso del sector belleza, se proyecta que podría registrar nuevamente un crecimiento importante debido a los nuevos hábitos del consumidor y desarrollo de nuevos productos.

## GASTO POR PERSONA

Por otro lado, Leslie Passalacqua sostuvo que el ticket de compra promedio por persona se mantendrá en niveles similares o ligeramente superior a la del año pasado, dada la inflación moderada y la creciente confianza en compras online.

*“Esto implicaría que cada comprador peruano gaste en promedio entre S/ 250 y S/ 350 en sus compras en el **Cyber Days 2025**”, comentó.*

## ESTRATEGIAS DE LAS MARCAS

Respecto de cómo se han ido preparando los retail para este **Cyber Days**, refirió que han intensificado su estrategia hacia el marketing digital, optimizando sitios web y aplicaciones móviles para una experiencia fluida del usuario.

*“También han trabajado en la personalización de ofertas, utilizando datos de clientes para segmentar y dirigir promociones específicas”, refirió.*

En el caso de centros comerciales, estos vienen creando campañas de tipo omnicanal, integrando sus tiendas físicas con plataformas en línea para ofrecer opciones como **«click and collect»**.

Asimismo, informó que los retails han incrementado el uso de la inteligencia artificial (IA) para personalizar ofertas y optimizar la experiencia de compra, así también han reforzado los equipos de atención al cliente para manejar el aumento en consultas y pedidos.

Para una compra satisfactoria, Leslie Passalacqua recomendó ingresar a sitios web seguros y confiables, y proteger la información personal y financiera, y que es conveniente

revisar las políticas de devolución con el fin de evitar inconvenientes.

LEE MÁS:

Cyber Days 2025: ventas crecerían hasta 13 % y sumarían S/ 200 millones