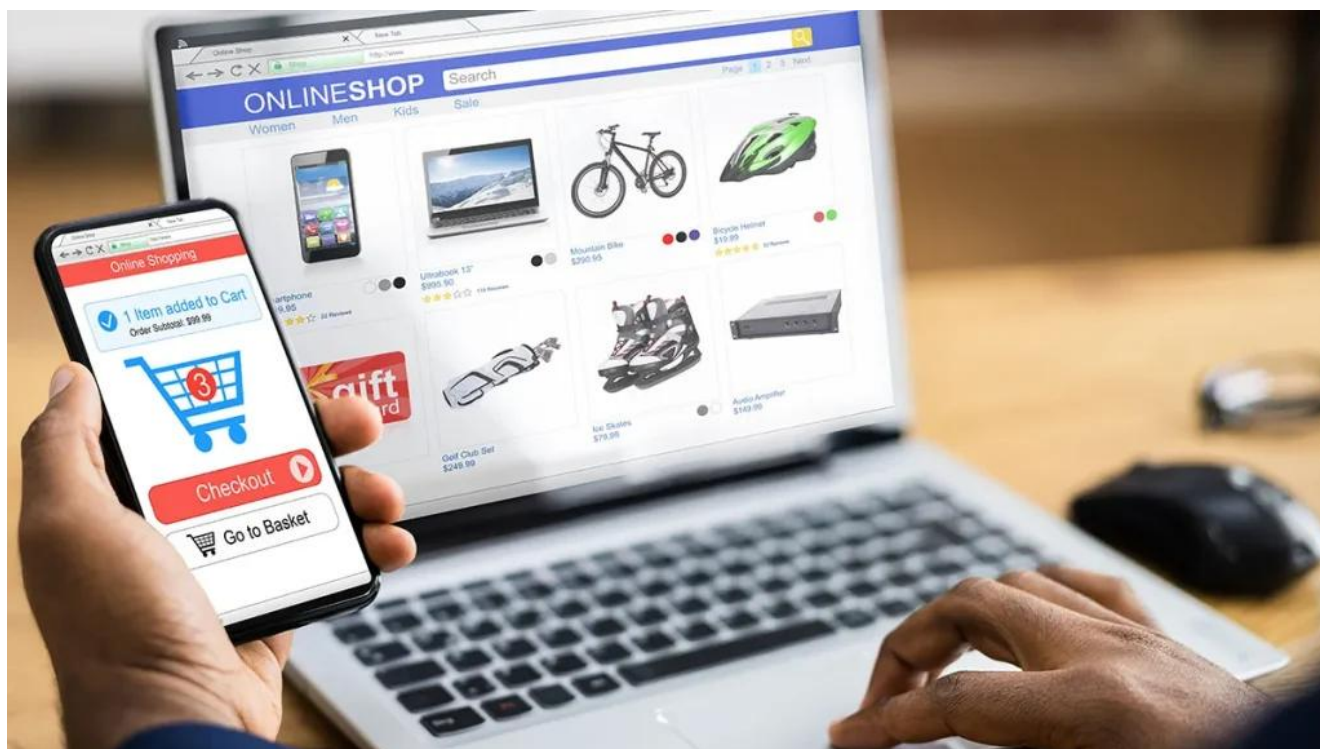


# Crecieron las ventas a través del eCommerce, pero Cuyo quedó en el último lugar

24/03/2026



El **comercio electrónico** se consolidó como uno de los principales motores del consumo en Argentina, pero el mapa no es homogéneo. Según el último informe de la **Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)**, la **región de Cuyo** quedó relegada en participación, ubicándose en el último 5% del ranking nacional de facturación.

En el 2025, el **eCommerce** alcanzó una facturación de más de **\$34 billones**, con una suba del **55% interanual**. Sin embargo, el desarrollo no avanzó al mismo ritmo en todas las regiones, lo que expuso una brecha en el acceso, la logística y los hábitos de consumo digital.

# Cambio cultural

Para **Gustavo Sambucetti**, director institucional de la **CACE**, uno de los factores clave detrás del crecimiento es el **cambio en la percepción** de los usuarios.

*“El miedo a comprar online desapareció. La comodidad y la rapidez mandan”*, explicó el especialista en diálogo con *El Sol*.

Este fenómeno también se reflejó en provincias de **Cuyo**, donde cada vez más usuarios adoptaron el canal digital, aunque todavía con menor volumen que en el AMBA. El crecimiento del **ticket promedio, que subió un 46%**, y el leve aumento en la cantidad de órdenes, dejaron ver que los consumidores compran menos veces, pero gastan más en cada operación.

## Tarjetas, cuotas y compras al exterior

Además, el informe reveló que las **tarjetas de crédito** continúan siendo el principal medio de pago, con el **67% de las operaciones**. En este punto, el financiamiento jugó un rol determinante: **8 de cada 10 usuarios** consideraron clave la posibilidad de pagar en cuotas.



En paralelo, creció con fuerza el consumo internacional. En 2025, el **47%** de los argentinos realizó compras en el exterior, frente al **37%** del año anterior. Plataformas como **Temu, Mercado Libre y Shein** impulsaron esta tendencia, que también gana terreno entre usuarios de Cuyo.

## **Logística más rápida, pero con desafíos**

Otro de los puntos destacados del estudio es la mejora en los tiempos de entrega: el **37%** de los envíos ya se realizó en menos de 24 horas. Este tipo de eficiencia suele concentrarse en los grandes centros urbanos, lo que representó un desafío para **regiones como Cuyo**.

A su vez, el avance tecnológico es significativo: el **62%** de las empresas ya implementó inteligencia artificial, principalmente en marketing y experiencia de usuario, lo que mejoró la personalización y eficiencia de las ventas online.

# Cómo evitar estafas al comprar online

En un contexto de fuerte crecimiento, también aumentaron los riesgos. **Sambucetti** advirtió que es fundamental prestar atención a ciertos aspectos básicos antes de realizar una compra.

*“El primer paso es verificar que el sitio sea el correcto, sobre todo si se ingresó desde un enlace externo. Debe tener ‘https’ y no figurar como sitio no seguro”, aclaró.*

Además, remarcó la importancia de detectar señales típicas de fraude:

- Ofertas demasiado agresivas o con plazos urgentes.
- Falta de medidas de seguridad visibles, como el ícono de candado.
- Sitios poco conocidos o con errores evidentes.

*“Ese es el modus operandi de los estafadores; siempre debe primar el sentido común”, concluyó.*

Por último, el ranking de facturación por región quedó de la siguiente

manera: **AMBA** (52%), **Litoral** (12%), **Centro** (9%), **Sur** (9%), **NOA** (7%), **Cuyo** (5%) y **Buenos Aires** (resto de la provincia 5%).

Fuente: El Sol – <https://www.elsol.com.ar/mendoza/crecieron-las-ventas-a-traves-del-ecommerce-pero-cuyo-queda-en-el-ultimo-lugar/>