

Llega Amazon Bazaar a la Argentina, la app que va a competir con Mercado Libre, Shein y Temu

13/11/2025



Amazon comienza a desembarcar en Argentina con su aplicación Amazon Bazaar. La misma ofrece acceso local a productos internacionales de distintos rubros tales como moda, hogar y estilo de vida. La llegada a nuestro país responde a una estrategia del gigante tecnológico de expandirse a 14 mercados, entre los que también se encuentran Perú y Ecuador.

El anuncio de la llegada de Amazon Bazaar se produjo el pasado 7 de noviembre de 2025. El modelo sigue la estrategia de implementación utilizada en otras regiones, como Amazon Haul en Estados Unidos, Reino Unido, , Italia, Alemania, Francia, España, Japón y Australia. La aplicación también se encuentra disponible en México, Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos.

Llega Amazon Bazaar a la Argentina

Amazon presentó Bazaar, una nueva aplicación pensada para mercados donde la búsqueda de precios accesibles se combina con hábitos de consumo digitales. La herramienta –independiente del portal principal de la compañía de Jeff

Bezos— está disponible en Android y iOS, pero solo en formato móvil, sin versión web.

“Amazon siempre ha trabajado para ofrecer a sus clientes una amplia selección, precios bajos y una experiencia de compra más conveniente”, destacó la compañía, que busca reforzar su presencia en mercados emergentes.

Amazon busca hacerse fuerte con su estrategia de expansión de mercados.

Amazon busca hacerse fuerte con su estrategia de expansión de mercados.

El País

El nuevo sistema permite explorar cientos de miles de productos en categorías como moda, hogar y estilo de vida, con precios que en su mayoría no superan los \$13.500, e incluso opciones desde \$2.750. Según explicaron desde la empresa, “estamos emocionados de presentar esta popular experiencia de compra a aún más clientes en todo el mundo”.

A su llegada, la nueva aplicación desplegó un propuestas de promociones para cada usuario que realiza su primera compra, con descuentos que pueden alcanzar el 50%. En esta misma línea, los pedidos superiores a \$35.000 acceden a envíos sin cargo. En compras menores, se aplica un costo estándar de despacho. El plazo de entrega promedio ronda las dos semanas, en línea con los estándares logísticos globales de Amazon.

La app replica el sistema de reseñas y calificaciones, una herramienta ya clásica que facilita la comparación de productos y refuerza la transparencia de las decisiones de compra. Además, incorpora funciones interactivas y sorteos, pensados para aumentar la fidelización a través de experiencias vinculadas al entretenimiento.

Otro punto destacado es la atención al cliente 24/7, con soporte en múltiples idiomas —incluido el español—, y la posibilidad de operar en monedas locales, como el peso

argentino. Las opciones de pago aceptan Visa, Mastercard y American Express, y el registro puede realizarse con una cuenta existente o mediante una nueva.

En materia de seguridad, Amazon garantizó controles estrictos de cumplimiento sobre todos los artículos ofrecidos, junto con una política de devoluciones gratuitas válida por 15 días. La empresa remarcó que el diseño de la app mantiene los estándares habituales de protección de datos y confidencialidad.

Llega Amazon Bazaar a la Argentina

Amazon presentó **Bazaar**, una nueva aplicación pensada para mercados donde la búsqueda de precios accesibles se combina con hábitos de consumo digitales. La herramienta –independiente del portal principal de la compañía de Jeff Bezos– está disponible en **Android y iOS**, pero **solo en formato móvil**, sin versión web.

“Amazon siempre ha trabajado para ofrecer a sus clientes una amplia selección, precios bajos y una experiencia de compra más conveniente”, destacó la compañía, que busca reforzar su presencia en mercados emergentes.



Amazon busca hacerse fuerte con su estrategia de expansión de mercados.

El nuevo sistema permite explorar cientos de miles de productos en categorías como moda, hogar y estilo de vida, con precios que en su mayoría **no superan los \$13.500**, e incluso opciones desde **\$2.750**. Según explicaron desde la empresa, **“estamos emocionados de presentar esta popular experiencia de compra a aún más clientes en todo el mundo”**.

A su llegada, la nueva aplicación desplegó un propuestas de promociones para cada usuario que realiza su **primera compra**, con descuentos que pueden alcanzar el **50%**. En esta misma línea, los pedidos superiores a **\$35.000** acceden a **envíos sin cargo**. En compras menores, se aplica un costo estándar de despacho. El plazo de entrega promedio ronda las **dos semanas**, en línea con los estándares logísticos globales de Amazon.

La app replica el sistema de **reseñas y calificaciones**, una herramienta ya clásica que facilita la comparación de productos y refuerza la transparencia de las decisiones de

compra. Además, incorpora **funciones interactivas y sorteos**, pensados para aumentar la fidelización a través de experiencias vinculadas al entretenimiento.

Otro punto destacado es la **atención al cliente 24/7**, con soporte en múltiples idiomas –incluido el español–, y la posibilidad de operar en **monedas locales**, como el peso argentino. Las opciones de pago aceptan **Visa, Mastercard y American Express**, y el registro puede realizarse con una cuenta existente o mediante una nueva.

En materia de seguridad, Amazon garantizó **controles estrictos de cumplimiento** sobre todos los artículos ofrecidos, junto con una **política de devoluciones gratuitas** válida por **15 días**. La empresa remarcó que el diseño de la app mantiene los estándares habituales de protección de datos y confidencialidad.

La competencia del comercio digital en Argentina

En Argentina, [su llegada coincide con el debate sobre la regulación de plataformas extranjeras.](#) Desde la compañía subrayan que el objetivo es ofrecer **una vía adicional para acceder a productos globales a precios competitivos**, sin perder los atributos que definen su marca: confianza, calidad y soporte posventa.

En este sentido, en la última semana el presidente de **Mercado Libre Argentina, Juan Martín de la Serna**, pidió avanzar con **regulaciones que equiparen las condiciones de competencia** entre las plataformas de comercio electrónico que operan en la región, en especial frente al **crecimiento acelerado de firmas chinas** como Temu y Shein.



La llegada de Shein y Temu revolucionó el mercado digital local.

“Es importante tener un buen marco regulatorio que sea igual para todos los que compiten. Las regulaciones son muy importantes, tanto en las finanzas como en el comercio”, detalló el ejecutivo. La declaración apunta a un reclamo recurrente del sector tecnológico local: la necesidad de que los nuevos jugadores internacionales cumplan **los mismos requisitos fiscales, aduaneros y laborales que las empresas radicadas en la región.**

De la Serna alertó, además, que la **entrada masiva de productos de bajo costo** provenientes de China podría **impactar negativamente en las pymes locales**, que concentran cerca del **90% del volumen de ventas** dentro de la plataforma. El directivo advirtió que la expansión de estas aplicaciones **“corre el riesgo de socavar el tejido productivo local y de poner en peligro los empleos en la región”**, en un contexto de fuerte competencia digital y precios cada vez más agresivos en el comercio online.

Fuente: Ambito Financiero