

Discurso ante la Comisión de Hacienda – Parlamento

Andrés Marrero, Presidente de la Cámara de la Economía Digital del Uruguay, sobre el régimen de encomiendas postales internacionales y el proyecto de ampliación de topes.

I. Introducción

Señoras y señores legisladores,

Muchas gracias por la invitación a participar en esta instancia.

Comparezco en representación de la Cámara de la Economía Digital del Uruguay (CEDU), que agrupa a empresas de todos los tamaños vinculadas al comercio electrónico, la tecnología y los servicios digitales.

Nuestro propósito hoy es compartir con ustedes la visión del sector sobre el proyecto de ley que modifica el tope del régimen de franquicias postales internacionales de entrega expresa, así como exponer el impacto concreto que tiene este régimen sobre el comercio local, y proponer medidas que permitan competir en condiciones más equilibradas.

II. Situación actual del comercio electrónico en Uruguay

Para entender el contexto de este debate, es importante mirar brevemente cómo ha evolucionado el comercio electrónico en Uruguay.

El comercio electrónico en Uruguay viene creciendo de manera sostenida. En 2023 se registraron más de 42 millones de transacciones, por un total de 1.200 millones de dólares. En 2024, esa cifra superó los 56 millones de operaciones y 1.560 millones de dólares, lo que representa un crecimiento anual de más del 30%.

Hoy el e-commerce es una fuente concreta de inversión, empleo y formalización, no solo en Montevideo, sino también en el interior del país. Pero es también un sector que enfrenta desafíos importantes en cuanto a competitividad, especialmente cuando se trata de competir con operadores internacionales.

III. El fenómeno Temu y el impacto del régimen de franquicias

En ese escenario de crecimiento sostenido, llegó a nuestro mercado un nuevo actor: Temu. Y con su llegada, se disparó el uso del régimen de franquicias postales.

Desde la llegada de Temu a Uruguay en 2024, el volumen de compras al exterior bajo el régimen de franquicias se ha disparado. Solo entre febrero de 2024 y febrero de 2025, las operaciones crecieron un 240%, pasando de 48.000 a 167.000. Y se estima que este año las compras bajo ese régimen superarán los 180 millones de dólares.

Una encuesta realizada por CEDU a sus socios muestra que **4 de cada 10 empresas declaran una baja en ventas superior al 10% desde la llegada de Temu**. Los rubros más afectados son vestimenta, juguetes, hogar, calzado y electrónicos.

Esta situación genera **una competencia fiscal y regulatoria claramente desigual**, que perjudica a comercios nacionales que pagan impuestos, cumplen con normativas sanitarias y de etiquetado, y generan empleo formal.

IV. Sobre el proyecto de ampliación del tope a 500 dólares

Comprendemos los argumentos que motivan la propuesta de ampliar el tope de exoneración de tributos de 200 a 500 dólares. Sin embargo, **consideramos que**

avanzar en esa dirección sin corregir las asimetrías actuales, profundizaría el impacto negativo sobre el ecosistema local.

El problema no es si los consumidores compran en el exterior o no. El problema es que **hoy los comercios uruguayos compiten con reglas de juego completamente distintas**. Y eso termina afectando a quienes apuestan por producir, invertir, generar empleo y formalizar su operación en Uruguay.

V. La postura de la Cámara y las propuestas concretas

Manteniendo nuestro propósito de promover el desarrollo del comercio electrónico en nuestro país y atentos a las desigualdades que hoy existen, buscamos proponer medidas concretas.

Entendemos que el comercio local se fortalece dando herramientas al comercio, no restringiendo las posibilidades del consumidor. Por eso proponemos un paquete de 3 medidas para mitigar el efecto negativo de la situación actual y promover el desarrollo del comercio electrónico uruguayo en un escenario más justo:

1. Mayor igualdad para el comercio local.

Proponemos que, al igual que hoy se puede comprar hasta 3 veces por año en el exterior sin tributar, los consumidores puedan elegir utilizar esas franquicias en compras online locales por hasta 200 dólares, también exentas de IVA. Esto sería mutuamente excluyente con el régimen de importación, y fácilmente trazable a través de la cédula de identidad.

¿Cómo operaría esta propuesta?

- El consumidor podrá hacer **hasta 3 compras anuales** en comercios electrónicos uruguayos, por **montos de hasta USD 200 cada una, exentas de IVA**.
- Las operaciones deberán realizarse a través de **plataformas digitales registradas en Uruguay**, utilizando **medios de pago electrónicos**.
- La entrega deberá concretarse mediante **logística formal (couriers habilitados o retiro documentado)**.
- El beneficio será **mutuamente excluyente** con las franquicias de importación directa: cada persona podrá optar por uno u otro régimen.
- El control se realizará por **identificación mediante cédula de identidad**, a través de los sistemas ya utilizados por DGI y Aduanas.

Esta medida no representa una nueva renuncia fiscal: **redistribuye un beneficio ya existente hacia actores nacionales** que tributan, generan empleo y fortalecen la economía formal

2. Declarar promovida la inversión en canales de venta online

Sugerimos que las inversiones en canales de venta online —como desarrollo de tiendas, integración de medios de pago, automatización o incorporación de tecnología— sean declaradas actividad promovida por un período de 1 a 3 años, siguiendo mecanismos similares a los que ya se aplicaron con éxito en otros sectores.

¿Qué tipo de inversiones estarían incluidas?

- Diseño, implementación o mejora de plataformas de e-commerce.
- Integración de soluciones logísticas o de pagos.
- Automatización de procesos de venta y atención.
- Incorporación de software, infraestructura tecnológica o mejoras en la operativa digital.

Este régimen no sería automático, sino sujeto a evaluación por **COMAP** u otro organismo competente, con cronogramas, rendiciones y auditoría. Se trata de **un estímulo temporal, focalizado y condicionado a inversión efectiva**.

Además, proponemos que se contemplen **incentivos fiscales a la capacitación técnica** vinculada al comercio electrónico: formación en herramientas digitales, gestión de plataformas, atención al cliente, marketing online y otros aspectos clave para la profesionalización del sector.

3. Deducibilidad del gasto en publicidad digital en plataformas internacionales

Hoy, cuando una empresa contrata publicidad directamente con Meta en Irlanda o Google en Estados Unidos, se ve forzada a afrontar un sistema de deducción parcial del gasto en su liquidación de IRAE, a menos que presente un certificado fiscal internacional complejo. **Obtener ese certificado es inviable para las empresas uruguayas.**

Este régimen genera una **situación de competencia desigual**: mientras los operadores globales acceden a promover intensamente su oferta en el mercado uruguayo, los comercios locales enfrentan trabas fiscales al utilizar las mismas herramientas para competir.

Proponemos eliminar la obligación de presentar certificados fiscales extranjeros y establecer que el **gasto en publicidad digital contratada con proveedores no residentes sea 100% deducible**, siempre que:

- Esté debidamente documentado con factura del proveedor.
- Esté vinculado a la generación de rentas gravadas en Uruguay.

La publicidad digital es una **herramienta productiva, no un lujo**, y su tratamiento fiscal debería reflejar esa realidad.

Es importante aclarar que el comercio electrónico es, ante todo, una manifestación del comercio. Por eso, entendemos que estas medidas enfocadas en el comercio electrónico, son de enorme valor para el comercio nacional en su conjunto. También, que éstas no sustituyen la necesaria evaluación de medidas que alivien a los comerciantes importadores, de cargas arancelarias, tributarias y de otra índole que afecten su competitividad con respecto a los productos que ingresan por el régimen de encomiendas.

VI. Cierre

En resumen, entendemos que este es un tema complejo, donde hay que equilibrar intereses del consumidor, de los comercios y de la recaudación. Pero también creemos que Uruguay tiene una oportunidad única para **promover un ecosistema digital competitivo, innovador y justo**, donde las reglas del juego estimulen la inversión local y la formalización.

No nos oponemos al comercio digital global ni al régimen de encomiendas postales internacionales que rige actualmente, pero sí creemos que no se puede avanzar en la ampliación de los topes sin antes corregir las desigualdades que ya hoy están afectando al comercio nacional. Las compras al exterior bajo este régimen se han disparado, generando un escenario de competencia desequilibrada. Por eso proponemos soluciones concretas y razonables, que no sólo son condición para evaluar cambios futuros, sino una necesidad para restablecer reglas claras y condiciones justas.

Desde la Cámara de la Economía Digital del Uruguay, quedamos a disposición para trabajar junto al Poder Legislativo y al Ejecutivo en el diseño de estas soluciones. Porque no se trata de frenar el comercio digital, sino de asegurarnos de que **el desarrollo llegue para todos**, en condiciones justas.

Muchas gracias