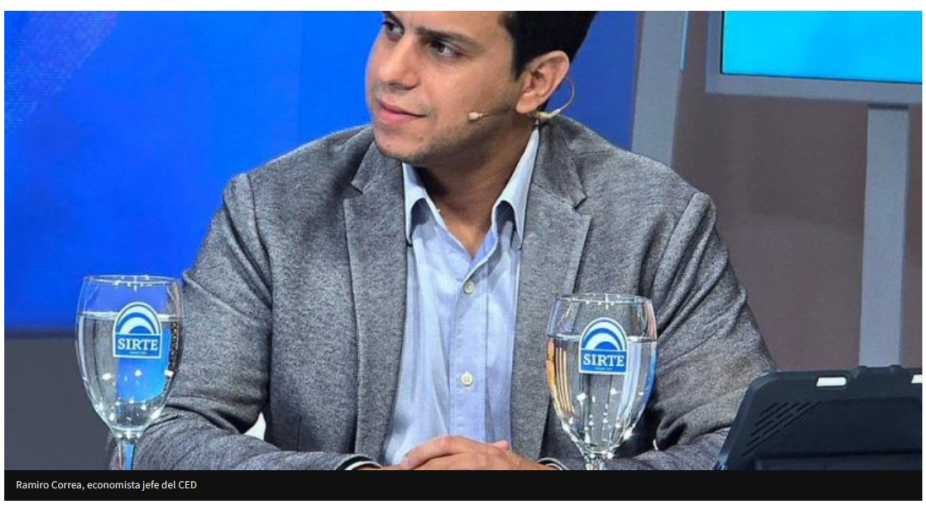
# "El problema del comercio local no es Temu, sino una demanda que se enfría y una estructura de costos muy alta"

por Redacción — 11 de noviembre de 2026 en Economía



Ramiro Correa, economista jefe del CED

**La aplicación del llamado "IVA Temu" generó una importante caída de las compras por internet al exterior, aunque todavía no está claro en qué medida ese retroceso responde al nuevo impuesto y si tuvo algún efecto positivo en el comercio local. Así lo dijo a La *Mañana* el economista del Centro de Estudios para el Desarrollo (CED) y docente de la Universidad ORT, Ramiro Correa. Además, analizó los desafíos que enfrenta la economía uruguaya, entre los que destacó el menor dinamismo y los altos costos para producir.**

**El "IVA Temu" provocó una caída de casi 50% en las compras por internet al exterior en julio, en comparación con el mismo mes del año pasado, y los meses siguientes hubo una reducción cercana a esa cifra. ¿Qué análisis hace al respecto?**

El dato hay que leerlo con cuidado. Lo que cayó son las compras al exterior bajo el régimen de franquicias que registra Aduanas, no el comercio electrónico en general, porque las compras online a comercios uruguayos no están en esa estadística. En julio hubo unas 80.600 operaciones contra casi 167.000 un año antes, una baja de algo más de 50%. Pero entre enero y abril hubo un récord, en buena medida por compras adelantadas antes del cambio, y en el acumulado a agosto el volumen todavía está levemente por encima del año pasado. Es decir, parte de la caída posterior es simplemente demanda que se adelantó.

El IVA es el factor principal, sobre todo porque el impuesto pesa más en las compras de bajo valor, que eran el núcleo del fenómeno Temu. Pero no se le puede atribuir toda la caída. La economía se enfrió en el segundo trimestre, el salario real crece cada vez menos y parte de la demanda pudo desviarse a otros canales, como las compras a Estados Unidos que siguen exentas hasta 200 dólares, el régimen simplificado o las compras en la región. Para hablar de causalidad necesitaríamos aislar esos factores, y con los datos disponibles todavía no es posible.

En lo fiscal, desde el Ministerio de Economía y Finanzas se dijo que la medida nunca se pensó con fines recaudatorios, y con este volumen lo que recauda es marginal. Un ejercicio de orden de magnitud sirve para ilustrarlo. Aun suponiendo 90.000 compras mensuales gravadas con un ticket promedio de US$ 50, el IVA rondaría US$ 1.000.000 por mes, frente a un déficit fiscal cercano a 4% del PIB, más de US$ 3.000 millones al año. El impuesto cumplió el objetivo de frenar las compras, no el de recaudar. Y cuanto más eficaz es para desalentar compras, menos recauda. Desde el punto de vista del diseño tributario, es un impuesto que funciona más como una barrera que como una fuente de ingresos.

**Más allá de esto que comenta, ¿podría decirse que se está viendo un efecto real del "impuesto Temu" en las ventas del comercio local?**

Todavía no hay evidencia clara. Uruguay no tiene una estadística oficial de ventas minoristas que permita aislar ese efecto, así que hay que mirar indicadores más amplios. Lo que vemos es que el consumo privado siguió creciendo en el segundo trimestre (2,6% interanual según Cuentas Nacionales), apoyado en un salario real que sube, aunque cada vez menos (1,2% interanual en agosto, frente a más de 2% a comienzos de año). Al mismo tiempo, la encuesta de la Cámara de Comercio y Servicios mostró una caída de ventas de 1,1% en el primer trimestre, en pleno *boom* de compras al exterior. Habrá que ver los próximos datos para saber si el comercio recuperó algo de lo que antes se iba por la franquicia. Mi impresión es que, si hay efecto, será acotado, porque el problema del comercio local no es Temu, sino una demanda que se enfría y una estructura de costos muy alta.

**¿Este tributo podría ayudar a enfrentar la desigualdad o competencia desleal entre los negocios locales y las plataformas del exterior, o estamos lejos de lograrlo?**

No. El impuesto nivela hacia arriba. En lugar de bajar los costos que hacen caro producir y vender en Uruguay, encarece la alternativa más barata. La brecha de precios con plataformas como Temu no se explica por el IVA, sino por escala, costos laborales, energía, logística, aranceles y un país caro en dólares. Un 22% no cierra diferencias de precio que muchas veces son del doble o más. Además, la medida discrimina por origen, porque lo que viene de Estados Unidos por menos de 200 dólares sigue exento. Tampoco me parece preciso hablar de competencia desleal. Que alguien produzca y venda más barato no es desleal, es competencia. Lo que sí es real es que el comercio local compite con una mochila de costos que no eligió, y esa es la discusión que hay que dar.

**¿Cómo puede repercutir esta medida en los consumidores a futuro?**

Con un encarecimiento relativo. Una compra de US$ 30 que antes llegaba sin impuestos hoy cuesta US$ 36,60. Eso es pérdida de poder de compra, y probablemente pese más en hogares de ingresos medios y bajos, que usaban este canal para vestimenta, juguetes y artículos del hogar. Algunos pagarán más, otros comprarán en el mercado local a precios más altos y otros directamente dejarán de comprar. En todos los casos el consumidor queda peor que antes. Y parte de esa demanda va a buscar otros canales, incluido el informal. Además, el comercio local enfrenta menos presión competitiva, y eso tampoco ayuda a que los precios bajen. Hacia adelante, es probable que las plataformas se adapten, por ejemplo, con depósitos regionales o envíos consolidados, y que parte del efecto se diluya con el tiempo. Pero la señal de política es clara. Ante un consumidor que encontró una forma de comprar más barato, la respuesta fue encarecerle esa opción.

**Más allá del impuesto Temu, ¿qué otros cambios hacen falta para que el comercio uruguayo pueda competir mejor en una economía tan globalizada como esta?**

La agenda es de costos. Las micro y pequeñas empresas enfrentan en Uruguay costos estructurales muy altos. Costos laborales elevados y una regulación rígida, energía y combustibles caros, una carga tributaria y de trámites que pesa proporcionalmente más en las empresas chicas, y aranceles que encarecen los bienes e insumos importados. En el informe Uruguay Productivo, que elaboramos desde el CED junto a la Cámara de Comercio y Servicios y la OIT, identificamos estos problemas y propusimos reformas concretas, por ejemplo, en flexibilidad laboral y simplificación para las micro, pequeñas y medianas empresas. También hace falta una mayor apertura comercial. Si el comercio pudiera importar sus insumos y mercaderías con menos aranceles, podría ofrecer precios más cercanos a los internacionales. El camino es bajar costos y abrir la economía, no encarecer las alternativas del consumidor.

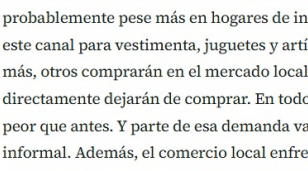
**En términos generales, ¿cómo ve la situación actual de la economía?**

La economía uruguaya está prácticamente estancada. El PIB cayó 0,8% (desestacionalizado) en el segundo trimestre respecto al primero, en parte por la sequía, y en el CED recortamos nuestra proyección de crecimiento para 2026 a 0,9%, por debajo de las estimaciones oficiales y del promedio de los analistas. Vemos una divergencia entre indicadores. El consumo sigue creciendo, apoyado en el salario real, pero la inversión y las exportaciones no despegan, y el empleo no muestra dinamismo. Nuestro diagnóstico es que el problema de fondo es la baja rentabilidad empresarial. Uruguay es caro en dólares, con costos altos los márgenes se achican, y sin rentabilidad no hay inversión ni crecimiento. A eso se suma un déficit fiscal en torno a 4% del PIB que limita el margen de maniobra del gobierno. El consumo no puede sostener el crecimiento por mucho tiempo si la inversión no acompaña. Lo positivo es que la inflación está dentro del rango meta y la macroeconomía no muestra desequilibrios graves. Lo que falta es una agenda que mejore la competitividad, y eso no se resuelve con impuestos a las compras del exterior, sino con reformas que bajen costos y estimulen la inversión.

## Más leídas

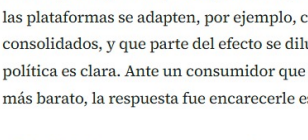

Julia Demasi: "la Biblioteca Nacional custodia los papeles y objetos personales de cerca de dos

## TE PUEDE INTERESAR



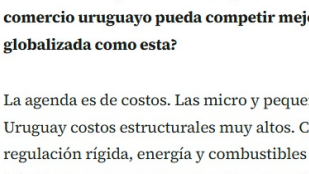
### *Compras web en el exterior se desplomaron tras el cambio de régimen: envíos cayeron 43% en mayo*

La entrada en vigor del nuevo sistema de franquicias y el cobro de IVA a las compras realizadas en el exterior provocaron una fuerte retracción de los envíos internacionales. Tras varios meses de crecimiento récord impulsado por plataformas como Temu, las encomiendas amparadas por franquicia cayeron 43% en mayo, según datos de Aduanas. El primer [+]



### *Siguen cayendo en picada las compras al exterior por encomiendas*

Los datos de la Dirección Nacional de Aduanas correspondientes al período enero-agosto de 2026 muestran que las compras al exterior canalizadas a través de envíos postales internacionales (EPI) cayeron mes a mes respecto a los mismos períodos de 2025. El informe, elaborado a partir del sistema LUCÍA y actualizado al 8 de setiembre, no registra [+]



### *"Los altos costos que enfrentan las empresas para operar erosionan su rentabilidad y su capacidad de crecer"*

¿Cómo fue el primer semestre para el comercio? Fue un semestre difícil. El deterioro no solo se refleja en las cifras, sino que también se percibe en el día a día de los comercios. Según la encuesta de actividad que realizamos desde la cámara en conjunto con Equipos, las ventas reales del sector cayeron 1,1% [+]

Tags: comercio local entrevistas IVA Temu

Noticia anterior
Lo que Gas Sayago todavía nos puede enseñar

Próxima noticia
Argentina: "Existen serios riesgos de una crisis económica si se profundizan las actuales políticas"



© 2026 La Mañana — Todos los derechos reservados.