

Comercio electrónico: “Hay un crecimiento que no veíamos desde 2020

25/08/2025



Según datos oficiales, el comercio electrónico en el país atraviesa un récord de crecimiento, por lo que desde FM Vos (94.5) y Diario San Rafael dialogamos con Gustavo Sambucetti, director de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, quien se refirió a los resultados que se están viendo en el día a día.

Desde la Cámara Argentina de Comercio Electrónico evalúan semestralmente ese tipo de ventas, y según la última mención, correspondiente a lo que fue el primer semestre del 2025, respecto del primer semestre de 2024 –dijo– “hubo un crecimiento en facturación de 79%, y en órdenes de compra o pedidos, del 46%”. “Es un crecimiento muy importante, ya que hay un crecimiento que no veíamos desde 2020, aunque está bien

que para ser justos, el primer semestre de 2024 había tenido un crecimiento muy leve, del 1%, con lo cual empezó a crecer el segundo semestre de 2024 y ahora se ratifica en el primer semestre de 2025", informó Sambucetti. Ha habido en simultáneo lógicamente, una facturación total de 155 billones de pesos (lo que significa 155 millones de millones). "Eso es únicamente de empresas locales, dentro de territorio argentino; a esto habría que sumarle las compras internacionales que si bien son noticia últimamente y vienen creciendo muy fuerte, duplicando su volumen en el último semestre, sólo representan el 1% de este volumen total", aclaró y destacó no obstante que "es de esperar que siga creciendo".

Sobre los sectores que más crecen, el entrevistado resaltó que en este semestre los segmentos que más crecieron fueron alimentos y bebidas, herramientas de construcción, hogar, muebles, jardín, electrodomésticos, indumentaria no deportiva, y accesorios para autos y motos.

En cuanto a las medidas tomadas por el Gobierno nacional respecto, por ejemplo, de la posibilidad de comprar productos de Tierra del Fuego sin impuestos, Sambucetti opinó que "si lo miramos desde el punto de vista del consumidor, cuantas más opciones tenga mejor, pero lo que se trata de fijar como punto de vista para trabajar con los gobiernos, es que hay que ayudar a las empresas locales a ser competitivas".

"Disminuir la presión tributaria, puntualmente en comercio electrónico, los ingresos brutos tienen mucho impacto porque las empresas están radicadas en una jurisdicción y venden a todo el país, entonces hay duplicación de retenciones de ingresos brutos, saldo a su favor y todo un tema que va quedando en el medio y lo hace menos competitivo. Y después, todo lo que esté dentro del marco legal y tenga en cuenta la competitividad interna, me parece que ayuda a hacer crecer el mercado y que el usuario tenga más productos a mejor precio", planteó.

Aseguró que ya hay una "base sólida" en cuanto a la cantidad de compradores, quienes eligen incluso aumentar la frecuencia

con la que compran así, en más categorías incluso.