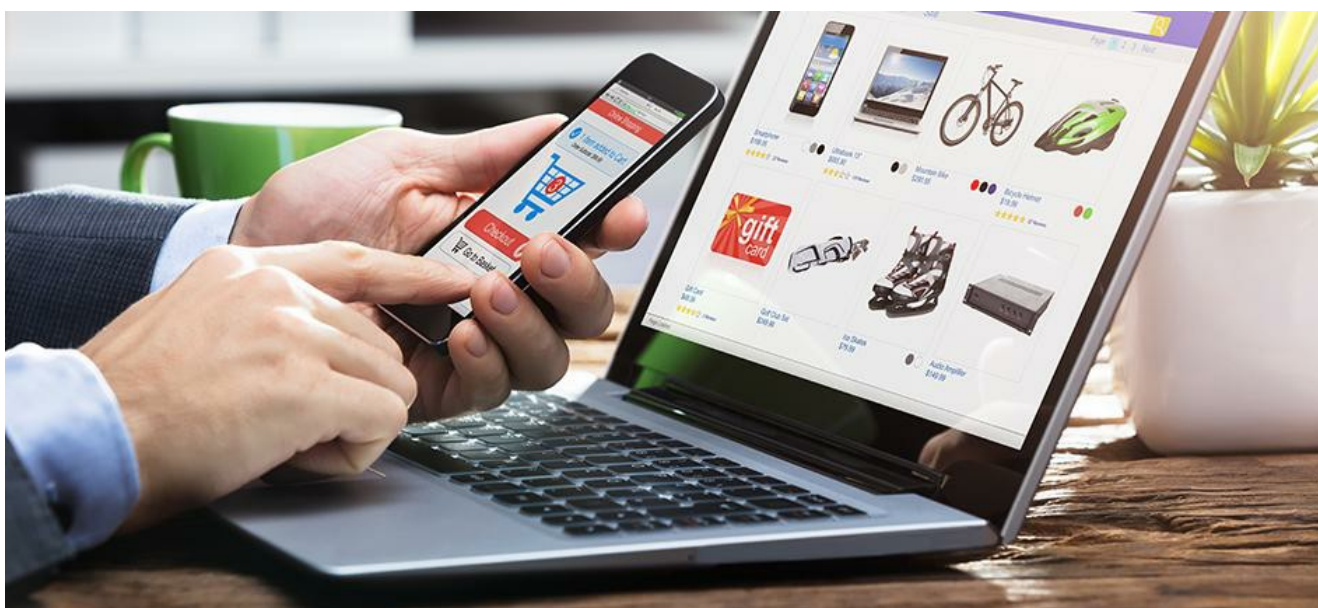


El e-commerce crece impulsado por la comodidad que brinda el propio sistema: el consumo cotidiano lidera el mercado digital

26/10/2025



A pesar de la retracción en el consumo general, el comercio electrónico (e-commerce) continúa su ascenso en Argentina. Gerardo Biondolillo, director de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) en Cuyo, reveló que la facturación creció un 79% en el primer semestre, superando los \$15 billones. El motor de este crecimiento, según el especialista, no es el precio, sino la experiencia y la comodidad para el usuario.

Biondolillo enfatizó que la fuerte tendencia de crecimiento del e-commerce se mantiene porque el consumidor prioriza la facilidad y practicidad. **«La verdad es que el e-commerce viene generando un crecimiento muy grande hace muchos años. La gente nos dice que compra básicamente porque le es cómodo, le es**

práctico y le resuelve la vida», explicó ante los micrófonos de FM Vos 94.5.

Por esta razón, el especialista aconsejó a los comercios enfocarse en este aspecto. «Lo que siempre les decimos a las empresas y a los comercios es que se enfoquen mucho en la experiencia del usuario, en lograr que la gente tenga una buena experiencia, porque eso es lo que el consumidor valora y la razón principal por la que compra online», contó.

Artículos de uso diario impulsan el mayor crecimiento

Si bien rubros tradicionalmente fuertes, como los electrodomésticos, ya tienen una alta penetración en la venta online, los mayores ritmos de crecimiento se concentran en el consumo habitual. «Los rubros que más están creciendo son los de consumo cotidiano: cremas, elementos de cuidado personal, artículos de limpieza y alimentos. Todo lo que estamos consumiendo de manera más habitual, diaria o semanal, es lo que más está creciendo en la plataforma», indicó Biondolillo.

«En el caso de los electrodomésticos, la venta online representa un alto porcentaje del total, lo que significa que el rubro está muy maduro y crece a ritmos más lentos, pero sigue siendo clave por su practicidad logística. La gente valora que le entreguen los electrodomésticos de gran tamaño a su domicilio, con lo cual resuelve otra parte logística al cliente, facilitando su experiencia de compra», consideró.

Las compras transnacionales y la importancia del financiamiento en cuotas

Respecto a la desregulación de las compras internacionales, Biondolillo indicó que, pese a los buenos precios que se encuentran, la venta nacional sigue siendo dominante. «La realidad es que, si vamos a los fríos números, la venta nacional todavía es enormemente mayor que la venta transnacional», expresó al respecto.

«La razón es la experiencia de compra; la importación implica demoras grandes, menor posibilidad de cambios y una experiencia menos cómoda, lo que limita la venta transnacional a un nicho específico», explicó.

Según el entrevistado, el factor determinante que diferencia y potencia al comercio nacional es la financiación. «Las cuotas son una opción muy fuerte y a la gente le ha atraído mucho el poder pagar de esa manera. Esto es un diferencial muy importante que favorece a la venta local», aseguró.

El director de CACE en Cuyo concluyó que los planes de cuotas más largos son un gran tractor de venta y que los comerciantes, apenas tienen la posibilidad de ofrecerlos, lo hacen porque saben que es un incentivo que el público valora y utiliza.