

Hacer las compras del super online: el tipo de consumo que crece en Mendoza

06/12/2025



Mientras las ventas en supermercados y autoservicios encadenan meses de caída, los **canales digitales** avanzaron con fuerza y reconfiguraron los hábitos de compra en Mendoza. Desde la provincia aseguraron que la tendencia “*está creciendo*”, pero mucho más en **comidas terminadas** que en “*pedidos de verdura, fruta y alimentos*”.

Los **marketplaces y drugstores** de las plataformas de delivery reflejaron un crecimiento superior al **30%** en lo que va del año. El caso más visible es **PedidosYa Market**, que acumuló un **34% de aumento en ventas por unidades hasta octubre de 2025**, evidenciando un cambio de comportamiento del consumidor que se acelera incluso en un contexto económico adverso.

Rubén David, responsable de la cadena **Oscar David**, sostuvo que, si bien el canal online creció rápido, **todavía representa una porción mínima del mercado total**:

“Está creciendo en la provincia y representa el 3% de las ventas que se hacen en supermercados, mayoristas o ferias. Nosotros tenemos a través de Modo Market el sistema digital de venta y con números que no existen en el comercio tradicional. Pero cuando lo mirás completo, representa solo el 3% de la venta”, apuntó en diálogo con *El Sol*.

Para el mercadista mendocino, el avance es sostenido pero lento debido a las particularidades del rubro alimentos: *“El gran problema es que vos tenés que recibir el producto y tenés que estar en tu casa. Está creciendo mucho más en comidas terminadas que en pedidos de verdura, fruta y alimentos”*.

El caso Mendoza

En la provincia, la preferencia por estos servicios también se explica por motivos económicos. Según relevamientos del sector, muchos mendocinos eligen el sistema digital por **comodidad, ahorro de tiempo y oportunidades de precio**, especialmente por **ofertas relámpago** que, en ocasiones, igualan o incluso mejoran los valores de supermercados y almacenes barriales.

“Es una herramienta que te resuelve la vida en días de mucho trabajo y con promociones que a veces convienen más que en un comercio físico”, sostuvo **Agostina**, una consumidora local.

Para **Rubén David**, el canal digital seguirá expandiéndose, aunque su techo dependerá de factores logísticos: *“Es un producto que de a poquito va a ir creciendo, es tendencia, como fue sacar pasajes y hoteles por internet”*.



El boom de los markets digitales

En el sector de plataformas, el análisis es distinto. Empresas como PedidosYa afirmaron que el comportamiento del consumidor se modificó estructuralmente desde la pandemia.

Federico Barberis Long, director de **PedidosYa Market**, sostuvo que el crecimiento se debe a un cambio demográfico y de estilo de vida. *“Nuestra propuesta es superadora a la de los retailers tradicionales. Apuntamos a la comodidad y a un canal que se adapta al nuevo consumidor, que cuenta con menos espacio de almacenamiento y, en muchos casos, conforma hogares sin hijos”*, detalló.

El ejecutivo agregó que, incluso con la caída del consumo en supermercados, el canal digital encuentra espacio para crecer: *“Si el canal supermercados estuviera creciendo, el alza sería aún mayor”*.

PedidosYa Market se creó en abril de 2020 y en la actualidad emplea a más de **2.000 personas**. Opera **70 drugstores en 43 ciudades**, con capacidad de entrega en **30 a 60 minutos**. Esto

sumado a que la empresa ya anunció ampliaciones en **25 sucursales** y la apertura de **cinco nuevas** durante el próximo año.

Además, proyectaron un crecimiento del **50% en volumen para 2026** y del **70% en facturación**.

Fuente: El Sol –
<https://www.elsol.com.ar/mendoza/hacer-las-compras-del-super-online-el-tipo-de-consumo-que-crece-en-mendoza/>