

CICLO BAHÍA HUB x CACE · APERTURA

Cómo competir cuando todo está a un click

Miguel Hernández — Director CACE Región Sur

09 SEP | 14:00 | Fitz Roy 682

ANTES DE EMPEZAR

¿Cuándo fue la última vez que compraste algo caminando por la calle?

¿Y la última que compraste algo desde el celular? Puede haber sido anoche. Puede estar pasando ahora.

ANTES DE ARRANCAR, NOS CONOCEMOS

En dos oraciones:

- * Quién sos.
- * Qué vendés, o qué te gustaría vender.

 Y avisen desde ahora: **el que pregunta, se lleva un bombón.**

LA FOTO DE BAHÍA, UN SÁBADO

Los bares llenos.
Los restaurantes llenos.
El local a la calle, vacío.

Si fuera sólo la crisis, estarían vacíos los dos.

UN MINUTO, PARA QUE SEPAN QUIÉN LES ESTÁ HABLANDO

Miguel Hernández

CO-FUNDADOR **Nómada Digital**

Agencia de comercio electrónico y publicidad digital. VTEX Partner desde 2018.
nomadadigital.com.ar

FUNDADOR **Nerdistan**

Software para operar un ecommerce.
nerdistan.com.ar

DIRECTOR **CACE — Región Sur**

Cámara Argentina de Comercio Electrónico.
cace.org.ar



Mi blog

miguelhernandez.com.ar
Escribo estos números
todos los meses



LinkedIn

Seguime y
escribime
por acá

LA ÚNICA IDEA DE HOY

La gente no dejó de comprar. Dejó de comprar como vos vendés.

Hoy no vengo a enseñarles una herramienta. Vengo a que se vayan incómodos.

PARTE 1

Qué cambió: el cliente ya es otro



NO ES ECONÓMICO, ES CULTURAL

Cinco hábitos que ya no vuelven atrás

- * **Compara antes de entrar.** Ya sabe cuánto sale, aunque después te compre a vos.
- * **No tiene paciencia.** Si contestás en cuatro horas, ya compró en otro lado.
- * **Espera que se lo lleven.** El envío dejó de ser un lujo.
- * **Quiere pagar como él quiere.** Cuotas, billetera, link, QR.
- * **Confía en desconocidos.** La reputación online reemplazó al boca a boca.

El reloj arranca cuando te preguntan

0–2 min

ZONA 1

El comprador está pensando en tu publicación. Hay una conexión muy profunda.

100%

2–5 min

ZONA 2

Puede estar mirando la publicación de otro vendedor. Ya no está 100% conectado.

85–90%

5–10 min

ZONA 3

Se dispersó del proceso de compra: está contemplando otras alternativas.

~70%

+10 min

FUERA DE ZONA

El comprador se desconectó. Después de la primera hora cae a –30 / –40%.

<60%

En zona 1, **1 de cada 5 preguntas termina en venta**. La misma pregunta, contestada diez minutos después, vale casi la mitad.

Esto está medido en Mercado Libre. **¿Cuánto te parece que espera alguien que te escribe por WhatsApp?**

UN CASO REAL, CONTADO POR JONATAN LOIDI

“No se venden autos”

Un directivo de una automotriz le dice que están preocupados, que las concesionarias no venden, que es un desastre.

Loidi le contesta: “llamé a un concesionario tuyo para comprarme un auto. Le escribí cuatro veces al WhatsApp. Era jueves. Me dijeron: venite el martes.”

Jonatan Loidi

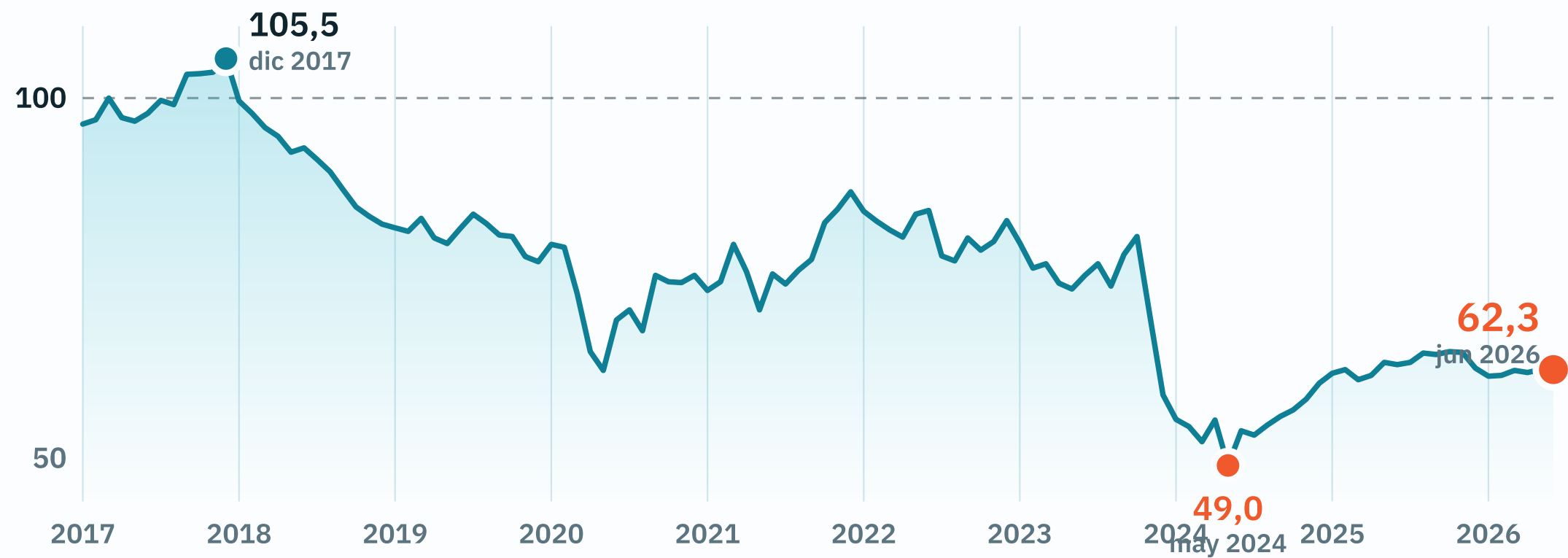
¿Realmente no hay demanda? **¿O cambió la forma de atenderla?**

JUNIO 2026 · TRES INFORMES, NINGUNO MÍO

No se los digo yo. Lo dicen tres informes distintos.

Miran el mismo país, la misma gente y el mismo mes. Por separado no dicen nada. Juntos, dicen todo.

Diez años del bolsillo argentino



Rebotó desde el piso de 2024. Pero sigue **38% abajo de 2017** — y desde el año pasado, **plano**.

Y AHORA LOS NÚMEROS DE ESA CURVA

Dónde estamos, exactamente

VS 2017

-37,7%

Cayó el poder de compra de un hogar argentino.
Base 2017 = 100, hoy **62,3**.

VS JUNIO 2025

-1,1%

Contra el año pasado está **plano**. En doce meses no se recuperó nada.

REGIÓN PAMPEANA

-32,5%

La nuestra. Un poco mejor que el promedio, pero lejos de 2017.

Y mirá quién perdió más — **caída del ingreso por segmento, contra 2017:**

ABC1 -36,6 alto	C2 -40,5 media alta	C3 -39,1 media típica	D1 -30,0 bajo	D2E -31,7 más bajo
-------------------------------------	---	---	-----------------------------------	--

Así se nombran los segmentos en los estudios de consumo. **La clase media es C2 y C3**, y es la que más perdió — más que el ABC1 y más que D1 y D2E.

Traducción: **la torta no creció**. La gente no tiene más plata que el año pasado.

FUENTE **Ecolatina** — Índice de Ingreso Disponible, junio 2026 · consultora argentina de análisis económico ecolatina.com

Todos los canales, en rojo

Supermercados de cadena	-2,6%
Autoservicios independientes — el almacén del barrio	-1,6%
Mayoristas	-3,3%
Farmacias	-5,2%
Total canales	-2,7%

No es tu impresión y no lo estás haciendo mal: el canal físico se achica en todo el país.



[⚡ Trends](#) [Fórmula 1](#) [Rumores de romance](#) [Hipotecarios UVA](#) [Marcos Juárez](#) [Groenlandia](#)

ECONOMÍA >

[Agregar Infobae en !\[\]\(5e53eb9f193269f9de9b9d9917d9677c_img.jpg\)](#)

El consumo masivo cayó 2,7% en junio y acumula una baja de casi 3% en 2026

El volumen de ventas retrocedió por segundo mes consecutivo y se alejó aún más del nivel de 2023. En tanto, el comercio electrónico fue el único canal que registró alza en todas las categorías de productos

Todos leyeron el título. **Casi nadie leyó el final de la bajada.**

La única excepción

UNIDADES VENDIDAS

+22%

248 millones de unidades vendidas online en seis meses.

ÓRDENES DE COMPRA

+21%

181 millones de operaciones con pago aprobado.

PESO DEL CANAL ONLINE

28%

de las ventas totales de las empresas. **Hace dos años era 18%.**

6 de cada 10 empresas dicen que el online les creció igual o más que el local físico.

FUENTE CACE + Kantar — Informe Mid Term 2026 · Cámara Argentina de Comercio Electrónico cace.org.ar

ACLARACIÓN DE RIGOR, ANTES DE QUE ME LA HAGAN USTEDES

La facturación online creció 28%. La inflación fue 33,5%.

O sea: en plata constante, la facturación online también **cayó**. Nadie está nadando en oro.

Lo que crece es otra cosa, y es más importante: **el volumen y la participación.**

AHORA JÚNTENLOS

- 1 La gente **no tiene más plata** que el año pasado.
 - 2 Todos los canales físicos **venden menos**.
 - 3 El canal online vende **22% más unidades**.
-

= La plata no apareció. Se trasladó.

LA IDEA MÁS INCÓMODA DE LA TARDE

Esto no es crecimiento. Es **transferencia**.

Y una transferencia siempre es **de alguien** hacia alguien. Esas unidades que se venden de más por internet son ventas que antes pasaban por un mostrador.

¿Y QUIÉN COMPRÓ ONLINE POR PRIMERA VEZ ESTE AÑO?

16%

de los argentinos hizo su **primera compra online** en 2026. Era 13% en 2025 y 6% en 2024: **se está acelerando.**

El que se está subiendo **no es el porteño. Es el vecino.**

61%

de esos compradores nuevos **son del Interior**, no de CABA ni del conurbano.

FUENTE CACE + Kantar — Mid Term 2026, fase demanda · 1.000 casos cace.org.ar

Quién compra online en nuestra región

ES MUJER

58%

y el 62% tiene entre 21 y 44 años.

NIVEL SOCIOECONÓMICO

57%

es medio — la clase media. No es el que más tiene.

COMPRA CADA SEMANA

40%

Era el 24% el año pasado. Casi se duplicó.

Es **el mismo perfil que ya entra a tu local**. Solo que además busca y compara online.

Y EL DATO QUE MÁS ME SORPRENDIÓ DEL INFORME

**En el Sur, el 22% ya compra
por redes sociales.**

~~1% en 2024~~ → **22% en 2025**

El promedio nacional es **7%**. Nuestra región compra por redes
tres veces más que el resto del país.

PARTE 2

Por qué te afecta a vos, comercio de Bahía



EL MODELO QUE FUNCIONÓ 50 AÑOS

Poné el local en una buena esquina y esperá que pase gente.

Tenía una lógica impecable: tu mercado eran los que pasaban por tu puerta. **Hoy tu cliente no pasa por tu puerta. Pasa por su pantalla.**
Y ahí tu esquina no existe.

Y ADEMÁS, BAHÍA CAMBIÓ DE FORMA

El centro dejó de ser **un solo centro**.

- * Hoy hay minicentros comerciales en Villa Rosas, en Villa Mitre, en Barrio Patagonia.
- * Nadie está obligado a pasar por tu puerta: hay opciones más cerca de su casa.
- * Y pesa algo tan concreto como dónde puedo estacionar.

El tránsito a pie que sostenía al local del centro **se repartió por toda la ciudad**. Ya no dependés sólo de internet: la propia Bahía se descentralizó.

EL MIEDO MAL PUESTO

El riesgo no es que venga un gigante y te aplaste.

Es que **tu cliente de siempre ya le compra a otro** — y vos no te enteraste.

No hubo portazo. No hubo queja.
Simplemente dejó de venir, y vos lo anotaste como **"está dura la venta"**.

QUE QUEDE CLARO

No vine a decirles que cierren el local.

- * El local es una ventaja: te ven la cara, tocan el producto, hay confianza. Eso un marketplace no lo tiene.
- * Lo que digo es otra cosa: no dependas de un solo canal. Y esto vale igual si no tenés local: el que vende sólo por Instagram también tiene una sola puerta.
- * Si tenés un solo canal, todo lo que le pase a ese canal te pasa a vos. Llueve una semana, no vendés. Cortan la calle por una obra, no vendés.

Y AHORA LA BUENA NOTICIA

La cuadra dejó de ser **tu límite.**

Es la primera vez en la historia que el tamaño de tu ciudad no define el tamaño de tu negocio. Para Bahía, eso es enorme: **el techo se levantó.**

Y HAY ALGO MÁS, QUE ES NUESTRO Y NO LO TIENE CUALQUIERA

Bahía está **bien parada** para vender online.

Vender y despachar desde Neuquén

7 días

mínimo para que el cliente reciba el producto.

Vender y despachar desde Bahía

Mucho menos

Nodo de transportes: llegada ágil a todo el país, y la puerta natural hacia el sur.

La logística no es sólo un costo: **es un argumento de venta.** Entregar antes que el otro te hace ganar la venta.

GUSTAVO “LACHA” LAZZARI, EN INFOBAE

“El comercio electrónico **aumenta la escala**. Para vos vender a otros lugares del país, pero también para los tipos del mundo, que venden en tu barrio.

Vos ahora no competís con el vendedor de la esquina. Estás compitiendo con el vendedor de Mendoza, de Bahía Blanca.”

Gustavo “Lacha” Lazzari · economista

Lo dijo en un programa nacional, y nos nombró. **Del otro lado del país ya nos ven como competencia.**

Y LA MEJOR DEFINICIÓN QUE ESCUCHÉ

**“El comercio electrónico
no es otra cosa que
un nuevo mostrador.”**

Gustavo “Lacha” Lazzari

No es un mundo aparte. No hay que ser otra persona. **Es poner un mostrador más**, en un lugar donde pasa más gente.

PARTE 3

Qué significa "competir" hoy



PRIMERO, LO QUE NO ES

Competir no es tener una tienda online y esperar.

Es como abrir un local en el medio del campo, sin cartel, y decir que el comercio no funciona. **Abriste, pero nadie sabe que existís.**

UNA QUE CUENTA GAITA GONZÁLEZ

**“Ya tengo quién me maneja
todo lo de **internet**.”**

— ¿Quién?

— **Mi sobrino.**

Que la tiene clarísima: **consiguió novia por internet**. Pero
nunca vendió un producto.

DE Anécdota de **Gaita González** en *Prohibido Cerrar Ventas*, con Jonatan Loidi

LAS CUATRO COSAS QUE SÍ HAY QUE HACER

Estar donde está el cliente

No es un solo lugar: marketplaces, Instagram, WhatsApp, Google, PedidosYa.

→ [Charla de Gastón Cabrerizo](#)

Que te encuentren y te elijan

Marca, contenido y publicidad. Aparecer cuando te buscan, y que te crean.

→ [Dos charlas de Florencia Suárez](#)

Propuesta y precio claros

Si no sabés tu margen, podés vender muchísimo y no ganar nada.

→ [Precios y costos, próxima edición](#)

Cumplir: entregar y cobrar

Vendiste, ¿y ahora cómo se lo mandás? ¿Y cómo cobrás?

→ [Logística con Andreani](#)

UN DATO QUE DICE TODO

El **93%** de las empresas que venden online venden en cuotas.

No es un diferencial: es el piso. Si no ofrecés cuotas, competís contra 93 de cada 100 con una mano atada.

FUENTE CACE + Kantar — Informe Mid Term 2026 cace.org.ar

LO QUE FRENA A LA MAYORÍA

**No hace falta ser experto. No hace falta gastar una fortuna.
No hace falta hacerlo todo perfecto desde mañana.**

Hace falta **empezar y ordenarse**. Elegí un canal,
hacelo bien, después sumá el segundo.

EL CAMBIO DE CABEZA

**De "yo tengo un local"
a "yo tengo un negocio que vende
donde el cliente quiere comprar".**

El local pasa a ser una de tus herramientas. Deja de ser tu definición.

PARTE 4

Este ciclo es tu hoja de ruta



UNA PREGUNTA QUE HACE JONATAN LOIDI

Para todo llamás a un profesional

Querés construir un puente	Ingeniero
Te duele el pecho	Cardiólogo
Chocaste el auto	Abogado
Tu negocio no vende	...

Para todo lo demás no dudaste. ¿Por qué acá sí?

09/09	Cómo competir cuando todo está a un click	Hoy
23/09	Estrategias y hoja de ruta digital	Gastón Cabrerizo
07/10	Vender en Mercado Libre	Julio Federico
21/10	Logística y envíos	Daniel Sarden · Andreani
04/11	Publicidad en Google	Florencia Suárez
11/11	Publicidad en Meta y TikTok	Florencia Suárez
25/11	IA para tu negocio, desde cero	Miguel Hernández

Las semanas intermedias hay **Espacio del Club de Emprendedores**, en el mismo lugar y horario.

UN PEDIDO CONCRETO, Y TE LLEVA DOS MINUTOS

Contanos cómo vendés en Bahía.



CACE está haciendo un **relevamiento de la zona**: qué vende cada uno, por dónde, y qué le falta. Cuantos más lo completemos, **mejores datos vamos a tener de Bahía** — y mejor vamos a poder pedir lo que hace falta.

Es anónimo, son un par de preguntas, y de acá salen los números de la próxima edición de este ciclo.

UNA EN PARTICULAR

IA para tu negocio. **Desde cero de verdad.**

Venís con el celular y te vas habiendo usado IA para responderle a un cliente, escribir una descripción de producto y sacar ideas de contenido.

7 de cada 10 empresas ya la usan. Si todavía no la tocaste, no llegás temprano: estás llegando tarde.

Y EN LAS PRÓXIMAS EDICIONES

Lo que falta, también viene

- * Cobrar y ordenar: precios, márgenes, medios de pago, y la parte impositiva y fiscal.
- * Crecer y escalar: conseguir clientes, escalar el negocio, vender al exterior.
- * IA cruzando todo: cada speaker suma cómo la IA le sirve a su tema.

No tenés que saber todo hoy. Tenés que venir, hacer, y **salir con algo aplicado cada vez.**

LES DEJO TRES COSAS

LO INCÓMODO

El consumo ya se mudó, y cada mes la distancia crece. El que arranca hoy la corre. El que arranca en dos años, la corre desde más atrás.

LO ESPERANZADOR

Nunca fue tan barato empezar. Lo que hace 15 años pedía una inversión enorme, hoy lo hacés con el celular que tenés en la mano.

LO IMPORTANTE

No lo hacés solo. La Cámara de Comercio, CACE, el Hub y el Municipio se sentaron a armar esto para vos. Es gratis, es acá, y son siete miércoles.

TRES PEDIDOS CONCRETOS

- * **Vení a las próximas. No a todas si no podés: elegí las que te sirven.**
- * **Traé tu negocio real. En los 30 minutos de consultas lo bajamos a tu caso.**
- * **Elegí una sola cosa y hacela esta semana. Una. Aunque sea publicar tres productos con precio.**

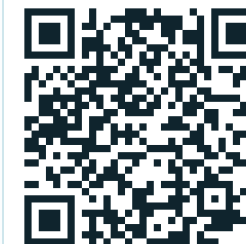
Una cosa hecha vale más que diez charlas escuchadas.

UN FERRETERO DE RÍO CUARTO, EN TELENOCHE · OPCIONAL, SI HAY TIEMPO

Marcos tenía una ferretería. Hoy vende **de Ushuaia a La Quiaca.**

3% → **66%**

- * Ferretero hace **20 años**. Se reinventó post-COVID, cuando no entraba nadie al local.
- * Empezó con el **3% de las ventas online**. Hoy es el **66%**.
- * **No cerró el local**: sigue atendiendo en el mostrador.
- * Le escriben de España, Estados Unidos, Chile y Uruguay.
- * Un video de conectores eléctricos **lo llevó a Alemania**, invitado por el fabricante.



Ver la entrevista
Ferretería Etcheverry

Y LO DIJO CON ESTAS PALABRAS

**“Hoy el e-commerce
es el mostrador.”**

Marcos — Ferretería Etcheverry, Río Cuarto

Un ferretero de una ciudad del interior, sin saber que estaba diciendo **exactamente lo mismo** que Lazzari en Infobae.

El cliente no dejó de comprar. Dejó de comprar como vos vendés.

Y eso, a diferencia de la economía, **sí lo podés cambiar vos.**

Gracias. Ahora sí: pregunten lo que quieran.