

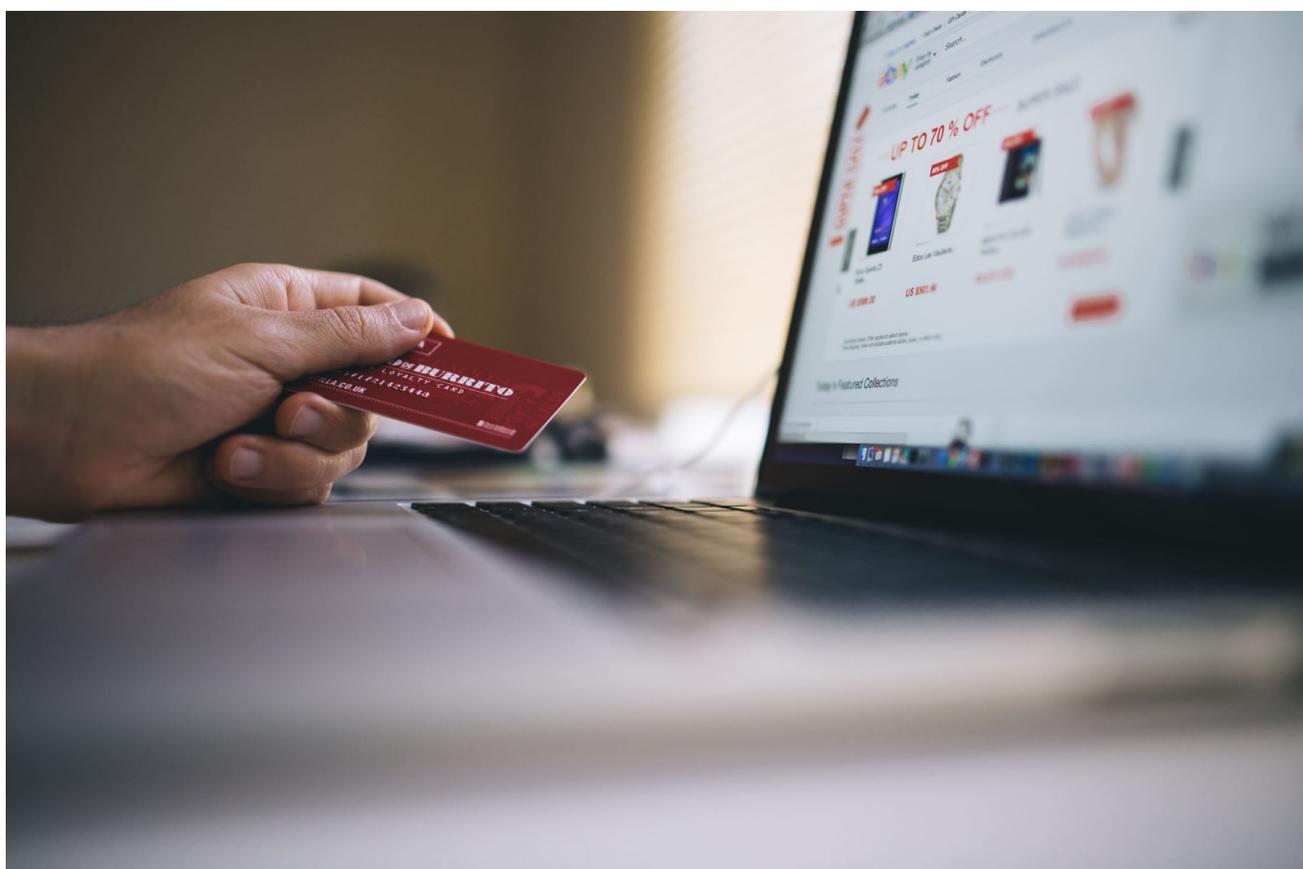
Ecommerce en Perú: crecimiento acelerado y nuevas tendencias

¿Alguna vez pensaste que comprar por internet en Perú era cosa de unos pocos, la realidad actual te demuestra lo contrario. El **ecommerce** en el país no solo crece a paso firme, sino que se acelera, transformando hábitos, negocios y hasta la forma en que entendemos el comercio. Con más de 15 millones de peruanos comprando online y una oferta que supera los 300 mil comercios digitales, el panorama es claro: el futuro es digital y está aquí.

El mercado peruano de comercio electrónico alcanzó un tamaño de US\$ 13 000 millones en 2023, consolidándose como uno de los más dinámicos de Latinoamérica. La penetración de internet en el país es del 90,4 %, situando a Perú entre los líderes regionales en adopción digital. Además, el **ecommerce** representa el 5,4 % del Producto Bruto Interno (PBI), una cifra que evidencia su creciente aporte a la economía nacional.

Entre 2019 y 2023, el número de compradores online se triplicó, pasando de 6 millones a 17 millones, y actualmente 15.6 millones de peruanos realizan compras digitales regularmente. Este crecimiento se refleja también en la expansión de comercios digitales, que ya suman más de 332 000 en todo el país. El uso de pagos digitales no se queda atrás: en 2023, el promedio fue de 266 pagos digitales por persona, consolidando la confianza y comodidad en las transacciones electrónicas.

Las campañas comerciales digitales, como los Cyber Days, siguen siendo un motor fundamental para el sector, generando más de S/. 120 millones en ventas en las últimas seis ediciones y picos de ventas que superan el 1 800 % en comparación a un día promedio. Aunque Lima concentra el 80 % del volumen de ventas, la provincia crece a un ritmo del 50 %, aunque con menor frecuencia y volumen de compra.



Campañas como los Cyber Days, siguen siendo un motor fundamental para el ecommerce.

LEA TAMBIÉN: Industria retail crecería 6,5 % en primer trimestre

El **ecommerce** peruano es una mezcla de velocidad y paciencia: mientras el mercado crece vertiginosamente, la descentralización aún es un reto. Lima domina con fuerza, pero provincias como Arequipa, Cusco y Trujillo comienzan a abrirse camino, aunque la logística y la confianza siguen siendo obstáculos a superar. La ironía es que, aunque la tecnología promete acercar distancias, la realidad del país con sus carreteras y coyunturas políticas aún ralentiza la expansión digital.

Otro dato curioso es que, aunque el ticket promedio ha mostrado fluctuaciones, el volumen total de compra crece y los consumidores valoran cada vez más la comodidad, la exclusividad y la rapidez en la entrega. El 75 % de los compradores online realiza compras al menos una vez al mes, y la preferencia por recibir productos en casa sigue siendo la opción favorita, dejando en segundo plano el retiro en tienda.

En definitiva, el **ecommerce** en Perú no es solo una tendencia pasajera ni un lujo de la capital. Es un motor económico que crece, se diversifica y enfrenta retos propios de un país en transformación. Desde Flow Pagos entendemos que la clave está en seguir impulsando la inclusión digital, mejorar la logística y crear experiencias de compra que enamoren a un consumidor cada vez más exigente y conectado. Porque en este juego, quien no se adapta, simplemente se queda fuera.

LEA MÁS:

CCL: Ventas del sector retail crecerán 4 % en 2025 por recuperación del consumo privado y la inauguración de malls

Sector Retail: crecimiento y perspectivas para el 2025

Cuidado con el "deepfake": 5 claves para no caer en esta estafa digital