Contrabando: el rol del Estado y de las plataformas de e-commerce

Un análisis sobre transparencia y formalización para la política pública en Argentina

Autores:
Ana Basco - Directora de Insight·LAC
Paula Garnero - Directora de Insight·LAC
Lautaro M. Ramirez - Asociado de Insight·LAC

Índice

Resumen ejecutivo **3**
Sección 1. Magnitud y contribución económica del comercio digital **7**
1.1 Una tipología del ecosistema digital 7
1.2 Panorama global: el comercio electrónico en el mundo 10
1.3 Evolución reciente del comercio electrónico en Argentina 13
1.4 Estructura de medios de pago 16
1.5 Compras al exterior y comercio transfronterizo 18
Sección 2. El problema de la informalidad y la oportunidad del comercio electrónico **21**
2.1 El problema de la informalidad y sus distintas caras 21
2.2 Desafíos y oportunidades del comercio electrónico frente a la informalidad económica 29
2.3 Alcances y límites de la trazabilidad del comercio electrónico frente al contrabando y a los mercados ilegales y grises 32
2.4 Niveles de trazabilidad según tipos de plataforma 39
Sección 3. Desafíos y oportunidades en política pública para una economía más transparente **43**
3.1 El primer debate: los modelos de responsabilidad de intermediarios de internet 45
3.2 El segundo debate: mecanismos de gobernanza por intermediarios en Argentina 52
3.3 ¿Cómo se combate el contrabando? 59
3.4 Líneas de política pública 67
Anexo metodológico **75**

Resumen ejecutivo

El contrabando y el comercio ilícito ganaron peso en la agenda pública durante 2025 y 2026, con estimaciones sectoriales que muestran un fuerte aumento en categorías como celulares, una creciente preocupación de las cámaras empresarias por la competencia desleal y proyectos de ley que atribuyen responsabilidad objetiva o solidaria, o el traslado de facultades de verificación y/o fiscalización, a plataformas digitales. Este informe analiza qué rol pueden cumplir esas plataformas y reconoce que algunos factores macroeconómicos, como la flexibilización cambiaria y la apreciación del peso, ampliaron la brecha de precios con otros mercados, pero se concentra en las oportunidades que ofrece el canal digital para transparentar las transacciones y contribuir a reducir el contrabando.

En este contexto, el comercio electrónico todavía representa una proporción acotada de las ventas minoristas en la Argentina, pero su crecimiento sostenido le ha permitido alcanzar una escala económica significativa. En 2025, se estima que el canal digital representó cerca del 15,5% de las ventas minoristas -con las limitaciones y el posible sesgo de sobreestimación explicados en el anexo metodológico[1] -: 15 de cada 100 pesos gastados en comercio minorista pasaron por el canal digital, sobre una base de 25 millones de compradores activos[2] y con un crecimiento nominal del 55%[3] que superó la inflación del período y se mantuvo positivo (+9% de crecimiento real en 2025) mientras el comercio físico acumulaba ocho meses consecutivos de caída[4].

El ecosistema digital no es una categoría homogénea. Incluye marketplaces de terceros que organizan o facilitan entornos digitales en los que compradores y vendedores pueden encontrarse y celebrar operaciones; plataformas de soluciones comerciales que permiten a cada vendedor administrar su propio canal de venta; y canales conversacionales, como redes sociales y aplicaciones de mensajería, que facilitan el contacto entre las partes sin necesariamente registrar la operación. La intervención concreta de cada actor depende de su modelo de negocio y de los servicios que efectivamente presta. Por ello, la organización del entorno digital no implica necesariamente que el marketplace sea parte de la compraventa, intervenga

[1] Estimación propia, ver metodología en Anexo metodológico
[2] Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2025). *Accesos residenciales a internet: Informes técnicos, Vol. 9, N° 300, tercer trimestre 2025*. INDEC. https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-26-71
[3] Cámara Argentina de Comercio Electrónico [CACE]. (2026). Estudio anual de comercio electrónico Argentina 2025. CACE.
[4] Confederación Argentina de la Mediana Empresa. (2025, diciembre). *Índice de ventas minoristas pyme: Diciembre 2025*. CAME. https://www.redcame.org.ar/novedades/14449/las-ventas-minoristas-pyme-bajaron-52-interanual-en-diciembre

directamente en su ejecución o ejerza un control integral sobre las conductas de sus usuarios. Cada arquitectura presenta capacidades diferentes de registro, visibilidad y generación de información, y esa heterogeneidad constituye el punto de partida para evaluar el rol y las obligaciones de cada actor.

La primera parte del informe **contextualiza el crecimiento del comercio digital minorista en Argentina:** su volumen de ventas y evolución reciente, la estructura de medios de pago, el comercio transfronterizo y el peso creciente del régimen courier. Incluye también una dimensión sobre el peso económico del canal en términos de empleo, ecosistema de vendedores y contribución fiscal.

La segunda parte aborda el problema de la informalidad económica y la oportunidad que la trazabilidad del comercio electrónico ofrece para reducirla. La informalidad opera en tres dimensiones analíticamente distintas: la informalidad tributaria, el contrabando aduanero y los mercados de producto (grises y negros) con legislación, causas y soluciones diferentes en cada caso. La distinción importa porque el comercio electrónico produce trazabilidad que es estructuralmente relevante para la informalidad tributaria doméstica, pero tiene capacidades muy distintas frente al contrabando y los mercados grises. La sección documenta ese contraste, apoyada en la evidencia microeconométrica más robusta disponible sobre el rol de los intermediarios en el cumplimiento fiscal, y analiza cómo la heterogeneidad del ecosistema (marketplaces, plataformas de infraestructura comercial y canales conversacionales) produce capacidades regulatorias cualitativamente distintas.

La tercera parte analiza los desafíos y oportunidades de política pública que abre ese diagnóstico. El punto de partida es el reconocimiento de que el contrabando y los mercados grises generan pérdidas fiscales significativas, distorsionan la competencia entre el canal formal y el informal y perjudican a quienes operan dentro del marco legal. Frente a esos problemas, algunas propuestas legislativas en Argentina han buscado ampliar las obligaciones y la responsabilidad de las plataformas de comercio electrónico respecto de los productos comercializados por terceros. Para evaluar estas iniciativas es necesario distinguir entre la responsabilidad por infracciones aduaneras ajenas y los deberes propios de identificación, información o actuación frente a irregularidades de las plataformas. El argumento central de esta sección es que esa vía no resulta suficiente para resolver esas problemáticas y puede generar costos desproporcionados cuando se aplica de manera general e indiferenciada, por tres razones: no ataca las causas del fenómeno, que son de naturaleza aduanera y de diseño regulatorio; puede asignar incorrectamente funciones de control cuando exige al intermediario verificar circunstancias ajenas a su intervención o información razonablemente disponible y genera efectos regresivos sobre los vendedores de menor escala, que son quienes más

dependen del canal digital para acceder al mercado formal. Esto no excluye obligaciones específicas de identificación de vendedores, información sobre productos, reporte y actuación ante irregularidades. Su justificación debe evaluarse según el riesgo, la intervención de la plataforma y la posibilidad efectiva de cumplimiento, distinguiéndose de la atribución automática de responsabilidad por el contrabando cometido por terceros. Cuando se comercializan localmente bienes previamente importados, la irregularidad aduanera puede anteceder a la intervención de la plataforma y su constatación requerir información que ésta no posee. En las operaciones transfronterizas, en cambio, la plataforma puede intervenir antes del ingreso del bien y disponer de datos útiles para su control. Los mercados grises, por su parte, responden a brechas de precios generadas por cargas tributarias asimétricas y barreras de homologación que hacen del canal informal una opción más conveniente para los compradores y vendedores que el formal. Frente a ello, existe una vía con mayor potencial para producir resultados: aprovechar la información que el Estado ya recibe a través de los regímenes de información vigentes, desarrollados de manera incremental desde 2018, y de distintos esquemas de cooperación con actores del ecosistema digital (procesadores de pago, billeteras virtuales y plataformas). Esa información ya está disponible. El desafío es construir la capacidad institucional para integrarla con los registros aduaneros y tributarios y orientar así el control hacia los operadores y las operaciones de mayor riesgo. La sección 3.1 desarrolla el análisis de los modelos de responsabilidad de intermediarios y explica por qué ninguno resuelve los problemas de informalidad e ilegalidad que motivaron su discusión. La sección 3.2 describe los regímenes de información, los mecanismos de recaudación anticipada y los esquemas de cooperación vigentes. La sección 3.3 analiza el caso específico del contrabando y sus límites frente a la trazabilidad digital. La sección 3.4 propone cuatro líneas de política concretas:

1. **Fortalecer la inteligencia aduanera** mediante una mayor interoperabilidad entre ARCA, la Dirección General de Aduanas y los organismos técnicos de control a la información transaccional que el ecosistema digital ya produce, para construir perfiles de riesgo por operador y pasar de controlar paquetes a identificar patrones.
2. **Redefinir los incentivos que alimentan el contrabando y los mercados grises**, alineando el régimen courier con el régimen comercial, garantizando el reconocimiento recíproco de certificaciones internacionales y evaluando periódicamente la proporcionalidad de regulaciones técnicas que operan como barreras de entrada.
3. **Acompañar la formalización de vendedores pequeños** mediante procedimientos simplificados y materiales oficiales de asistencia desarrollados por ARCA, con la eventual colaboración voluntaria de las plataformas en la difusión

de información general, recordatorios y enlaces a canales oficiales, cuando ello resulte técnica y operativamente viable.

4. **Construir un sistema de observación permanente del comercio digital**, encomendando a INDEC, con la eventual participación voluntaria de ARCA, la CACE y otros actores privados, una estimación anual de la distribución del comercio minorista por canal siguiendo la metodología del Manual OCDE-UNCTAD-FMI-OMC de 2023.

Tratar la economía digital como un sector separado de la economía real es cada vez más costoso en términos de política pública. El canal digital ya produce trazabilidad, ya retiene impuestos y coopera con organismos del Estado. La pregunta que guía este informe **es cómo institucionalizar esa integración de manera que contribuya a fortalecer la recaudación, reducir la informalidad y preservar el acceso al mercado formal de productores, vendedores y consumidores**.

Nota sobre las fuentes. El informe utiliza estadísticas oficiales, literatura académica y estudios de cámaras empresariales y empresas. Estos últimos aportan información relevante, pero sus resultados se interpretan considerando su cobertura, metodología e interés institucional. Los indicadores corporativos de actividad, empleo o moderación no equivalen por sí solos a estimaciones de impacto causal o de prevalencia del comercio irregular.

Sección 1. Magnitud y contribución económica del comercio digital

Mensaje clave. En 2025, el comercio electrónico argentino facturó 34.033.238 millones de pesos, con un crecimiento real cercano al 9%, y sumó 1,3 millones de nuevos compradores hasta alcanzar una base de 25 millones de personas. El canal creció mientras el comercio físico se contrajo, absorbiendo cuota de mercado en un año de retracción del consumo general. Ese dinamismo ocurrió sobre un ecosistema heterogéneo que incluye marketplaces de terceros, plataformas de tienda propia y canales conversacionales como Instagram y WhatsApp, cada uno con capacidades muy distintas de registro e información fiscalmente utilizable. Entender esa heterogeneidad es condición necesaria para evaluar el rol de cada actor en la economía.

1.1 Una tipología del ecosistema digital

El comercio electrónico es el segmento de la economía donde una transacción comercial (la compra o venta de un bien o servicio) se ordena a través de redes informáticas, independientemente de cómo se entregue o pague[5]. Es decir, lo que convierte una transacción en comercio electrónico no es el tipo de producto, ni el tamaño de la empresa, ni el canal de entrega, sino el hecho de que el pedido se realiza mediante medios digitales. Eso incluye desde una orden de compra entre dos empresas industriales procesada por sistema hasta un consumidor que compra ropa desde su celular a las once de la noche.

Ese universo amplio se puede categorizar según distintos conceptos. El primero es: ¿quiénes son las partes de la transacción? Esta es una clasificación basada en el tipo de actor que vende y que compra. Las transacciones entre empresas (B2B, por sus siglas en inglés *business to business*) abarcan la compra digital de insumos, servicios corporativos y bienes intermedios dentro de cadenas productivas. Estas constituyen la porción dominante del comercio electrónico global por volumen y son el segmento con mayor historia, dado que las primeras formas de intercambio electrónico entre empresas preceden a la web y se remontan a los sistemas EDI (*electronic data interchange* o intercambio electrónico de datos) de los años setenta. Las transacciones de empresa a consumidor (B2C, por sus siglas en inglés *business to consumer*) son el segmento más visible, el que motoriza los grandes marketplaces y las tiendas en línea, y el que mayor crecimiento ha tenido desde la masificación del acceso a internet en la segunda mitad de los años noventa. Las transacciones entre consumidores (C2C, por sus siglas en inglés

[5] *FMI, OCDE, UNCTAD y OMC. (2023). Handbook on measuring digital trade (2.ª ed.). OECD Publishing.* https://doi.org/10.1787/ac99e6d3-en

consumer to consumer) emergieron con plataformas de compraventa entre particulares, especialmente de bienes usados, y sitios de subastas en línea, y adquirieron escala masiva con el auge de las redes sociales como canal de venta.

El segundo tipo de categorización está basado en la pregunta: ¿qué rol cumple la plataforma en esa transacción? Aquí la pregunta no es por ambas partes sino por cómo participa la tecnología dentro de la transacción[6]. Algunos actores digitales son intermediarios de terceros. Este primer tipo conecta compradores y vendedores independientes sin tomar posesión del producto en ningún momento de la operación. La plataforma organiza el espacio de encuentro, procesa el pago y genera el registro, pero el bien pertenece al vendedor hasta que llega al comprador. **A este modelo corresponde la categoría de *marketplace de terceros*, definido como una plataforma multilateral que permite a vendedores externos interactuar con consumidores sin asumir propiedad sobre los productos ofrecidos**. Otros actores son vendedores directos que utilizan canales digitales propios. En este caso, la misma empresa que produce o distribuye el bien gestiona su tienda en línea sin intermediario entre ella y el consumidor. Un tercer tipo de actor (como redes sociales y mensajería) funciona como canal de comunicación a través del cual las partes coordinan un intercambio que puede ejecutarse por completo fuera de la plataforma, sin que esta tome registro de la transacción efectiva. Este tipo de transacciones son "transacciones ordenadas digitalmente pero sin plataforma intermediaria"[7] y los actores que ofrecen estas soluciones aparecen en la literatura como social commerce (s-commerce)[8] o conversational commerce (c-commerce)[9]. Este tipo de transacción se encuentra en un terreno menos definido debido a su difícil medición. Es posible que no toda transacción digitalmente habilitada caiga dentro de la definición estadística de comercio electrónico. La distinción entre plataformas que ordenan transacciones y plataformas que simplemente facilitan la comunicación es un problema metodológico todavía abierto a nivel internacional.

[6] OCDE. (2019). Unpacking e-commerce: Business models, trends and policies. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/23561431-en

[7] FMI, OCDE, UNCTAD y OMC. (2023). Handbook on measuring digital trade (2.ª ed.). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/ac99e6d3-en

[8] Lin, X., Li, Y., & Wang, X. (2017). Social commerce research: Definition, research themes and the trends. *International Journal of Information Management,* *37*(3), 190–201. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0268401216303784

[9] Messina, C. (2015, enero 16). Conversational commerce: Messaging apps bring the point of sale to you. Medium. https://medium.com/chris-messina/conversational-commerce-92e0bccfc3ff

Gráfico 1. *Tipología de actores del comercio electrónico*

Fuente: elaboración propia en base a OCDE (2019), UNCTAD, DTL Y ECDE (2024), Lin et al. (2017) y Messina (2015).

Los marketplaces de terceros adquirieron un papel relevante en la organización del ecosistema global de comercio electrónico. El valor de las operaciones facilitadas mediante 37 grandes plataformas de este tipo aumentó más del 55% durante el período pandémico. En términos de la OCDE, estas plataformas cumplen principalmente una función de organización o vinculación de la oferta y la demanda. Esa función las diferencia de un vendedor tradicional, pero no supone necesariamente que sean parte de las operaciones celebradas entre sus usuarios ni que controlen todos sus elementos. Según el modelo de negocio y los servicios efectivamente prestados, sus sistemas pueden registrar información vinculada con la publicación, la identidad declarada del

vendedor, el pedido, el precio o el pago. Esta capacidad de registro puede contribuir a la trazabilidad, aunque su alcance varía entre plataformas y no comprende necesariamente aspectos externos a su infraestructura, como la entrega material del producto, su origen aduanero o la documentación aportada fuera del entorno digital.

En síntesis, el ecosistema digital de comercio no es una categoría homogénea sino un conjunto de arquitecturas técnicas y modelos de negocio con capacidades muy distintas de registro, trazabilidad y visibilidad regulatoria. Reconocer esa heterogeneidad es el punto de partida necesario para evaluar el rol específico de cada tipo de actor en el comercio argentino. En Argentina, esa heterogeneidad es particularmente pronunciada. El ecosistema incluye desde *marketplaces* de alcance regional con millones de vendedores registrados como Mercado Libre, hasta plataformas de tienda propia como Tiendanube y Empretienda, pasando por las tiendas digitales de grandes cadenas minoristas como Frávega, Falabella o Cencosud o de pequeñas empresas y canales conversacionales masivos como Instagram y WhatsApp. En términos metafóricos, mientras que los marketplaces son “shoppings” en donde vendedores alquilan locales, las tiendas digitales de marcas individuales funcionan como “locales a la calle”. El *social commerce*, en tanto, puede funcionar de ambas maneras. En la próxima parte se profundizará sobre la magnitud y proporción de cada uno de estos canales en el comercio electrónico argentino.

Vale señalar que estas categorías no son mutuamente excluyentes. Algunas plataformas operan simultáneamente como intermediarias de terceros y como vendedoras directas de productos de su propio stock, lo que en la literatura especializada se denomina modelo híbrido. Esta circunstancia no altera las conclusiones del presente informe, las cuales resultan igualmente aplicables atendiendo, en cada caso, al rol efectivamente desempeñado por la plataforma en la operación de que se trate. Estas modalidades no son estáticas. Actores que surgieron como vendedores directos de primera parte (donde la plataforma adquiere y comercializa el producto en nombre propio) han incorporado progresivamente vendedores de tercera parte, mientras que otros nacidos como marketplaces puros han desarrollado operaciones propias en determinadas categorías. En todos los casos, la condición para que la operación sea considerada comercio electrónico es una sola: que el pedido se realice a través de redes informáticas, independientemente de cómo se entregue el producto o se ejecute el pago.

1.2 Panorama global: el comercio electrónico en el mundo

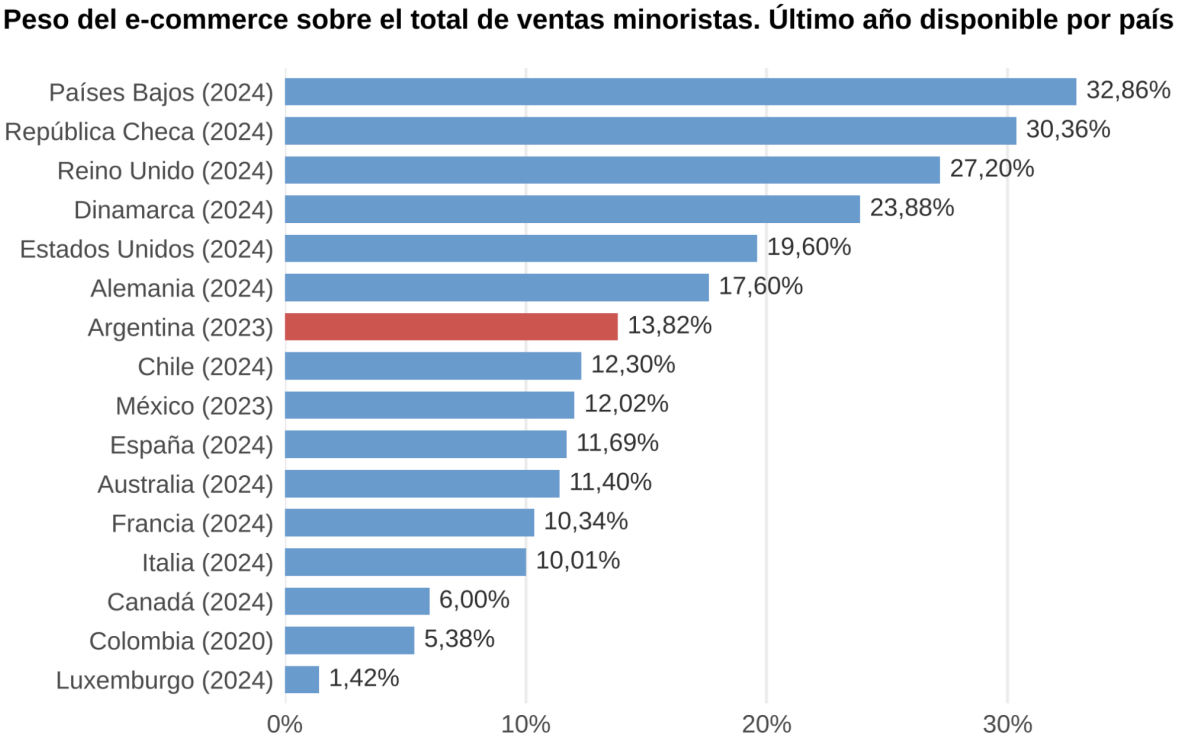
El comercio electrónico ya es una de las actividades económicas de mayor escala del mundo, con ventas que superan los 27 billones de dólares anuales. Según la nota técnica publicada en 2024 por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre

Comercio y Desarrollo (UNCTAD)[10], las ventas digitales entre empresas alcanzaron esa cifra en 2022. El volumen equivale a más del producto combinado de Alemania y Japón, y representa un crecimiento de casi el 60% respecto a 2016. Sin embargo, esa cifra agrega dos fenómenos distintos que conviene separar para entender el rol de los marketplaces. La mayor parte de los 27 billones corresponde a transacciones entre empresas (B2B o *business to business*) en sectores como logística, insumos o servicios corporativos ordenados digitalmente, mientras que la venta directa al consumidor final (B2C o *business to consumer*) no supera la cuarta parte del total en la mayoría de las economías. El volumen global de ventas minoristas en línea se estimaba en 2022 en torno a los 6 billones de dólares.

La penetración del canal digital en el comercio minorista varía enormemente según el país, pero en todos los casos crece más rápido que la economía en su conjunto. Países Bajos, el Reino Unido y República Checa son los mercados más avanzados, con entre el 25 y el 33% de sus ventas minoristas totales realizadas en línea. Estados Unidos se ubica en torno al 19%. La mayoría de las economías oscila entre el 5 y el 10%. Cifras experimentales de UNCTAD indican que en todos estos contextos las ventas de comercio electrónico se expanden significativamente más rápido que el producto bruto interno, lo que refleja un desplazamiento estructural del consumo hacia el canal digital que no se revierte en períodos de desaceleración.

[10] United Nations Conference on Trade and Development. (2024). *Business e-commerce sales and the role of online platforms* (UNCTAD Technical Notes on ICT for Development, No. 1; UNCTAD/DTL/ECDE/2024/3).
https://unctad.org/system/files/official-document/dtlecde2024d3_en.pdf

Gráfico 2. *Proporción del e-commerce sobre el total de ventas minoristas por país, último año disponible (en porcentajes)*



Fuente: Elaboración propia en base a UNCTAD (Digital Economy Report), ARCA, INDEC, CACE, Banco Central de Chile.
Nota: El dato de Argentina se estimó en base al peso del canal minorista en el total del comercio (56,7%), el total de ventas de comercio en 2023 (Anuario ARCA) y las ventas ecommerce relevadas por CACE.

Fuente: UNCTAD, Banco Central de Chile, INDEC, ARCA y CACE.
Nota: la estimación realizada para Argentina tiende a sobreestimar la penetración del canal digital en las ventas minoristas. Se construyó a partir de la relevancia del canal minorista sobre el comercio total y de las ventas registradas por la AFIP en 2023. Es decir, queda por fuera del cálculo el comercio informal en puestos físicos. Para más detalle ver nota metodológica del Anexo

Las economías en desarrollo participan de esa tendencia global, pero con una asimetría estructural que persiste. Aun generando cerca del 40% del PBI mundial, concentran una porción considerablemente menor de las ventas globales de comercio electrónico. Las brechas en infraestructura digital y en sistemas de pago explican parte de esa distancia, pero también lo hace un déficit estadístico relevante, ya que se carece de estadísticas confiables sobre el valor de sus transacciones en línea. América Latina presenta una situación heterogénea. Mientras que países como Argentina (13,8%), Chile (12,3%) y México (12,0%) se encuentran en valores estimados cercanos a los de países desarrollados como España (11,7%) y Australia (11,4%), otros países como Colombia (5,4%) presentan valores sustancialmente menores. Argentina se inscribe en esa tendencia desde una posición de madurez relativa dentro de la región. Con más de dos décadas de desarrollo del ecosistema de comercio electrónico y con indicadores de

penetración por encima del promedio latinoamericano, el país ha consolidado un canal que ya forma parte estructural del consumo doméstico.

1.3 Evolución reciente del comercio electrónico en Argentina

En 2025 el comercio electrónico argentino facturó 34.033.238 millones de pesos, con un crecimiento nominal del 55% respecto de 2024. Para dimensionar ese crecimiento, sin embargo, es necesario considerar la evolución de los precios.[11] Deflactada por el índice de precios promedio anual, la facturación del canal creció aproximadamente un 9% en términos reales, acercándose a los niveles de 2023 tras la fuerte retracción de 2024. La evolución de las unidades vendidas permite complementar esta lectura y observar con mayor precisión la expansión efectiva del canal. Las unidades vendidas crecieron 28% respecto de 2024, luego de estancarse entre 2023 y 2024, y alcanzaron 645 millones de productos vendidos. El contraste entre ambos indicadores permite delinear el tipo de crecimiento que atravesó el canal durante 2025. Las órdenes de compra aumentaron 3% y llegaron a 253 millones de transacciones, mientras que el ticket promedio subió 46% en términos nominales superó la inflación anual del 31,5% citada en el informe[12].

Además, el peso económico del canal se extiende al empleo generado de manera directa o indirecta para el canal digital. Según datos de CACE[13], el 44% de las empresas que operan en comercio electrónico reasignó o incorporó personal al sector en 2025, con un promedio de 5 nuevos empleados por empresa. A nivel local, el Informe Efecto MELI Argentina publicado en 2026 registra que 330.000 PyMEs y emprendedores vendieron en Mercado Libre en 2025, de los cuales un 51% vendió en ciudades que antes no vendía. Asimismo, para casi el 50% es su canal principal de ventas, y para el 20% representa el 50% de su facturación o más[14].

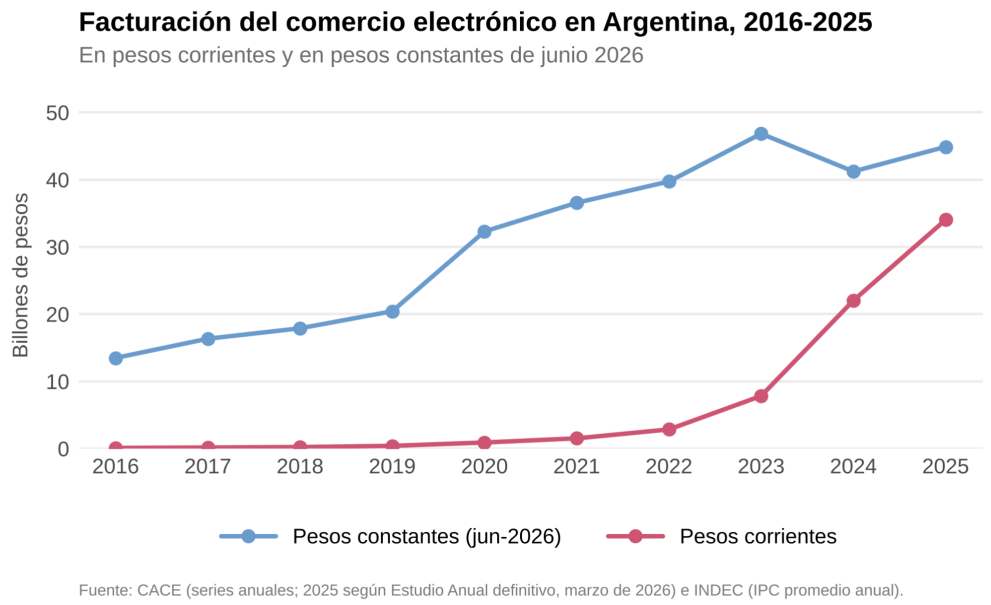
[11] CACE (2026). Los Argentinos y el e-commerce. ¿Cómo compramos y vendemos online? Disponible en https://cace.org.ar/pages/estadisticas?srsltid=AfmBOoo2F0f6-JQL1qAQ5E33bQppnD5nB_IMv7nAx4kowg1O9XOkV43N

[12] Cámara Argentina de Comercio Electrónico [CACE]. (2026). Estudio anual de comercio electrónico Argentina 2025. CACE.

[13] Cámara Argentina de Comercio Electrónico [CACE]. (2026). Estudio anual de comercio electrónico Argentina 2025. CACE.

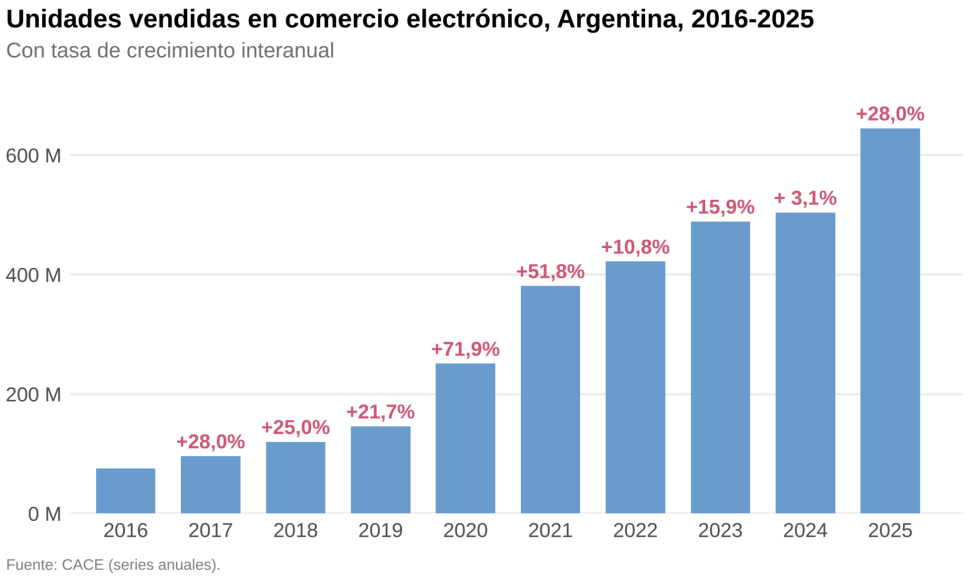
[14] Mercado Libre. (2026). *Efecto MELI: El impacto de nuestro ecosistema en la economía de Argentina*.https://efectomeli.com/es/ar/emprendedores-y-pymes-en-argentina

Gráfico 3. *Evolución de la facturación del comercio electrónico en Argentina, 2016-2025, en pesos corrientes y en pesos constantes de junio de 2026.*



Fuente: CACE (series anuales, valor 2025 según Estudio Anual definitivo, marzo de 2026) e INDEC. Pesos constantes deflactados por IPC promedio anual.

Gráfico 4. *Evolución de las unidades físicas vendidas del comercio electrónico en Argentina, 2016-2025, con tasa de crecimiento interanual señalada.*

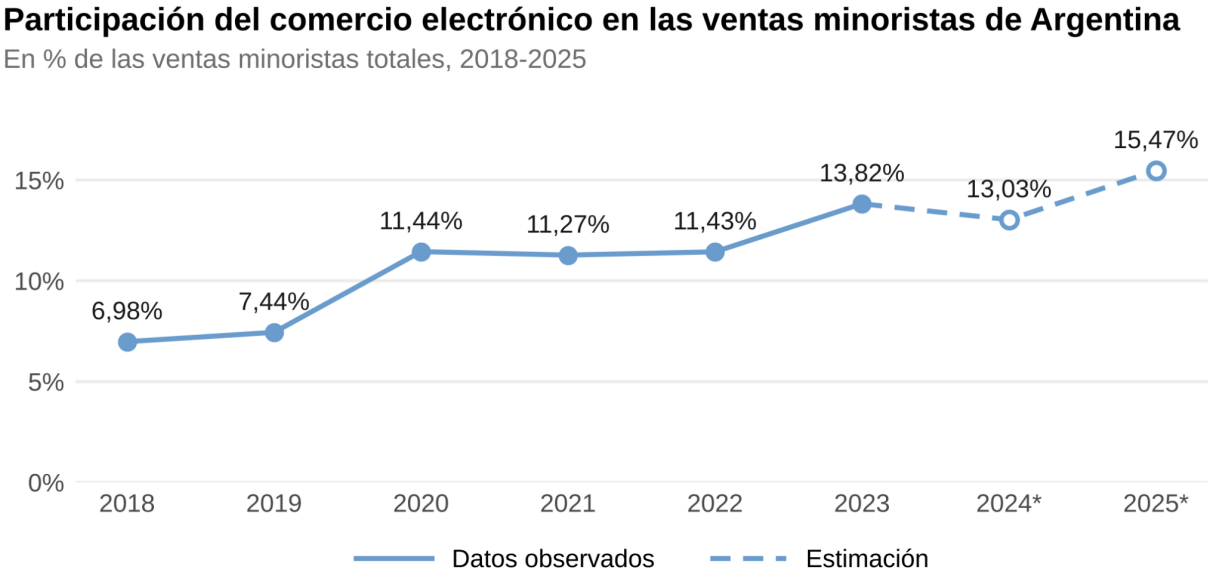


Fuente: CACE, series anuales.

La comparación con el desempeño general del comercio minorista argentino durante 2025 es especialmente relevante para dimensionar la escala del fenómeno. El índice de ventas minoristas pyme relevado por CAME acumuló ocho meses consecutivos de caída interanual. Simultáneamente, el comercio electrónico registró un aumento del 32,3% interanual en diciembre y del 14,1% acumulado en el año, según el relevamiento de consumo masivo de Scentia. La divergencia entre ambos indicadores muestra que el canal digital no acompañó la contracción general del consumo sino que se movió en sentido contrario.

Según datos del INDEC, ARCA y CACE, la participación del canal digital en las ventas minoristas pasó de alrededor del 7% en 2018 y 2019 a cerca del 11,4% entre 2020 y 2022, y alcanzó el 13,8% en 2023. La pandemia produjo un salto de escala que no se revirtió con la vuelta a la presencialidad laboral y la normalización de las formas de comercio. El nivel alcanzado en 2020 se sostuvo durante los dos años siguientes y volvió a subir en 2023. Las estimaciones para los últimos dos años muestran una leve baja en 2024 (13,0%), en línea con la caída real de la facturación del canal ese año, y un nuevo máximo en 2025 (15,5%). La expansión también se refleja en la base de compradores. En 2025 se incorporaron cerca de 1,3 millones de nuevos compradores, con lo que el total de personas que realizaron al menos una compra online en el año alcanzó los 25 millones.

Gráfico 5. *Participación del canal digital sobre el total del comercio minorista argentino, 2018-2025.*



Fuente: elaboración propia en base a CACE, ARCA e INDEC.
* Estimación: al no contarse con las ventas registradas en ARCA para 2024 y 2025, el denominador se estimó a partir de Cuentas Nacionales (ver Anexo metodológico).

Fuente: CACE, ARCA, INDEC.

Nota: los datos presentados para 2024 y 2025 son una estimación menos robusta que los años anteriores, ya que aún no se cuenta con el nivel de ventas registradas en ARCA para estos años. Por tal motivo, hay discrepancias entre el nivel reportado y el movimiento general del canal ecommerce con respecto a las ventas en puntos físicos.

1.4 Estructura de medios de pago

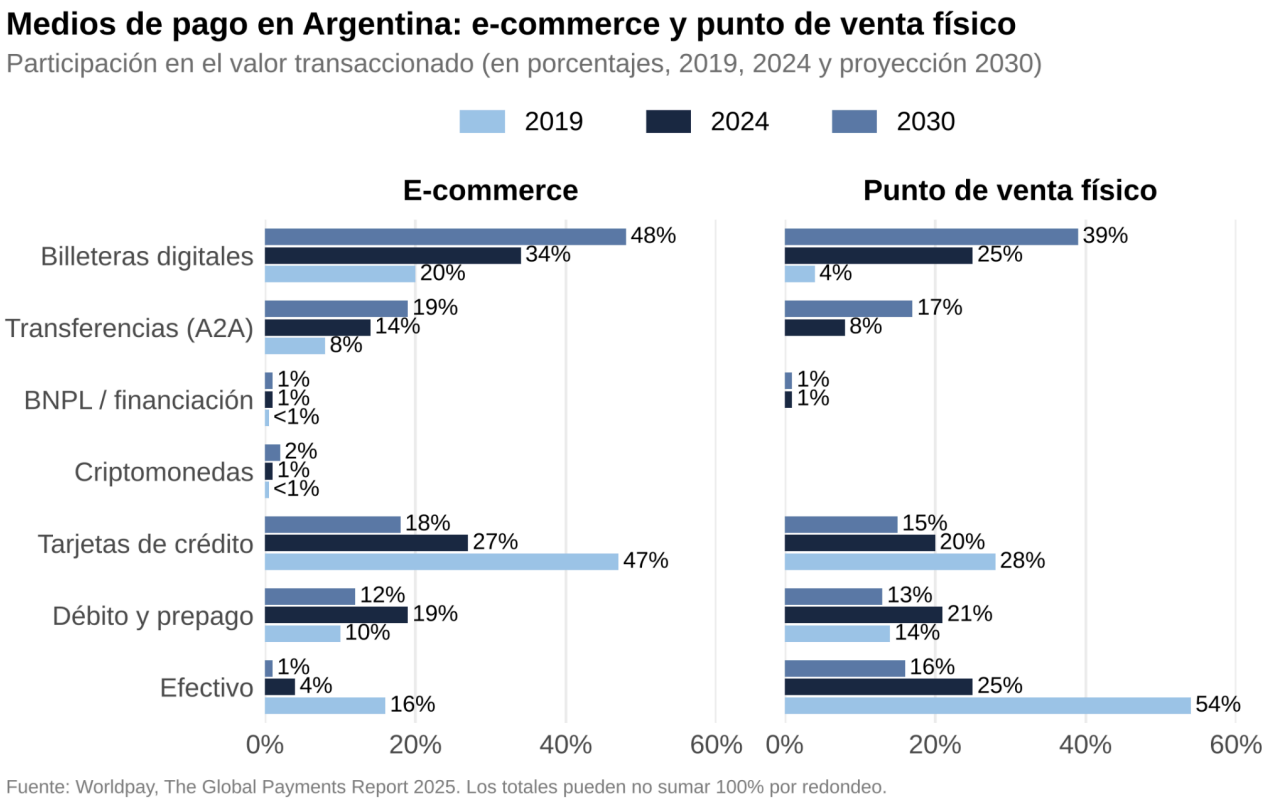
Uno de los rasgos definitorios del comercio electrónico argentino es la casi total ausencia del dinero en efectivo como medio de pago. Según los datos de la fase de oferta de la CACE, en 2025 las tarjetas de crédito continuaron liderando con un 67% de la facturación, seguidas por un 22% que sumaron las billeteras electrónicas (20%) junto con las transferencias bancarias (2%), y las tarjetas de débito que representaron el 10%. En tanto, el pago en efectivo a través de sistemas como Pago Fácil o Rapipago se mantiene en un nivel marginal del 1% del total transaccionado. Esta estructura digital de pagos contrasta notablemente con la del comercio minorista físico tradicional, donde el uso del efectivo aún conserva una alta relevancia.

La composición de los medios de pago tiene implicancias directas sobre la trazabilidad de las operaciones. Cada instrumento electrónico deja un registro verificable de la transacción que involucra al menos tres partes independientes: el

comprador, el vendedor y el prestador del servicio financiero. La convergencia hacia estructuras de pago digitalizadas es uno de los cambios estructurales más significativos del período reciente, con Argentina liderando en América Latina el uso de billeteras electrónicas y la adopción de códigos QR interoperables como estándar de pago cotidiano.

Los datos de Worldpay sobre la evolución de los medios de pago refuerzan el diagnóstico. En el comercio electrónico, las billeteras digitales pasaron del 20% del valor transaccionado en 2019 al 34% en 2024, mientras que las tarjetas de crédito cayeron del 47% al 27% y el efectivo se contrajo del 16% al 4%. En el punto de venta físico, un mercado considerablemente mayor, la dirección es convergente aunque el punto de partida difiere: el efectivo representaba el 54% de las transacciones presenciales en 2019 y para 2024 se redujo a la mitad, mientras que las billeteras digitales pasaron del 4 al 25%. La combinación de billeteras y transferencias cuenta a cuenta concentraba apenas el 4% del valor en punto de venta físico en 2019 y alcanzó el 33% en 2024, **lo que confirma que la digitalización de los pagos trasciende el canal electrónico.**

Gráfico 6. *Participación de medios de pago según canal de venta, 2019, 2024 y estimación 2030.*



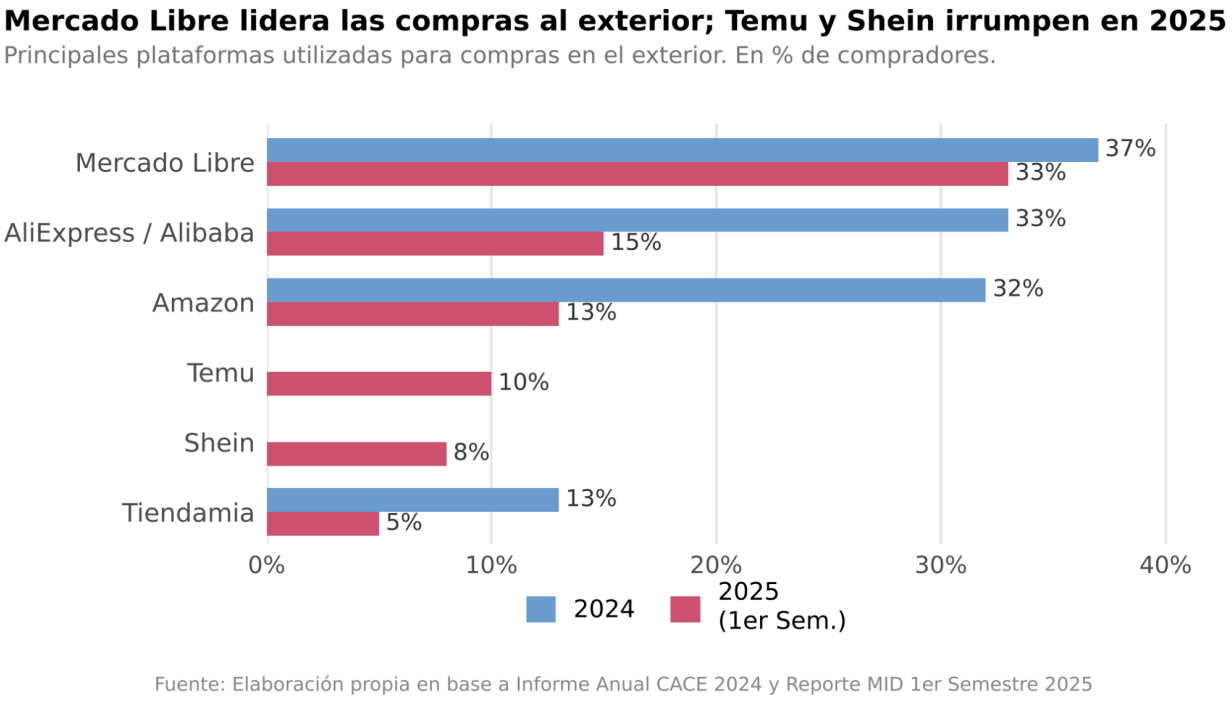
Fuente: Worldpay, The Global Payments Report 2025. Los totales pueden no sumar 100% por redondeo.

Fuente: Worldpay, The Global Payments Report 2025.

1.5 Compras al exterior y comercio transfronterizo

Un fenómeno de segundo orden que emergió con fuerza durante 2025 es la compra directa de consumidores argentinos en plataformas del exterior, particularmente en plataformas asiáticas y estadounidenses. El 47% de los compradores online realizó al menos una compra en el exterior durante 2025, con un crecimiento del 32% respecto de 2024 en las compras a plataformas asiáticas y del 211% en el uso del régimen *courier.* El canal *courier* es el sistema de ingreso y salida internacional de paquetes gestionado por empresas privadas de mensajería y transporte expreso, como DHL, FedEx o UPS. A diferencia de una importación tradicional, que suele requerir un despachante y un trámite aduanero más complejo, el *courier* funciona con un régimen simplificado: la empresa transportista presenta la información del envío, gestiona buena parte del trámite ante Aduana y entrega el paquete al destinatario directamente. Entre las principales plataformas de origen extranjero utilizadas por los consumidores argentinos se destacan AliExpress, Amazon, Temu y Shein, cuya evolución se presenta en el Gráfico 7 para 2024 y el primer semestre de 2025. Este fenómeno se apoya en cambios regulatorios recientes en materia de aranceles aduaneros y régimen *courier*, específicamente la eliminación de aranceles para los primeros 400 dólares de cada envío, el incremento del límite de importación a 3.000 dólares y la autorización de hasta 5 envíos personales anuales sin trámites adicionales.

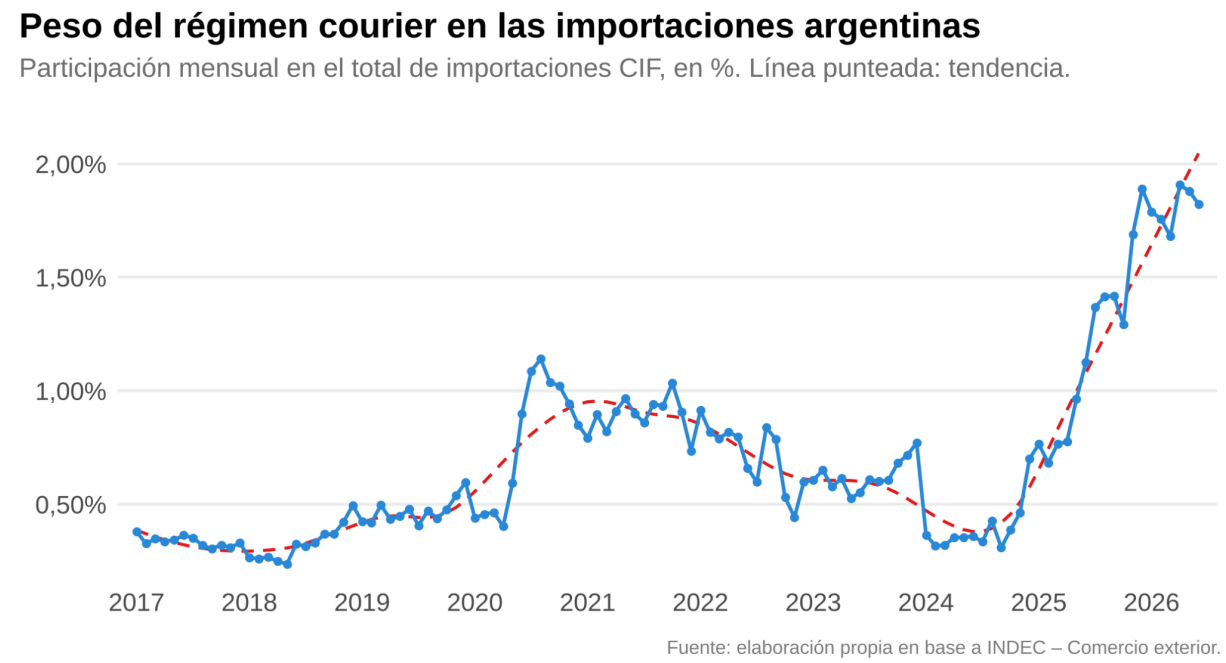
Gráfico 7. *Distribución de las plataformas del exterior utilizadas por consumidores argentinos en 2024 y primer semestre de 2025.*



Fuente: CACE, fase de demanda.

El régimen *courier* dejó de ser un canal marginal dentro de las importaciones argentinas y pasó a tener un peso significativamente mayor desde la reforma de fines de 2024. Entre 2017 y 2024, su participación se mantuvo generalmente por debajo del 1% de las importaciones mensuales, aunque superó levemente ese umbral en algunos meses de 2020 y 2021. A partir de 2025, sin embargo, se produjo un salto de escala: el canal pasó del 0,70% de las importaciones en diciembre de 2024 al 1,89% un año después, y durante el primer semestre de 2026 se mantuvo en torno al 1,8%. Es decir, en poco más de un año, el peso del courier se multiplicó varias veces respecto de sus niveles históricos. **Este crecimiento plantea además un desafío relevante para la política pública: la información disponible no permite conocer con suficiente detalle qué bienes ingresan por esta vía**, lo que genera un vacío estadístico justamente en un canal cuya importancia relativa viene aumentando con rapidez.

Gráfico 8. *Proporción del régimen courier sobre el total de las importaciones mensuales, 2017-2026.*



Fuente: INDEC.

Sección 2. El problema de la informalidad y la oportunidad del comercio electrónico

Mensaje clave. Con una evasión en el IVA del comercio que sigue siendo una de las más altas entre las actividades económicas medidas, Argentina enfrenta un problema estructural que los ciclos de crecimiento no logran revertir. La informalidad económica opera en dimensiones analíticamente distintas, la tributaria, la aduanera y los mercados grises y negros, que requieren herramientas de política diferenciadas y que el comercio electrónico afecta de manera desigual. La literatura micro econométrica más robusta disponible demuestra que **el factor determinante del cumplimiento tributario no es la voluntad del contribuyente sino la arquitectura informacional del sistema en el que opera:** cuando un régimen jurídico exige a un tercero independiente registrar determinada información y reportarla al fisco, se reduce el espacio para sostener declaraciones inconsistentes con esos datos. Algunos marketplaces, según su arquitectura y los servicios que efectivamente prestan, pueden generar registros relevantes para ese propósito. Sin embargo, la generación de información no los convierte automáticamente en sujetos obligados a reportarla, retener impuestos o ejercer funciones de fiscalización: esas obligaciones solo existen cuando una norma aplicable las establece expresamente y dentro de los límites definidos por ella. Frente al contrabando y los mercados grises, en cambio, las plataformas tienen capacidades sustancialmente más acotadas. El contrabando es un fenómeno aduanero que, en las operaciones domésticas de reventa de bienes previamente importados, puede haberse configurado antes de la intervención de la plataforma, y los mercados grises pueden verse favorecidos por distorsiones de diseño regulatorio —como brechas arancelarias y costos de certificación u homologación— que los sistemas de moderación de publicaciones no pueden resolver por sí solos. Reconocer esa heterogeneidad es la condición necesaria para construir una política pública que aproveche lo que el canal digital efectivamente produce sin atribuirle responsabilidades que no puede cumplir.

2.1 El problema de la informalidad y sus distintas caras

La informalidad tributaria es uno de los problemas estructurales de las economías en desarrollo y tiene consecuencias negativas para todos los actores de una sociedad. En las economías periféricas, la convivencia persistente entre sectores de alta productividad y de muy baja productividad convierte a la informalidad en un fenómeno estructural, y no simplemente en el resultado de decisiones individuales[15]. **La informalidad básicamente consiste en un conjunto de actividades generadoras de**

[15] Pinto, A. (1970). Naturaleza e implicaciones de la "heterogeneidad estructural" de América Latina. El Trimestre Económico, 37(145), 83–100.

ingreso pero no reguladas por el Estado[16]. Sin embargo, todos los actores perciben consecuencias negativas de esta problemática. Para las **empresas formales,** la informalidad implica competencia desleal de unidades que reducen sus costos al eludir cargas tributarias, deteriorando los incentivos a la formalización y presionando a la baja sobre los estándares del conjunto del sector. Para el **Estado,** implica una base tributaria reducida que limita la capacidad de financiar bienes públicos y que concentra la carga fiscal sobre un universo más acotado de contribuyentes, generando presiones adicionales sobre las tasas y alimentando un círculo donde la formalidad resulta comparativamente más costosa. Para la **economía en su conjunto,** la informalidad deprime la productividad agregada al mantener activas unidades de baja escala que no acceden a crédito formal, no invierten en tecnología y no participan de las cadenas de valor que requieren certificación y trazabilidad.

La informalidad tiene distintas dimensiones y es necesario distinguirlas para identificar causas y soluciones posibles. A los efectos de este informe, se abordan: la informalidad tributaria, el contrabando o irregularidad aduanera, los mercados negros, comprendidos por los artículos prohibidos y los productos falsificados; y los mercados grises, comprendidos por la comercialización de bienes sin la debida autorización o certificación regulatoria y por bienes que se venden por fuera de su canal de venta oficial. Una unidad productiva puede estar registrada y cumplir con sus obligaciones tributarias, pero comercializar productos por fuera de la red de distribución autorizada por el fabricante, operando en el denominado **mercado gris**. Del mismo modo, un bien que ingresó de contrabando puede ser posteriormente comercializado a través de canales de distribución no oficiales (mercado gris). A la inversa,un producto genuino y lícito, puede ser comercializado a través de un mercado gris sin haber violado ninguna norma aduanera en su ingreso. Por lo tanto, estas dimensiones son **analíticamente independientes, aunque en la práctica pueden superponerse de distintas maneras**. Distinguirlas resulta relevante porque cada una responde a problemáticas diferentes y plantea desafíos y oportunidades específicos para el comercio electrónico. En la siguiente tabla se sistematizan las principales categorías de informalidad e ilegalidad y sus posibles intersecciones.

[16] Castells, M. & Portes, A. (1989). World underneath: The origins, dynamics, and effects of the informal economy. En A. Portes, M. Castells & L. A. Benton (Eds.), The informal economy: Studies in advanced and less developed countries (pp. 11–37). Johns Hopkins University Press.

Tabla 1. Tipos de informalidad e ilegalidad en una economía

Dimensión	En qué consiste	Legislaciones (no taxativas) que incluyen requerimientos de formalidad
Informalidad tributaria	Incumplimiento de obligaciones de inscripción, facturación o declaración: la unidad económica no se encuentra inscripta en el régimen tributario correspondiente a su actividad, permanece en una categoría que no refleja su nivel de operaciones o incumple sus obligaciones de facturación y declaración.	Ley 11.683 de Procedimiento Tributario (obligaciones de inscripción y declaración ante ARCA), la Ley 24.977 del Régimen de Monotributo, normas del Régimen General de IVA y Ganancias, posiblemente Ley General de Sociedades 19.550
Contrabando (delito aduanero)	**Ingreso o egreso de mercaderías mediante ardid o engaño que impide o dificulta el control del servicio aduanero: ocultamiento, uso de pasos no habilitados, documentación falsa u otras maniobras destinadas a eludir tributos, prohibiciones o restricciones. Lo que define al contrabando es la intención de burlar el control, no el tipo de producto: puede involucrar productos genuinos o falsificados, permitidos o prohibidos.** **Cuando el valor de la mercadería no supera el umbral fijado por la ley, la conducta se trata como contrabando menor y se sanciona como infracción administrativa, no como delito.**	**Código Aduanero, Ley 22.415, artículos 863 a 876 (delito de contrabando) y artículo 947 (contrabando menor)**
Infracciones aduaneras (irregularidad aduanera)	**Incumplimiento de obligaciones aduaneras sin el ardid o engaño que caracteriza al contrabando. Incluye declaraciones inexactas sobre la cantidad, calidad, valor, origen o clasificación arancelaria de la mercadería, el incumplimiento de las condiciones de regímenes como la importación temporaria y la transgresión de obligaciones formales. La subfacturación, por ejemplo, suele encuadrarse como declaración inexacta.** **Puede derivar de error, negligencia o de una conducta deliberada que no llega a configurar contrabando, y se sanciona en sede administrativa, principalmente con multas. Todo contrabando es una**	**Código Aduanero, Ley 22.415, Sección XII, Título II (infracciones aduaneras), entre ellas la declaración inexacta (artículo 954)**

	irregularidad aduanera, pero no toda irregularidad aduanera es contrabando.	
Artículos prohibidos o de comercialización restringida (mercado negro)	Bienes cuya producción, importación, tenencia, distribución o comercialización está prohibida, o sujeta a un régimen especial de control por razones de seguridad, salud u orden público. La ilegalidad deriva de una prohibición o restricción sobre el producto en sí, y no del canal a través del cual se vende ni de la situación tributaria del vendedor. Dependiendo del producto, la prohibición puede ser absoluta —el bien no puede comercializarse, como los estupefacientes— o relativa —solo puede comercializarse con autorizaciones específicas y por circuitos habilitados, como las armas o los medicamentos de venta bajo receta—. Los bienes lícitos que no cumplen requisitos técnicos o regulatorios generales, como homologaciones o certificaciones, no integran esta categoría.	Código Penal; Ley 23.737 de estupefacientes; Ley 20.429 de armas y explosivos; Ley 16.463 de medicamentos, según corresponda
Productos falsificados (mercado negro)	Bienes que reproducen, imitan o utilizan sin autorización marcas, signos distintivos, diseños u otros elementos protegidos por derechos de propiedad intelectual, de manera que se presentan o pueden ser percibidos como productos originales o vinculados con su titular legítimo. A diferencia de los artículos prohibidos, el tipo de producto puede ser perfectamente lícito: la ilegalidad deriva de la falsificación, del uso no autorizado de derechos de terceros o de la falsa representación sobre el origen o autenticidad del bien.	Ley de Marcas 22.362 Ley 11.723 de Propiedad Intelectual y Decreto-Ley 6673/63 de Modelos y Diseños Industriales, según corresponda

Comercialización de productos genuinos fuera de las redes oficiales de distribución (mercado gris en sentido estricto)	Comercialización de productos genuinos por fuera de las redes de distribución oficiales o autorizadas por el fabricante. Lo "gris" reside en el canal de comercialización: el producto es auténtico, pero es vendido por actores que no forman parte de la red oficial de distribución de la marca. Esta dimensión es independiente del cumplimiento tributario, aduanero y regulatorio. Un producto comercializado en el mercado gris puede haber sido importado legalmente, con el pago de los tributos correspondientes, y cumplir con todos los requisitos técnicos o sanitarios exigibles en el mercado local. A su vez, el mercado gris puede superponerse con otras formas de irregularidad. Por ejemplo, un producto genuino comercializado fuera de la red oficial puede haber ingresado mediante contrabando o no contar con la homologación, certificación eléctrica, registro sanitario u otra autorización exigida para su comercialización.	No existe una norma pública específica: se rige por acuerdos entre privados (por ejemplo, contratos con distribuidores oficiales)
Comercialización de productos sin habilitación regulatoria (mercado gris en sentido amplio)	Muchas veces denominados como "mercados grises", comprende la comercialización de productos genuinos y cuya categoría es lícita, pero que no cumplen con uno o más requisitos regulatorios exigidos para su comercialización en el mercado local. Estos requisitos pueden incluir homologaciones técnicas, certificaciones de seguridad o eficiencia energética, registros o autorizaciones sanitarias, etiquetado obligatorio u otras condiciones establecidas por la regulación sectorial. La irregularidad no deriva de la naturaleza del producto ni de una prohibición general de comercializarlo, sino de la falta de cumplimiento de una condición regulatoria necesaria para su comercialización legal. Asimismo, se diferencia del mercado gris en sentido estricto, ya que un producto puede comercializarse fuera de la red oficial del fabricante y cumplir con las exigencias regulatorias locales, o ser vendido por un distribuidor autorizado y, aun así, presentar algún incumplimiento regulatorio.	Homologación ante ENACOM: Ley Argentina Digital 27.078 y Resolución 57/2026 Certificación de seguridad eléctrica: Resolución SIC 16/2025 Certificación de seguridad de juguetes: Resoluciones 163/2005 y 313/2025 Certificación de autopartes: Ley 24.449 y Decreto 196/2025 Autorización sanitaria para alimentos, suplementos y cosméticos: Ley 18.284 (Código Alimentario Argentino) y normativa ANMAT

Fuente: elaboración propia

En Argentina, cada dimensión exhibe niveles elevados. En la **dimensión tributaria,** el comercio en general se posiciona en tercer lugar en cuanto a la evasión del IVA, por debajo de la construcción y los servicios (que incluyen servicios domésticos y cuidado, sumamente informales). Presumiblemente, el canal minorista se encuentra atravesado por una mayor incidencia de esta problemática, ya que se trata de un canal más diversificado en sus actores y en sus niveles de productividad, a diferencia del canal mayorista concentrado en grandes marcas. **Sin embargo, desde 2017 la incidencia de la evasión ha disminuido considerablemente, pasando desde el 60% de la recaudación potencial en 2017 al 42% en 2023, en gran medida impulsada por la fuerte digitalización de los medios de pago y los canales de venta**, según una estimación del Centro de Estudios Tributarios de la Universidad Austral (2025). Según los autores, "la digitalización de la economía parece ser un factor positivo y fundamental en la caída de la evasión" y apuntan que entre 2019 y 2023 crecieron un 15,3% los CUITs jurídicos registrados en el sistema financiero y un 42,6% las cuentas bancarias asociadas a esos CUITs, con un incremento del 9% en 2023 de la cantidad de transacciones financieras entre empresas[17].

En materia de contrabando y comercio ilícito, un estudio de ASIPI (Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual) estima que el comercio ilegal representa el 5,06% del PBI argentino, con impacto documentado en sectores como indumentaria, electrónica y tabaco[18]. Entre los principales productos que ingresan por contrabando a Argentina se encuentran los celulares (se estima que un tercio de los teléfonos celulares del país ingresó de forma ilegal), tabaco, bebidas alcohólicas, ropa y calzado, entre otros.

En todos los casos se trata de un fenómeno marcado por las diferencias de precios existentes con países cercanos, tales como Paraguay y Bolivia, que presentan leyes laborales menos rigurosas, menores impuestos y un menor control sobre los productos[19]. En el caso del tabaco, los cigarrillos pueden costar hasta tres veces más en Argentina que en Paraguay debido a que los impuestos representan

[17] Diagnóstico de informalidad de la economía en Argentina, Centro de Estudios Tributarios, Universidad Austral, Informe N°3, Noviembre de 2025. Disponible en https://www.austral.edu.ar/wp-content/uploads/2025/11/CET-INFORME-N%C2%B0-3-INFORMALIDAD_v4.pdf?x50768&x50768

[18] ASIPI (2025). Estudio sobre el impacto de la falsificación y el contrabando en el desarrollo económico y social de América Latina. Disponible en https://asipi.org/biblioteca/wp-content/uploads/sites/14/download-manager-files/Estudio-Falsificacion-Final_.pdf

[19] Véase https://www.lanacion.com.ar/economia/informe-reservado-un-fenomeno-que-crece-debajo-de-las-napas-nid31052026/ y https://elpais.com/argentina/2026-07-04/de-ropa-a-termos-para-el-mate-y-celulares-productos-de-contrabando-inundan-el-mercado-argentino.html

cerca del 80% del precio final del producto, lo que convierte al norte del país en una de las zonas más vulnerables al ingreso irregular[20]. En el mercado de celulares, estimaciones sectoriales de AFARTE —cámara empresaria que agrupa a fabricantes de bienes electrónicos de consumo con plantas productivas en Tierra del Fuego— indican que la participación del contrabando habría pasado del 7% en 2023 al 35% en 2025, con una brecha de precios entre el canal formal y el irregular que habría oscilado entre el 30% y el 40% en modelos de alta gama. Estas cifras, difundidas mediante una publicación periodística sin acceso público al informe completo ni a su metodología, deben interpretarse como estimaciones del sector y no como estadísticas oficiales o independientes.[21] **Los diferenciales de precios son analíticamente relevantes para el debate sobre comercio irregular, ya que si el principal motor que lleva a los consumidores a recurrir al canal informal es una brecha estructural de costos generada por la carga impositiva y los requisitos regulatorios del canal formal, entonces una respuesta de política efectiva debería revisar las condiciones que inducen a esa elección** (esto es profundizado en la Sección 3, en particular la Sección 3.3). Gran parte de estos productos alcanza su público en locales físicos, ferias y canales de venta callejera, con distribución diferenciada según el tipo de bien. En productos como indumentaria, tabaco y bebidas alcohólicas, el circuito físico sigue siendo dominante. Un ejemplo claro es el de las ferias de ropa, como La Salada y las saladitas del interior del país. En 2022, el 83% de la venta de indumentaria en Argentina se canalizó por los mercados de Flores, La Salada (aproximadamente dos tercios del total se canalizaron en este canal en 2018), locales minoristas, ferias, vendedores ambulantes, entre otros, la mayor parte de ellos no alcanzados por la digitalización de los medios de pago, por fuera de cualquier marco trazable[22]. Un relevamiento presencial de precios en Flores y La Salada encontró que las prendas allí comercializadas resultan, en promedio, 3,7 veces más baratas que las mismas prendas relevadas en el canal online

[20]ASIPI (2025). Estudio sobre el impacto de la falsificación y el contrabando en el desarrollo económico y social de América Latina. Disponible en https://asipi.org/biblioteca/wp-content/uploads/sites/14/download-manager-files/Estudio-Falsificacion-Final_.pdf

[21] Asociación de Fábricas Argentinas Terminales de Electrónica [AFARTE]. (2025). *Mercado de celulares en Argentina: estimaciones de contrabando* [Informe sectorial no publicado, citado en Del Rio, J. (2026, 31 de mayo). *Informe reservado: un fenómeno que crece debajo de las napas*. La Nación]. https://www.lanacion.com.ar/economia/informe-reservado-un-fenomeno-que-crece-debajo-de-las-napas-nid31052026/ Para la composición y representación institucional de AFARTE, véase Asociación de Fábricas Argentinas Terminales de Electrónica. (s. f.). *Quiénes somos*. https://www.afarte.org.ar/_newsite/quienes-somos/

[22] Ludmer, G; Schuffer, N.; Schteingart, D. e Isaak, P. (2023). La industria textil-indumentaria en la Argentina del siglo XXI. Disponible en https://fund.ar/wp-content/uploads/2023/12/Fundar_La-industria-textil-indumentaria-en-la-Argentina-del-siglo-XXI_CC-BY-NC-ND-4.0-1.pdf

formal[23], con brechas de entre 2,5 veces (pantalones de jogging) y 4,5 veces (buzos, jeans y remeras) según el producto (Fundar, 2024)[24].

Una encuesta reciente del Centro de Estudios de la Unión Industrial Argentina (CEU-UIA)[25] a firmas industriales sobre el impacto de la competencia desleal y el contrabando encontró que los canales de comercialización identificados como principales vía de ingreso de estos productos al mercado son, en su mayoría, de naturaleza tradicional: mayoristas o distribuidoras (26,4%), comercios minoristas (16,2%) y ferias o venta informal (8,6%), que en conjunto concentran algo más de la mitad de las menciones, frente a plataformas internacionales de venta directa al consumidor (15,1%) y marketplaces (11,9%). Es importante señalar que estos resultados reflejan percepciones de las empresas encuestadas y no constituyen una medición de la incidencia efectiva del contrabando en cada canal, ni permiten atribuir responsabilidades a plataformas específicas. Las propias empresas relevadas tampoco identifican al comercio electrónico como el problema central a atender: al ser consultadas sobre las medidas prioritarias para enfrentar esta problemática, el fortalecimiento de los controles aduaneros y la fiscalización de la facturación (33,2% y 31,5%, respectivamente) superan ampliamente al reclamo de un mayor control sobre el comercio electrónico (15,1%). Este ordenamiento de prioridades, formulado por el propio sector productivo afectado, resulta consistente con la evidencia académica revisada: la estructura de incentivos y la capacidad de fiscalización aduanera y tributaria son dimensiones centrales del problema. Ello no excluye medidas específicas al canal digital: las plataformas internacionales y los marketplaces reúnen conjuntamente el 27% de las menciones informadas. Asimismo, estos resultados reflejan percepciones de las empresas encuestadas y no permiten estimar la participación efectiva de cada canal en el contrabando.

Cada una de estas dimensiones requiere herramientas de política diferenciadas. La informalidad tributaria demanda sistemas de retención, identificación fiscal y trazabilidad transaccional. El contrabando demanda mejor control aduanero de frontera. El comercio ilegal requiere políticas orientadas a prevenir, detectar y sancionar tanto la

[23] El propio estudio atribuye esta brecha a una combinación de factores: mayor evasión impositiva en la venta minorista presencial, menores costos de intermediación en estos circuitos (transporte y logística, alquileres, comisiones de la plataforma de venta online) y un posible diferencial de calidad entre las prendas comparadas.

[24] Schteingart, D.; Ludmer, G.; Schuffer, N.; Sidicaro, N. e Ibarra, I. (2024). Los precios de la ropa en la Argentina. Fundar. Disponible en: https://fund.ar/wp-content/uploads/2024/08/Fundar_Los-precios-de-la-ropa-en-la-Argentina_CC-BY-NC-ND-4.0.pdf

[25] Informe CEU-UIA: impacto de la competencia desleal y el contrabando en la industria (Julio 2026). https://uia.nyc3.cdn.digitaloceanspaces.com/media/documents/03.09.2026_-_Competencia_desleal_1.pdf

comercialización de bienes prohibidos o falsificados como las prácticas que vulneran las obligaciones aduaneras, tributarias y regulatorias, en todos los canales —físicos y digitales—. Para ello, se necesitan controles especializados, mecanismos de trazabilidad y una adecuada articulación entre los actores públicos y privados involucrados. Los mercados grises, por su parte, responden menos a sanciones que a la reducción de las fricciones que los generan: costos de certificación, plazos de homologación y brechas arancelarias que hacen del canal irregular una opción estructuralmente más conveniente que el canal formal. Un estudio del BID (Blyde, 2024)[26] sobre medidas técnicas en América Latina cuantifica la magnitud de esas fricciones: la distancia regulatoria promedio entre países de la región es del 58% (frente a una convergencia plena de la Unión Europea), y un aumento del 10% en esa distancia reduce la probabilidad de que un producto ingrese al mercado regional en un 16% y los volúmenes de importación en un 3,5%. En términos concretos, exportar a un mercado con la distancia regulatoria promedio de la región implica volúmenes un 46% menores que hacerlo a un mercado con baja heterogeneidad regulatoria. Argentina figura entre los países con mayor cantidad de medidas técnicas aplicadas y mayores distancias regulatorias con el resto de la región, lo que agrava localmente el diferencial entre el costo del canal formal y el del informal. **A las herramientas de control y la reducción de fricciones, se suma la necesidad de sensibilizar a los consumidores sobre los riesgos de adquirir productos de origen ilegal o del mercado gris. Estos riesgos van desde afectaciones a la salud y la seguridad, en el caso de cosméticos, medicamentos o electrónicos sin certificar, hasta el perjuicio que estas compras generan sobre el comercio formal, el empleo registrado y la recaudación.**

A continuación se presentan los desafíos y oportunidades que presenta el comercio electrónico en cada una de estas dimensiones.

2.2 Desafíos y oportunidades del comercio electrónico frente a la informalidad económica

El ecosistema tributario argentino combina alta complejidad procedimental con baja eficiencia recaudatoria. El incumplimiento fiscal no obedece únicamente a decisiones deliberadas de los contribuyentes. En una proporción significativa de los casos, refleja la dificultad objetiva de operar dentro de un sistema tributario de alta complejidad. El índice Paying Taxes del Banco Mundial[27], que forma parte del informe

[26] Blyde, J. S. (2024). ¿Barreras o facilitadores?: hacia medidas técnicas compatibles con el comercio en América Latina y el Caribe. https://doi.org/10.18235/0013014

[27] World Bank Group. (2020). Doing Business 2020: Comparing business regulation in 190 economies — Region Profile: Latin America & Caribbean. World Bank. https://archive.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Profiles/Regional/DB2020/LAC.pdf

Doing Business, pondera la cantidad de pagos anuales requeridos, las horas necesarias para cumplir con los tres impuestos principales y la carga tributaria total sobre las utilidades comerciales. En su última edición disponible (Doing Business 2020), Argentina se ubicó en el puesto 170 de 190 economías evaluadas a nivel global, con un puntaje de 49,9 sobre 100 — por debajo del promedio de la región de América Latina y el Caribe, de 60,5. La brecha con las economías de altos ingresos de la OCDE responde en parte a diferencias estructurales de desarrollo, pero el hecho de que Chile alcance un score de 81,7 y Costa Rica de 78 señala que la complejidad no es una consecuencia inevitable del nivel de desarrollo, sino una característica del diseño y la gestión del sistema.

En este marco, la literatura reconoce dos fuentes de informalidad tributaria. Por un lado, **el cálculo de quien evalúa que el costo de la formalidad supera sus beneficios**, y por otro, **la exclusión de quien quedó fuera del circuito formal por falta de oportunidades o por la dificultad objetiva de cumplir con un sistema complejo**[28]. Sin embargo, la evidencia microeconométrica más reciente ha demostrado que ninguna de las dos puede abordarse de manera completa mediante incentivos o sanciones individuales. El factor determinante del cumplimiento tributario no es la voluntad del contribuyente sino la arquitectura informacional del sistema en el que opera. La fricción informacional genuina puede ser entendida como los costos cognitivos, procedimentales y administrativos que enfrenta un contribuyente que quiere cumplir pero carece de los medios o el conocimiento para hacerlo. Frente a cualquiera de estas dos fuentes, **una plataforma de comercio electrónico formal opera como una solución arquitectural esencial ya que puede acompañar al vendedor en el proceso de registro, facturación y declaración desde la propia interfaz transaccional, eliminando parte de la fricción que produce incumplimiento**.

El comercio electrónico y, en particular, ciertos marketplaces de terceros pueden contribuir a generar información útil para abordar la informalidad. A diferencia de una operación realizada íntegramente en efectivo o en un canal no registrado, algunas plataformas conservan datos sobre las actividades desarrolladas dentro de sus sistemas, cuyo alcance depende de su arquitectura y de los servicios efectivamente prestados. La identificación del vendedor, el registro del pedido, la gestión del pago y la conservación de un historial transaccional no están presentes de manera uniforme en todos los modelos de plataforma.

Del mismo modo, la existencia de esos registros no implica que la plataforma deba actuar necesariamente como agente de retención o percepción ni que esté obligada a reportarlos a la autoridad fiscal. Esas funciones sólo corresponden cuando la normativa aplicable designa expresamente al operador como sujeto obligado y determina el

[28] Perry, G. E., Maloney, W. F., Arias, O. S., Fajnzylber, P., Mason, A. D. & Saavedra-Chanduvi, J. (2007). Informality: Exit and exclusion. World Bank. https://doi.org/10.1596/978-0-8213-7092-6

impuesto, las operaciones, los contribuyentes, los umbrales y la información alcanzada. Cuando existe un tercero jurídicamente obligado a reportar una transacción, el espacio para sostener una declaración inconsistente con esa información puede reducirse considerablemente. Los seis trabajos que se presentan a continuación analizan los efectos de distintos mecanismos de información y control en Dinamarca, Chile, Brasil, Pakistán, Costa Rica y Asia del Sur.

Tabla 2. Estudios recientes que aportan evidencia sobre el rol de los intermediarios en el cumplimiento fiscal de terceros

Estudio	Qué se hizo	Resultado principal
Dinamarca **Kleven, Knudsen, Kreiner, Pedersen y Saez (2011)** Econometrica, 79(3), 651–692. https://doi.org/10.3982/ECTA9113	Experimento de auditorías fiscales aleatorizadas sobre más de 40.000 contribuyentes individuales. Se compararon tasas de evasión según el tipo de ingreso declarado.	La tasa de evasión para ingresos sujetos a reporte de un tercero independiente es cercana a cero. Para ingresos autodeclarados es sustancialmente mayor. La diferencia no depende de preferencias éticas del contribuyente sino de la arquitectura informacional del sistema: cuando existe un tercero que reporta, el contribuyente no puede sostener una declaración inconsistente sin quedar automáticamente expuesto.
Chile **Pomeranz (2015)** American Economic Review, 105(8), 2539–2569. https://doi.org/10.1257/aer.20130393	Experimento de campo sobre más de 400.000 firmas. Se analizó el efecto del rastro documental del IVA sobre el cumplimiento fiscal a lo largo de la cadena productiva.	El rastro documental que las empresas se exigen entre sí para computar créditos fiscales genera efectos de cumplimiento en cadena. El efecto se debilita en el último eslabón (venta al consumidor final) porque el comprador no tiene incentivo directo a exigir la factura, lo que crea un quiebre estructural de trazabilidad en esa etapa.
Brasil **Naritomi (2019)** American Economic Review, 109(9), 3031–3072. https://doi.org/10.1257/aer.20160949	Evaluación del programa Nota Fiscal Paulista, un esquema de lotería fiscal implementado en São Paulo. Se midió su efecto sobre el ingreso reportado por las firmas.	Convertir al consumidor final en verificador voluntario de la transacción produjo un aumento de al menos 21% en el ingreso reportado por las firmas. El mecanismo complementa el reporte de terceros al cerrar el quiebre en el eslabón final de la cadena identificado por Pomeranz.
Pakistán **Best, Brockmeyer, Kleven, Spinnewijn y Waseem (2015)**	Análisis de datos tributarios administrativos y experimentos de política fiscal. Se compararon esquemas de tributación sobre facturación versus tributación	Los países con capacidad de fiscalización débil utilizan esquemas de tributación sobre facturación en lugar de sobre ganancias precisamente para poder apalancarse

Estudio	Qué se hizo	Resultado principal
Journal of Political Economy, 123(5), 1071–1115. https://doi.org/10.1086/683849	sobre ganancias en un contexto de capacidad de fiscalización limitada.	en el reporte de terceros, observable y verificable incluso cuando las utilidades netas no lo son. El mecanismo de trazabilidad sustituye parcialmente la capacidad de auditoría directa.
Costa Rica **Brockmeyer y Hernandez (2022)** CEPR Discussion Paper No. 17716. Centre for Economic Policy Research. https://cepr.org/publications/dp17716	Evidencia empírica sobre los efectos de la introducción de un régimen de retención de terceros en una economía en desarrollo.	La introducción de un régimen de retención de terceros en Costa Rica produjo mejoras observables en el cumplimiento fiscal, extendiendo la evidencia de la línea Kleven–Pomeranz a economías de ingreso medio con instituciones fiscales en desarrollo.
Asia del Sur **Bussolo, M., Dixit, A., Golla, A., Kotia, A., Lee, J. N., Narasimhan, P. & Sharma, S. (2023).** Policy Research Working Paper No. 10306. World Bank. https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/39393	Encuesta a firmas que venden en dos plataformas de e-commerce en Asia del Sur, con distintos grados de formalización. Se analizó el impacto de la incorporación al canal digital sobre el comportamiento fiscal y organizacional de las firmas, incluyendo micro y pequeñas empresas informales.	La incorporación al canal digital aumenta el incentivo de las firmas a registrarse formalmente, al incrementar su visibilidad ante las autoridades tributarias. Las firmas que llevan más tiempo en la plataforma muestran mayores probabilidades de experimentar ese impacto, lo que sugiere que la formalización asociada al canal digital es un proceso acumulativo. Es uno de los estudios identificados en esta revisión que mide directamente el efecto de las plataformas de e-commerce sobre la formalización de vendedores informales.

Fuente: elaboración propia

2.3 Alcances y límites de la trazabilidad del comercio electrónico frente al contrabando y a los mercados ilegales y grises

La expansión del comercio electrónico internacional y el aumento de las importaciones mediante envíos postales o de mensajería expresa han dado lugar a diversas preocupaciones relacionadas con el contrabando, los mercados ilegales y los mercados grises. En Argentina, la expansión del canal *courier* como vía de importación de bienes de consumo fue impulsada, en gran medida, por dos momentos de liberalización normativa. El primero, en 2019, cuando la Resolución General 4.447 modernizó el régimen de envíos postales internacionales, elevó los topes de valor por

envío y simplificó el circuito declarativo para adecuarlo al crecimiento del comercio electrónico transfronterizo. El segundo, a fines de 2024, cuando el Decreto 1.065/2024 y la Resolución General ARCA 5.608/2024 redujeron la carga tributaria sobre los envíos de menor valor, eliminando derechos de importación para envíos de hasta USD 400. Como se mencionó en el primer apartado, esto llevó a que el canal pasara de representar del 0,3% del total importado al 1,89% hacia fines de 2025, consolidando un nuevo piso estructural en el peso del comercio internacional minorista dentro de la economía argentina.

El rol del comercio electrónico en el comercio internacional. Históricamente, importar para vender en el mercado local requería costos de información elevados, acuerdos con marcas o distribuidores oficiales y escala suficiente para absorber los costos de la operatoria aduanera. Solo actores con estructura podían participar de ese circuito. El comercio electrónico alteró esa lógica en dos direcciones simultáneas. Para el consumidor, redujo las barreras de acceso a bienes antes reservados a quienes podían importar con infraestructura propia o acceder a distribuidores autorizados. Para el vendedor de menor escala, abrió la posibilidad de participar del comercio transfronterizo, tanto como importador como exportador, sin necesidad de intermediarios que antes operaban como guardianes del mercado. La liberalización arancelaria amplifica ese efecto al reducir el costo de entrada para transacciones de bajo valor. La evidencia académica empírica también respalda esa lectura: el comercio electrónico reduce los costos de búsqueda e información para consumidores y vendedores, con efectos documentados sobre precios y competencia[29], y disminuye las fricciones del comercio internacional de manera desproporcionada para actores pequeños y de economías emergentes que antes quedaban excluidos por los costos fijos de acceso a mercados externos[30].

La información disponible dentro de las plataformas puede contribuir a identificar determinadas irregularidades, pero esa capacidad depende de la arquitectura y de los servicios prestados por cada intermediario. Los marketplaces pueden disponer de información sobre publicaciones, vendedores y operaciones realizadas dentro de sus sistemas; sin embargo, no necesariamente conocen ni controlan circunstancias externas a su infraestructura, como el origen aduanero del bien, la autenticidad de la documentación aportada o las condiciones en las que la mercadería ingresó al país. Por ello, la trazabilidad no opera de la misma manera frente a la informalidad tributaria, la oferta de productos manifiestamente ilegales, el contrabando y los mercados grises.

[29] Brynjolfsson, E., & Smith, M. D. (2000). Frictionless commerce? A comparison of internet and conventional retailers. Management Science, 46(4), 563–585. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.4.563.12061

[30] Lendle, A., Olarreaga, M., Schropp, S., & Vézina, P.-L. (2016). There goes gravity: eBay and the death of distance. Economic Journal, 126(591), 406–441. https://doi.org/10.1111/ecoj.12185

En determinados casos, los sistemas de moderación pueden identificar señales asociadas con publicaciones potencialmente irregulares, como descripciones incompatibles con las políticas del servicio, precios anómalos, volúmenes inusuales o patrones reiterados de publicación. Estas señales pueden justificar medidas dentro del ámbito administrado por la plataforma, como revisar una publicación, solicitar información adicional o actuar ante una notificación. No obstante, constituyen indicadores y no acreditan por sí mismos la existencia de una infracción aduanera o tributaria, cuya determinación corresponde a los organismos estatales competentes. La eventual articulación de esa información con los datos obtenidos por ARCA mediante los regímenes vigentes puede facilitar la selección de operaciones sujetas a fiscalización, sin convertir al marketplace en autoridad de control ni atribuirle un conocimiento integral sobre las actividades de sus usuarios.

Sin embargo, en el caso del contrabando, los niveles de trazabilidad son menores. El contrabando constituye una infracción o delito aduanero cuyo elemento central es la elusión del control ejercido por la autoridad aduanera sobre el ingreso o egreso de mercancías del territorio aduanero. La irregularidad en este caso no siempre reside en el objeto en sí mismo sino en cómo ingresó al mercado doméstico, sin haber abonado los aranceles de importación correspondientes o sin haber transitado los canales de importación formales. Un dispositivo electrónico, un cosmético o un calzado pueden pertenecer a este circuito si su ingreso al país eludió alguno de esos pasos. **En consecuencia, su prevención depende principalmente de la eficacia de los sistemas estatales de gestión de riesgo, inteligencia aduanera, inspección física, intercambio de información entre administraciones y cooperación internacional, más que del canal comercial mediante el cual posteriormente esos bienes son ofrecidos al consumidor.** La Organización Mundial de Aduanas sostiene que las estrategias contemporáneas de control descansan sobre modelos de gestión integral del riesgo, interoperabilidad de datos y utilización intensiva de inteligencia, desplazando progresivamente los esquemas tradicionales de inspección física masiva[31]. Del mismo modo, el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la Organización Mundial del Comercio reconoce expresamente que la selectividad basada en análisis de riesgo constituye el mecanismo más eficiente para compatibilizar control aduanero y facilitación del comercio[32]. Desde esta perspectiva, **una plataforma digital de comercio electrónico no sustituye ni debe sustituir las competencias propias de la autoridad aduanera.** Su intervención comienza, en las operaciones domésticas de reventa de

[31] World Customs Organization. (2021). *SAFE Framework of Standards to Secure and Facilitate Global Trade.* https://www.wcoomd.org/en/topics/facilitation/instrument-and-tools/frameworks-of-standards/safe_package.aspx

[32] World Trade Organization. (2017). *Trade Facilitation Agreement.* https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/tfa_e.htm

bienes previamente importados, cuando la mercancía ya se encuentra incorporada al circuito económico interno.

Mercados grises. La literatura especializada utiliza esta expresión para describir la comercialización de productos originales distribuidos por canales distintos de la red oficial autorizada por el fabricante. En estos casos, un bien correctamente descripto, vendido a un precio razonable y por un vendedor sin patrones anómalos puede pertenecer al mercado gris si se redistribuye por fuera de la red de distribución que el fabricante autorizó para ese mercado. La controversia jurídica deriva del canal utilizado para su distribución y de las diferencias regulatorias, tributarias o contractuales existentes entre jurisdicciones[33]. La evidencia internacional muestra que la magnitud de estos mercados tiende a incrementarse cuando existen diferencias significativas de precios entre países. Tales diferencias suelen responder a estructuras tributarias, restricciones comerciales, costos regulatorios, requisitos de homologación o certificación y estrategias de segmentación territorial implementadas por fabricantes o distribuidores exclusivos. La OCDE ha señalado que las diferencias regulatorias y fiscales entre jurisdicciones constituyen uno de los principales factores que favorecen el desarrollo de canales paralelos de comercialización[34]. El caso argentino resulta ilustrativo. En determinados sectores, especialmente aquellos vinculados a bienes tecnológicos y electrónicos, la combinación de derechos de importación, impuestos internos, IVA y otros gravámenes puede generar diferencias significativas de precios respecto de otras jurisdicciones (mayor profundización en sección 3.3). Un informe del Departamento de Política Tributaria de la Unión Industrial Argentina (2026)[35] ubica a Argentina en el primer puesto entre 30 países en presión tributaria sobre el sector formal, con una carga impositiva del 56% sobre las empresas formales, y señala que el peso de los impuestos constituye uno de los principales obstáculos para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad. Además, diversos estudios sobre competitividad tributaria han señalado que la elevada carga impositiva que recae sobre las empresas formales constituye un factor que debilita su capacidad competitiva e incrementa los incentivos económicos para recurrir a canales alternativos de abastecimiento y comercialización. En este contexto, el desarrollo de mercados grises responde principalmente a distorsiones

[33] Maskus, K. E. (2000). *Parallel Imports*. World Intellectual Property Organization (WIPO). https://www.wipo.int/ y Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2022). Competition Assessment Toolkit (Version 4). OECD Publishing. https://www.oecd.org/competition/competition-assessment-toolkit.html

[34] Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2022). *Competition Assessment Toolkit* (Version 4). OECD Publishing. https://www.oecd.org/en/publications/2019/01/competition-assessment-toolkit-principles-version-4-0-volume-i_931b4e2c.html

[35] Carga Fiscal sobre el Sector Formal (UIA, 2026) https://uia.nyc3.cdn.digitaloceanspaces.com/media/documents/Informe_carga_fiscal_sobre_el_sector_formal_-_V.F..pptx_6.pdf

generadas por el marco tributario y regulatorio, antes que al funcionamiento de las plataformas digitales de comercio electrónico, las cuales operan sobre transacciones ya insertas en el circuito comercial[36]. Las plataformas presentan una capacidad limitada para determinar si un producto circula fuera de la red de distribución autorizada, fundamentalmente porque la comercialización fuera de la red autorizada por el fabricante no acredita, por sí misma, una infracción, pero pueden identificar determinados incumplimientos verificables en la publicación. Si concurren incumplimientos aduaneros, tributarios o técnicos, estos deben analizarse separadamente. Algunos pueden producir señales verificables —como la ausencia o inconsistencia de un identificador obligatorio—, aunque esas señales no bastan para acreditar contrabando.

Uno de los principales ejes para abordar tanto el contrabando como los mercados grises es, por lo tanto, la estructura de incentivos que enfrentan los operadores. La literatura económica ha mostrado de manera consistente que estas prácticas se intensifican cuando ingresar mercadería por canales irregulares resulta más rentable que hacerlo legalmente y, al mismo tiempo, la probabilidad de detección y el costo esperado de las sanciones son reducidos[37]. Esta relación no depende únicamente del nivel de los aranceles: también intervienen la complejidad de los procedimientos, la intensidad y focalización de los controles, la calidad de la información disponible y la capacidad institucional para detectar incumplimientos. En el comercio electrónico transfronterizo, estos factores adquieren particular relevancia debido al crecimiento de los envíos pequeños, la fragmentación de las operaciones y las dificultades para verificar su contenido, valor y origen. A partir de datos mundiales desagregados por producto, Studnicka (2025) encuentra que la evasión depende tanto del nivel de los aranceles como de la intensidad de los controles fronterizos.[38] A su vez, Beverelli y Ticku (2022) muestran que la facilitación del comercio, especialmente cuando mejora la certeza jurídica y simplifica los procedimientos aduaneros, puede reducir significativamente la evasión arancelaria.[39] La evidencia obtenida mediante registros aduaneros de países en desarrollo también muestra que la evasión tiende a concentrarse en determinados

[36] Fundación Mediterránea – IERAL. (2021). *Documento de trabajo: Presión Tributaria Legal en Argentina y comparación internacional*. Fundación Mediterránea. https://www.ieral.org/images_db/noticias_archivos/4466-Documento%20de%20trabajo.pdf?utm_

[37] Este mecanismo económico cuenta con una extensa tradición teórica. Los trabajos de Bhagwati (1964), Pitt (1981) y Martin y Panagariya (1984) mostraron tempranamente que el comercio ilícito y la evasión aduanera responden a la relación entre el beneficio esperado del incumplimiento y sus costos, determinados, entre otros factores, por la probabilidad de detección, las sanciones aplicables y los costos de elusión. La literatura empírica posterior ha retomado y actualizado este marco para analizar diferentes contextos comerciales y regulatorios.

[38] Studnicka, Z. (2025). Tariff evasion, the trade gap, and structural trade. *Review of World Economics, 161*, 1215–1254. https://doi.org/10.1007/s10290-025-00583-7

[39] Beverelli, C., & Ticku, R. (2022). Reducing tariff evasion: The role of trade facilitation. *Journal of Comparative Economics, 50*(2), 534–554. https://doi.org/10.1016/j.jce.2021.12.004

operadores y que los controles focalizados pueden modificar eficazmente sus incentivos.[40]

En el comercio electrónico transfronterizo, estos incentivos operan en un entorno particular: grandes volúmenes de envíos pequeños, información anticipada limitada o poco confiable, utilización abusiva de umbrales de mínimos, fragmentación de consignaciones y subvaloración.[41] Estos factores reducen el costo esperado del incumplimiento y dificultan la fiscalización individual de las operaciones. Asimismo, la expansión de los pequeños envíos y las limitaciones en la calidad de los datos dificultan la detección y obligan a fortalecer los sistemas de información anticipada, análisis de riesgo y cooperación con plataformas e intermediarios.[42] Por lo tanto, el fenómeno ya no puede analizarse solamente como consecuencia de un diferencial de precios, sino como el resultado de la interacción entre rentabilidad, riesgo de detección, diseño regulatorio, calidad de los datos y capacidad institucional de control.[43]

La segunda tradición, de tipo empírico, ha cuantificado esa relación a través de las discrepancias entre estadísticas de importación y exportación reportadas por distintos países para el mismo flujo comercial. Fisman & Wei (2004)[44] documentaron, para el caso de China, que un incremento de un punto porcentual en la tasa arancelaria se asocia con un incremento de entre dos y tres puntos porcentuales en la evasión aduanera, mientras que Mishra, Subramanian & Topalova (2008)[45] confirmaron ese patrón para India con datos de panel y Javorcik & Narciso (2008)[46] encontraron que la evasión es sistemáticamente mayor para productos diferenciados, donde la verificación del valor declarado es más costosa para el fisco.

---

[40] Clement, A., Chalendard, C., Fernandes, A. M., Rijkers, B., & Vicard, V. (2023). *Containing tariff evasion* (Policy Research Working Paper No. 10606). World Bank. https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/201a822e-e8db-4077-b17d-36166712b60f

[41] World Customs Organization. (2024). *Compendium of case studies on e-commerce*. https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/facilitation/ressources/permanent-technical-committee/243-244/pc0743eae1.pdf

[42] OECD & European Union Intellectual Property Office. (2025). *Mapping global trade in fakes 2025: Global trends and enforcement challenges*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/94d3b29f-en

[43] OECD & European Union Intellectual Property Office. (2023). *Why do countries import fakes? Linkages and correlations with main socio-economic indicators*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/8a4a4508-en

[44] Fisman, R., & Wei, S.-J. (2004). Tax rates and tax evasion: Evidence from "missing imports" in China. Journal of Political Economy, 112(2), 471–500. https://doi.org/10.1086/381476

[45] Mishra, P., Subramanian, A., & Topalova, P. (2008). Tariffs, enforcement, and customs evasion: Evidence from India. Journal of Public Economics, 92(10–11), 1907–1925. https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2008.04.002

[46] Javorcik, B. S., & Narciso, G. (2008). Differentiated products and evasion of import tariffs. Journal of International Economics, 76(2), 208–222. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2008.07.007

Para Argentina, la evidencia empírica sobre evasión aduanera es escasa. Entre los antecedentes disponibles para Argentina, el trabajo de Park (2020) presenta una estimación sistemática de la relación entre aranceles y evasión aduanera. Replicando la metodología de Fisman & Wei con datos de comercio bilateral entre 1993 y 2018, el trabajo encuentra que un aumento de un punto porcentual en el arancel de importación se asocia a un incremento de 0,91% en la brecha entre lo declarado por los socios comerciales exportadores y lo registrado por Argentina. Los mecanismos documentados son la clasificación errónea de productos (declarar un bien en una categoría arancelaria inferior a la que le corresponde) y la subdeclaración de cantidades; no así la subdeclaración de precios, resultado que distingue al caso argentino de lo hallado para Europa del Este. Un hallazgo relevante es que la evasión es significativamente mayor en bienes diferenciados: mientras que para bienes homogéneos la elasticidad arancel-evasión es de 0,18, para bienes diferenciados asciende a 1,18, lo que refleja que la verificación del valor y la categoría declarada es estructuralmente más costosa para el fisco en productos donde el precio legítimo no tiene una referencia internacional fácilmente contrastable. Park también advierte que una estructura arancelaria compleja, con alta dispersión a niveles desagregados, agrava estos incentivos[47].

En conjunto, estos estudios muestran que el diseño regulatorio y la estructura de incentivos constituyen dimensiones relevantes para explicar el comercio irregular, aunque no agotan un fenómeno en el que también intervienen factores institucionales, logísticos y criminales. Los incentivos a la evasión pueden intensificarse cuando los aranceles, los impuestos internos o los procedimientos administrativos generan costos elevados en relación con el valor del bien, especialmente cuando la probabilidad percibida de detección y sanción es reducida. En el caso de las barreras no arancelarias, la UNCTAD ha señalado[48] que las medidas técnicas como requisitos de certificación, homologación y estándares de seguridad imponen costos de cumplimiento que en muchos países superan el equivalente ad valorem de los propios aranceles, y que esa carga recae de manera desproporcionada sobre los importadores de menor escala. Cuando esos costos son percibidos como excesivos o los plazos de obtención como prohibitivos, el incentivo a buscar canales alternativos de ingreso se intensifica, independientemente de la legitimidad del bien que se busca comercializar. En Argentina, este mecanismo adquiere una dimensión adicional por la asimetría de cargas entre países limítrofes. Los

[47] Park, L. F. (2020). Evasión de impuestos aduaneros: el caso de las importaciones argentinas [Tesis de maestría]. Universidad de San Andrés.https://www.economicas.uba.ar/iiep/desip/wp-content/uploads/Tesis_Park.pdf

[48] UNCTAD. (2026, mayo). Global trade update: Invisible barriers — the costs of non-tariff measures. Naciones Unidas. https://unctad.org/publication/global-trade-update-may-2026-invisible-barriers-costs-non-tariff-measures

diferenciales de impuestos internos y requisitos regulatorios con Paraguay y Bolivia generan márgenes suficientes para que el comercio ilegal sea económicamente atractivo incluso a escalas relativamente pequeñas, sin que medien necesariamente redes criminales organizadas.

2.4 Niveles de trazabilidad según tipos de plataforma

El comercio electrónico produce trazabilidad como subproducto natural de su funcionamiento. Toda transacción digital deja rastros en al menos dos capas simultáneas. La primera es la capa de la transacción misma: la interacción entre las partes, sea una publicación, un mensaje, un pago o una confirmación de compra, genera registros que quedan almacenados en los sistemas de la plataforma, del prestador del servicio de pago y, en muchos casos, de la infraestructura de telecomunicaciones que la soporta. Estos registros existen con independencia de que alguien los consulte o los cruce. Son una consecuencia técnica del funcionamiento de las plataformas digitales. La segunda capa es la de la trazabilidad estatal, que no es una propiedad intrínseca de la transacción sino el resultado de las decisiones regulatorias que determinan a qué información puede acceder la autoridad fiscal o aduanera, bajo qué condiciones y con qué procedimientos. Esa segunda capa depende del marco normativo vigente en cada jurisdicción y es, por definición, una atribución que corresponde al Estado y no a las plataformas. Lo que las plataformas producen es la primera capa, el registro, y lo que el Estado decide es cuánto de esa primera capa se convierte en información fiscalmente utilizable. Tanto la selección como el uso de esa información deberán responder a criterios de necesidad, razonabilidad y proporcionalidad, con pleno respeto de los deberes de confidencialidad y reserva que resulten aplicables a cada una de las entidades intervinientes.

La diferencia entre el comercio electrónico formal y los canales informales varía según el tipo de actor del ecosistema digital. La política pública que se apalanque en las plataformas como agentes de formalización debe partir de esa heterogeneidad: exigir a todos los actores del ecosistema los mismos requisitos regulatorios, con independencia de su arquitectura, tiende a producir resultados regresivos. Puede imponer obligaciones que algunos actores no pueden cumplir dada su estructura técnica, o puede dejar sin regular precisamente los canales donde se concentran los mayores espacios de opacidad. El punto de partida analíticamente correcto es reconocer qué produce cada arquitectura por diseño, y desde ahí construir los incentivos y las obligaciones que corresponden a cada tipo de actor, sujeto a límites posibles y razonables en cuanto a la información a proporcionar, tecnología disponible y costes de aplicación.

La trazabilidad de los marketplaces. La OCDE[49] ha analizado la posibilidad de utilizar determinados operadores de plataformas como puntos de recaudación o de reporte en la economía digital. Sin embargo, estas funciones no se desprenden de la sola condición de marketplace. Su viabilidad depende de la arquitectura de la plataforma y, especialmente, de la existencia de una norma que identifique expresamente al sujeto obligado y delimite las operaciones alcanzadas.

Algunas plataformas pueden disponer, según su modelo de negocio, de información sobre la identidad declarada del vendedor, los pedidos realizados, sus montos, fechas y medios de pago. Cuando además intervienen en el procesamiento o la liquidación del pago, pueden reunir las condiciones operativas necesarias para cumplir funciones de recaudación anticipada. No obstante, la capacidad técnica para hacerlo no constituye por sí misma una obligación jurídica. En Argentina, determinados regímenes designan expresamente como agentes de percepción -o sujetos obligados a informar- a ciertos titulares o administradores de plataformas, agrupadores o agregadores[50] y procesadores de pagos[51]. La aplicación de estas funciones depende, en cada caso, de la definición del sujeto, el hecho imponible, los umbrales y las demás condiciones establecidas por la normativa correspondiente. Asimismo, algunos operadores mantienen mecanismos específicos de cooperación con autoridades tributarias, aduaneras, sanitarias o de defensa del consumidor, cuyo alcance deriva de la norma, el requerimiento o el acuerdo que los sustenta y no de una función general inherente a la intermediación digital.

La trazabilidad de las plataformas de infraestructura comercial. Las plataformas que proveen infraestructura tecnológica para que un vendedor gestione su propio canal digital (sin intermediar en la transacción) producen un conjunto distinto y más acotado de información trazable por diseño. Saben quién es el vendedor en tanto cliente de sus servicios de software y registran el tráfico y las operaciones que pasan por su infraestructura. Sin embargo, estos no tienen ningún tipo de posición en la transacción misma. No retienen el pago, no son parte del contrato entre comprador y vendedor y no tienen visibilidad sobre la situación fiscal del comprador. Eso las coloca fuera del alcance de los esquemas de retención tributaria en sentido estricto. Lo que la regulación puede

[49] OCDE. (2019). The role of digital platforms in the collection of VAT/GST on online sales. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/e0e2dd2d-en

[50] Un agregador o agrupador de pagos es una plataforma intermediaria que permite a los comercios aceptar pagos electrónicos (con tarjeta, dinero en cuenta o códigos QR) utilizando una única cuenta maestra, sin necesidad de tramitar cuentas bancarias individuales o contratos directos con cada tarjeta. En Argentina, los principales ejemplos son Mercado Pago y Mobbex.

[51] Un procesador de pagos (o procesador técnico) es la entidad tecnológica y operativa que se encarga de conectar al comercio (o al adquirente) con las redes de las tarjetas de crédito y débito (como Visa, Mastercard o American Express) y los bancos emisores para autorizar, validar y liquidar una transacción. En Argentina, el principal es Prisma Medios de Pago (Payway), que es también el principal adquirente del país.

exigirles es más acotado: registración del comercio como condición de acceso al servicio, integración con medios de pago electrónicos y, en algunos marcos, obligaciones de reporte agregado de volumen de ventas. En el mercado argentino, plataformas como Tiendanube o Empretienda operan bajo esta lógica. Habilitan al vendedor al canal digital y registran la operación, pero la información trazable que producen está más condicionada por las decisiones de cumplimiento del vendedor individual que por la arquitectura de la plataforma.

La trazabilidad de los canales conversacionales. Las plataformas de comunicación que son utilizadas como canal de venta, como las redes sociales y aplicaciones de mensajería, producen el menor volumen de información trazable desde el punto de vista tributario, aunque producen más que el comercio presencial u offline. Lo que estas plataformas registran por diseño es la comunicación entre las partes, que puede ir desde una publicación, un mensaje o la coordinación del intercambio, pero no la transacción efectiva, que en muchos casos se ejecuta por fuera de la plataforma mediante transferencia bancaria o efectivo. Eso las coloca en una posición donde la información trazable es de naturaleza distinta. En estas plataformas no hay registro del monto transaccionado, no hay identificación fiscal del vendedor como tal ni hay retención posible de impuestos. Lo que existe es un rastro de la interacción que, en el marco de una investigación, puede constituir material probatorio relevante. Por ello, lo que la regulación puede exigirle a este tipo de actor es cualitativamente diferente de lo que puede exigirle a un marketplace. En Argentina, por ejemplo, Meta cuenta con un protocolo de intercambio de información con la Subsecretaría de Defensa del Consumidor. A través de este mecanismo, el organismo centraliza las denuncias presentadas por empresas sobre publicaciones sospechosas y las remite a los equipos legales de la compañía, que evalúan cada caso y, cuando corresponde, disponen la baja de la publicación o del perfil involucrado. De abril a junio de 2026 se dieron de baja alrededor de 30 perfiles vinculados a venta de teléfonos celulares[52].

Recuadro 1. El operativo de Chubut: cómo funciona la cooperación entre la Aduana y un *marketplace* ante una causa judicial

En septiembre de 2022, la Dirección General de Aduanas realizó un allanamiento en el domicilio de un vendedor en la provincia de Chubut en el marco de una investigación iniciada a partir de un perfil con actividad sospechosa en Mercado Libre. El perfil

[52] Infobae. (2026, junio 14). *La batalla contra el contrabando reaviva la disputa entre empresas y plataformas como Mercado Libre: qué hace el Gobierno*. https://www.infobae.com/economia/2026/06/14/la-batalla-contra-el-contrabando-reaviva-la-disputa-entre-empresas-y-plataformas-como-mercado-libre-que-hace-el-gobierno/

ofrecía equipos para el minado de criptomonedas, kits de cámaras de seguridad y filtros de heladera y de esterilización de agua. Los agentes especializados de la Aduana advirtieron la anomalía y requirieron a la plataforma los datos del titular de la publicación y el historial de comunicaciones con compradores. Con esa información, concluyeron que la actividad correspondía a una firma comercial y que el domicilio del vendedor, registrado como monotributista, no calificaba como local comercial. Efectuada la denuncia ante el Ministerio Público Fiscal, el Juzgado Federal de Esquel ordenó el allanamiento, que se realizó con participación de la Aduana, la DGI y la Policía Federal. El vendedor no pudo acreditar el legítimo ingreso de la mercadería al país, por lo que se procedió al secuestro de todos los artículos, valorados en diez millones de pesos, junto con celulares, computadoras y documentación de interés para la causa.

El operativo forma parte de una serie de canales de cooperación que hoy tienen los organismos públicos con las plataformas para el relevamiento de información sensible en el contrabando. La Operación Origo, por ejemplo, coordinada con Interpol para el combate a la falsificación, las investigaciones contra dispositivos IPTV que derivaron en decenas de allanamientos simultáneos y las causas de cibercrimen económico trabajadas junto a la Policía Federal, la Prefectura Naval y juzgados federales.

Fuentes: Infobae. (2022, 29 de septiembre). La Aduana incautó $10 millones en mercadería ilegal que se vendía en Mercado Libre. https://www.infobae.com/economia/2022/09/29/la-aduana-incauto-10-millones-en-mercaderia-ilegal-que-se-vendian-en-mercado-libre/; El Cronista. (2022, 29 de septiembre). La Aduana detectó productos de contrabando en Mercado Libre: cómo cruza la información. https://www.cronista.com/economia-politica/la-aduana-detecto-productos-de-contrabando-en-mercado-libre-como-cruza-la-informacion/; Perfil. (2022, 29 de septiembre). La Aduana desmanteló contrabando millonario de un usuario de plataforma digital. https://www.perfil.com/noticias/economia/la-aduana-desmantela-contrabando-millonario-de-un-usuario-de-plataforma-e-commerce.phtml

Sección 3. Desafíos y oportunidades en política pública para una economía más transparente

Mensaje clave. El canal digital argentino produce trazabilidad que el Estado ya aprovecha a través de regímenes de información permanentes, retención y percepción de impuestos y mecanismos de cooperación con plataformas. Esta sección analiza ese marco regulatorio, lo ubica en el debate internacional comparado y propone cuatro líneas de política concretas. El argumento central es que el contrabando y los mercados grises no se resuelven extendiendo a las plataformas la responsabilidad objetiva o solidaria por las conductas de terceros. Este enfoque puede desdibujar la distribución de funciones entre los actores, trasladar a intermediarios privados tareas de fiscalización que corresponden primordialmente al Estado y generar efectos regresivos sobre los vendedores más pequeños, sin intervenir sobre las condiciones que hacen posible y rentable al comercio irregular. El contrabando es, en su esencia, un fenómeno de control fronterizo e inteligencia aduanera, cuya expansión puede verse favorecida por los incentivos generados por el propio diseño regulatorio (brechas de precios, cargas tributarias asimétricas y barreras de homologación y certificación que encarecen el canal formal). Ambas dimensiones deben atenderse simultáneamente. Para la primera, la prioridad es aprovechar mejor la información que los regímenes existentes ya producen, articulando los datos de plataformas, aduanas y organismos técnicos bajo protocolos de interoperabilidad comunes. Para la segunda, la dirección es reducir los incentivos diferenciales entre regímenes de importación, revisar si los requisitos técnicos están calibrados al riesgo efectivo que buscan mitigar y promover la convergencia regional de estándares en las categorías de mayor incidencia de comercio irregular.

El comercio electrónico y la trazabilidad de la economía crecieron de manera significativa en la última década. La pregunta central de la política pública es qué mecanismos permiten aprovechar esa información de manera adecuada. En la primera sección del informe se describió el crecimiento sostenido del comercio electrónico en Argentina. En la segunda se explicó que, según su arquitectura y los servicios efectivamente prestados, las plataformas digitales pueden generar registros sobre determinadas actividades desarrolladas dentro de sus sistemas. Esa capacidad no existía, o se encontraba más fragmentada, en los canales informales. La pregunta relevante es, entonces, cómo construir un sistema en el que cada actor asuma las obligaciones correspondientes a la función que efectivamente desempeña y en el que la información disponible pueda utilizarse con las salvaguardas necesarias. Esa pregunta guía esta tercera y última sección.

¿Qué modelo regulatorio permite aprovechar mejor esa trazabilidad? Esa pregunta exige una precisión que estructura todo el debate regulatorio, porque en ella confluyen dos planos analíticamente distintos. El primero es el de la responsabilidad civil de los intermediarios digitales; esto es, qué modelo jurídico determina cuándo una plataforma responde por los actos de sus usuarios, en este caso, especialmente, de los vendedores, y bajo qué condiciones. El segundo es el de los mecanismos concretos de gobernanza (regímenes de información fiscal, mecanismos de recaudación anticipada, acuerdos de cooperación con organismos públicos) que operan con independencia de la responsabilidad civil y producen resultados directos sobre la trazabilidad de la economía digital.

En Argentina y en el mundo, han ganado terreno en años recientes propuestas que, si bien no han contado con avances significativos, buscan resolver problemas de informalidad, evasión fiscal y comercio ilegal a través de la primera vía: extender la responsabilidad de las plataformas de intermediación, bajo modelos de responsabilidad objetiva o solidaria, por los productos y transacciones que sus usuarios realizan a través de su infraestructura. Como se mostrará a continuación, esa vía presenta limitaciones significativas para resolver por sí sola esas problemáticas de fondo. Los modelos de responsabilidad solidaria no sirven para corregir la informalidad tributaria ni el contrabando, en parte porque este último constituye un delito aduanero que, en las operaciones domésticas de reventa de bienes previamente importados, puede anteceder a la intervención de la plataforma y cuya constatación puede requerir información que el intermediario no posee y corresponde recabar a los organismos competentes. Esta limitación no excluye el aporte de datos de la plataforma a la investigación ni se extiende automáticamente a las operaciones transfronterizas en las que interviene antes de la importación. Cuando se aplican de manera general e indiferenciada, pueden producir un conjunto de efectos regresivos sobre los vendedores de menor escala y una concentración del mercado en los actores con mayor capacidad de compliance.

Existe, en paralelo, un segundo plano de discusión, distinto del anterior y con mayor potencial para producir resultados concretos: el de los mecanismos de gobernanza que articulan la interacción entre plataformas y organismos públicos. Estos mecanismos comprenden los regímenes de información fiscal, los sistemas de recaudación anticipada y los acuerdos específicos de cooperación. Su diseño y aplicación deberían respetar criterios de necesidad, razonabilidad y proporcionalidad, así como las capacidades económicas, técnicas y operativas de los intermediarios. Dentro de esos límites, la información obtenida puede contribuir a fortalecer la capacidad estatal de fiscalización tributaria y aduanera. A continuación, la sección 3.1 desarrolla el análisis de los modelos de responsabilidad de intermediarios y explica por qué ninguno de ellos resuelve los problemas de informalidad e ilegalidad que motivaron su discusión. La

sección 3.2 describe los mecanismos de gobernanza que operan en ese segundo plano y que constituyen, en rigor, la vía más prometedora para aprovechar la trazabilidad que el canal digital ya genera, con sus limitaciones para el caso particular del contrabando.

3.1 El primer debate: los modelos de responsabilidad de intermediarios de internet

Los tres esquemas tradicionales de responsabilidad de los intermediarios de internet. La responsabilidad de los intermediarios digitales constituye una aplicación de los principios generales del derecho de daños a un entorno en el que un actor puede organizar o facilitar intercambios entre terceros sin ser necesariamente el autor del contenido, el vendedor del producto o una de las partes de la operación. El problema jurídico consiste en determinar bajo qué condiciones la actuación u omisión del intermediario puede generar consecuencias jurídicas por los actos de sus usuarios.

Las primeras respuestas regulatorias específicas surgieron a finales del siglo XX y posteriormente evolucionaron de manera diferente según la jurisdicción, la clase de intermediario, el tipo de contenido o producto involucrado y el régimen sectorial aplicable. A efectos analíticos, esas respuestas pueden ordenarse en torno a tres esquemas tradicionales: i) la inmunidad o limitación amplia de responsabilidad; ii) la responsabilidad condicionada por el conocimiento efectivo de la ilicitud y la falta de actuación diligente posterior; y iii) la responsabilidad objetiva o solidaria. Se trata de categorías generales que admiten excepciones y combinaciones, por lo que su aplicación debe examinarse atendiendo a las normas y circunstancias particulares de cada caso.

i) Modelo de inmunidad o limitación amplia de responsabilidad. Este modelo tiene su origen en el período formativo de la internet comercial estadounidense y responde a una lógica de política jurídica más que a una derivación de principios generales del derecho de daños. El antecedente inmediato fue el fallo Stratton Oakmont, Inc. v. Prodigy Services Co. (N.Y. Sup. Ct., 1995)[53], que determinó que Prodigy, al ejercer control editorial sobre sus tablones de mensajes, debía ser tratada como *publisher* y asumir responsabilidad plena por publicaciones difamatorias de terceros (distinguiéndose de CompuServe, asimilada en 1991 a una biblioteca pasiva y por eso eximida). El Congreso estadounidense respondió con la *Communications Decency Act* de 1996, cuyo artículo 230 estableció que ningún proveedor de un servicio interactivo podría ser tratado como editor o emisor de información provista por otro proveedor de contenido[54]. Kosseff (2019)

[53] Stratton Oakmont, Inc. v. Prodigy Services Co., 23 Media L. Rep. 1794 (N.Y. Sup. Ct. 1995). https://www.dmlp.org/threats/stratton-oakmont-v-prodigy

[54] Dickinson, G. M. (2026). Section 230 and social media immunity. SSRN Working Paper No. 5995134. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5995134

lo describe como las 26 palabras que “crearon internet”, porque desmontaron el doble estándar de Stratton Oakmont y otorgaron certeza jurídica tanto a la no-intervención como a la moderación activa de buena fe[55]. La jurisprudencia posterior amplió esa inmunidad hasta cubrir prácticamente cualquier reclamación derivada de contenido de terceros, con excepciones acotadas al derecho penal federal, la propiedad intelectual y/o tráfico sexual.

ii) Modelo de responsabilidad basada en el conocimiento efectivo. Este modelo limita la responsabilidad del intermediario por contenidos de terceros mientras no tenga conocimiento efectivo de su ilicitud. La responsabilidad puede configurarse cuando, una vez adquirido ese conocimiento en las condiciones previstas por el régimen aplicable, el intermediario omite adoptar una actuación diligente. El esquema procura favorecer la respuesta frente a contenidos concretos identificados sin imponer una obligación general de supervisión previa sobre la totalidad de las actividades desarrolladas por los usuarios. La formulación inicial de este esquema en el derecho europeo se encontraba en la Directiva de Comercio Electrónico de 2000 (Directiva 2000/31/CE) y actualmente se regula mediante el Reglamento de Servicios Digitales (Digital Services Act). El artículo 6 de este Reglamento establece una limitación condicionada de responsabilidad para los servicios de alojamiento de datos cuando el prestador no tenga conocimiento efectivo de la actividad o del contenido ilícito o, una vez adquirido ese conocimiento, actúe con prontitud para retirarlo o impedir el acceso. A su vez, el artículo 8 dispone que no puede imponerse a los prestadores una obligación general de supervisar la información que transmiten o almacenan ni de realizar búsquedas activas de hechos que indiquen actividades ilícitas.[56] Las obligaciones de diligencia incorporadas por el Reglamento varían según la naturaleza, función y escala del servicio, pero no sustituyen ese principio por un deber general de monitoreo preventivo. La responsabilidad por contenidos de terceros se vincula, por tanto, con una ilicitud concreta respecto de la cual el intermediario haya adquirido conocimiento efectivo y con la omisión de una actuación diligente posterior, dentro de las condiciones previstas por el régimen aplicable. La ausencia de una obligación general de supervisión no excluye la existencia de un deber de diligencia o mejores esfuerzos. Incluso la exoneración de responsabilidad prevista como regla aplica cuando de buena fe y de modo diligente, por iniciativa propia y de forma voluntaria, las plataformas adoptan medidas con el fin de detectar, identificar y retirar contenidos ilícitos, o bloquear el acceso a estos. En esta línea, las plataformas suelen contar con sistemas de seguridad y confianza, que suelen incluir sistemas de verificación y onboarding de vendedores (Know Your Customer o KYC); políticas de

[55] Kosseff, J. (2019). The twenty-six words that created the internet. Cornell University Press.
[56] Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales (*Digital Services Act*), arts. 6 y 8. https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj

contenidos basadas en artículos prohibidos, conductas prohibidas, infracciones de derechos de propiedad intelectual, entre otros, sobre las cuales realizan el *enforcement*; mecanismos de detección y moderación de contenidos proactivos; canales de reportes externos; sistemas de cooperación con autoridades públicas, programas de cooperación con marcas, reportes de transparencia, entre otros. La exigencia de infalibilidad de estos mecanismos es imposible. Por ello, la debida diligencia debe entenderse como una obligación de medios, donde la responsabilidad de la plataforma no puede surgir automáticamente por la mera existencia de una infracción o daño, sino de una evaluación, caso a caso, que determine si la plataforma llevó a cabo sus mejores esfuerzos en función del contexto y capacidades disponibles, a partir de la toma de conocimiento efectivo de la ilicitud de un contenido. Esta debida diligencia es, por lo tanto, contextual y debe evaluarse caso por caso, atendiendo a las obligaciones legalmente aplicables, la información efectivamente disponible para el intermediario, su capacidad razonable de actuación y las circunstancias concretas de la infracción notificada. La responsabilidad no puede derivarse de la mera existencia de contenidos ilícitos publicados por terceros ni de la disponibilidad de herramientas tecnológicas para su detección, sino de la falta de actuación diligente una vez adquirido conocimiento efectivo de una infracción concreta, en las condiciones previstas por el régimen aplicable. **La adopción voluntaria de mecanismos de detección y moderación proactiva no debe generar obligaciones adicionales de supervisión ni elevar el estándar de responsabilidad exigible al intermediario.** Estos mecanismos tampoco equivalen a una inspección material de los productos ni sustituyen las competencias de las autoridades públicas.

La adopción latinoamericana de este modelo siguió en términos generales la doctrina de la Directiva Europea, aunque con diferencias relevantes en cuanto al vehículo normativo, al disparador del conocimiento efectivo y a la especificidad del procedimiento de baja de contenido:

- En **Chile**, la Ley N° 20.435 de 2010[57], que modificó la Ley N° 17.336 sobre Propiedad Intelectual, introdujo un régimen de puerto seguro para prestadores de servicios de internet en materia de derechos de autor. Este régimen delimita su responsabilidad y establece condiciones específicas para su aplicación, entre ellas la actuación diligente frente a las comunicaciones y órdenes previstas judicialmente.

[57] Chile, Ministerio de Educación. (2010, 4 de mayo). Ley N° 20.435 que modifica la Ley N° 17.336, sobre Propiedad Intelectual. Diario Oficial de la República de Chile. https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1012443

- En **Paraguay,** la Ley N° 4.868 de Comercio Electrónico de 2013[58] estableció un régimen de limitación de responsabilidad para los prestadores de servicios de intermediación, sujeto a las condiciones y procedimientos previstos en la propia legislación.

- En **Argentina,** en Rodríguez, María Belén c/ Google Inc. s/ daños y perjuicios, la Corte Suprema descartó la aplicación de un factor objetivo de responsabilidad a los motores de búsqueda y sostuvo que estos no tienen una obligación general de monitorear, supervisar o vigilar los contenidos creados y publicados por terceros. Según el fallo, la responsabilidad subjetiva puede configurarse cuando el buscador adquiere conocimiento efectivo de la ilicitud de un contenido específicamente identificado y, pese a ello, omite adoptar con diligencia las medidas necesarias para corregir o hacer cesar la situación lesiva.[59] La Corte distinguió entre los supuestos de ilicitud manifiesta o palmaria, en los que una comunicación fehaciente suficientemente precisa podría producir ese conocimiento, y aquellos casos dudosos o que exigen una valoración jurídica, en los que corresponde requerir una notificación de autoridad competente. El precedente se refiere específicamente a la responsabilidad de los motores de búsqueda por contenidos de terceros y no establece un régimen general aplicable automáticamente a todos los intermediarios digitales, a los marketplaces o a las obligaciones aduaneras de sus usuarios.

En octubre de 2016, el Senado otorgó media sanción a un proyecto surgido del tratamiento conjunto de los expedientes S-1865/15 y S-942/16[60], que contemplaba una limitación de responsabilidad para los intermediarios tecnológicos y descartaba una obligación general de monitoreo. Si bien obtuvo dictamen en la Cámara de Diputados en 2017, la iniciativa no completó el trámite legislativo y perdió estado parlamentario. En diciembre de 2016, se presentó en la Cámara de Diputados una iniciativa diferente, el Expediente 5771-D-2016[61], que proponía un sistema híbrido de notificación privada para

[58] Paraguay, Congreso de la Nación. (2013, 26 de febrero). Ley N° 4.868 de Comercio Electrónico. Gaceta Oficial de la República del Paraguay, N° 43. https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/961/ley-n-4868-comercio-electronico

[59] Corte Suprema de Justicia de la Nación. (2014). *Rodríguez, María Belén c/ Google Inc. s/ daños y perjuicios*, Fallos: 337:1174, especialmente considerandos 15 a 18 y 20 a 21, sentencia del 28 de octubre de 2014. CSJN, Fallos 337 https://repositorio.mpd.gov.ar/documentos/Rodriguez,%20Mar%C3%ADa%20Bel%C3%A9n%20c.%20Google%20Inc.%20s.%20da%C3%B1os%20y%20perjuicios.pdf

[60] Impulsados por los senadores Liliana Fellner y Federico Pinedo. Disponibles en https://www.senado.gob.ar/parlamentario/comisiones/verExp/1865.15/S/PL y https://www.senado.gob.ar/parlamentario/comisiones/verExp/942.16/S/PL

[61] Impulsado por la diputada del PRO, Karina Banfi. Disponible en https://www.hcdn.gob.ar/diputados/kbanfi/proyecto.html?exp=5771-D-2016

contenidos notoriamente ilícitos y orden judicial para los demás, y que tampoco se convirtió en ley. Más recientemente, en mayo de 2025, se presentó en la Cámara de Diputados, el Proyecto de Ley 2818-D-2025[62], que retoma como antecedente este último proyecto y propone regular la responsabilidad de los intermediarios por contenidos ilícitos generados por terceros. La iniciativa establece la ausencia de una obligación general de supervisión, vincula la responsabilidad con la adquisición de conocimiento efectivo y la falta de una actuación diligente posterior, y dispone que la adopción voluntaria de herramientas preventivas de moderación no debería privar al intermediario del régimen de limitación de responsabilidad. A octubre de 2026, este proyecto permanece en trámite y no constituye derecho vigente. Además, como está centrado en contenidos generados por terceros, sus disposiciones no deberían trasladarse automáticamente a la fiscalización aduanera de bienes físicos comercializados mediante marketplaces[63]. Estos antecedentes se incluyen como marco general sobre intermediación digital; la evaluación de las iniciativas relativas a bienes de origen irregular requiere examinar sus disposiciones específicas, sin presumir que las soluciones previstas para contenidos de terceros resultan trasladables al ámbito aduanero.

iii) Modelo de responsabilidad objetiva o solidaria. En este esquema, la atribución de responsabilidad no depende de acreditar la culpa o el dolo del sujeto alcanzado, sino de los presupuestos establecidos por el régimen aplicable, como el riesgo o defecto del producto o la naturaleza de la relación jurídica. La responsabilidad objetiva o solidaria no aparece como una regla horizontal uniforme aplicable a toda plataforma por cualquier acto de sus usuarios. Sin embargo, existen regímenes sectoriales —especialmente en materia de consumo, seguridad y responsabilidad por productos— que pueden alcanzar a determinados operadores cuando, por las funciones que efectivamente desempeñan, son considerados proveedores. Por ello, no corresponde afirmar que estos modelos sean inexistentes, sino señalar que su alcance depende de la norma aplicable, de cada caso en concreto, y de la posición concreta ocupada por el intermediario. En la Unión Europea, la Directiva (UE) 2024/2853 sobre responsabilidad por productos defectuosos contempla, bajo condiciones específicas, la posible responsabilidad de proveedores de plataformas en línea cuando no pueda identificarse a un operador económico establecido en la Unión y se cumplan los presupuestos previstos por la propia Directiva y por el

---

[62] Impulsado por diputados de la Coalición Cívica, Juan Manuel López, Victoria Borrego, Marcela Campagnoli y Maximiliano Ferraro. Disponible en https://www.hcdn.gob.ar/proyectos/detalle_tp_adjunto/index.html?id=285161

[63] Marval, O'Farrell & Mairal. (2016, 20 de diciembre). Media sanción para el proyecto de ley que regula la responsabilidad de los proveedores de servicios de Internet. https://www.marval.com/publicacion/media-sancion-para-el-proyecto-de-ley-que-regula-la-responsabilidad-de-los-proveedores-de-servicios-de-internet-12908

Reglamento de Servicios Digitales.[64] **Estos antecedentes muestran una tendencia hacia soluciones sectoriales y condicionadas, antes que hacia una atribución general e indiferenciada de responsabilidad por toda actividad realizada por tercero**s. Sin embargo, en Argentina, en enero de 2026, se presentó en la Cámara de Diputados el Proyecto de Ley 7089-D-2025[65], orientado a actualizar la protección de los consumidores en el comercio electrónico y a reforzar el control sobre la comercialización de bienes importados. La iniciativa comparte objetivos que este informe considera relevantes, como la trazabilidad de los vendedores y el control del origen de los bienes importados. Sin embargo, prevé la responsabilidad solidaria de las plataformas con el proveedor frente al consumidor, así como en relación con determinadas infracciones aduaneras y con los tributos de importación no ingresados, con la posibilidad de eximirse solo si acreditan el cumplimiento de varias obligaciones, que exceden las capacidades de verificación propias de un intermediario y trasladan a las plataformas funciones de control que corresponden a los organismos estatales. Su diseño plantea interrogantes sobre la proporcionalidad de las cargas impuestas y sobre su aplicación uniforme a "toda interfaz digital que permita ofrecer bienes", un universo que incluye arquitecturas con capacidades de registro y control muy distintas, como se analizó en la sección 2.4.

La elección entre estos tres esquemas produce consecuencias jurídicas y económicas diferentes y puede distribuir sus costos de manera desigual según la función, el modelo de negocio y el tamaño de los actores involucrados. En el caso del comercio electrónico, la responsabilidad solidaria general incentiva la reducción del número de vendedores admitidos y el aumento de las barreras de entrada, dado que cada nuevo vendedor incorpora un riesgo legal para la plataforma. Ante una obligación de responsabilidad solidaria general, un incentivo de cualquier plataforma es restringir el acceso a vendedores con menor historial y mayor riesgo percibido, precisamente el universo de emprendedores y microunidades productivas que más necesitan el canal digital como vía de ingreso al mercado formal. Además, entre plataformas, mientras que las más grandes podrían eventualmente asumir ese costo mediante equipos de *compliance* y sistemas de verificación, los actores más pequeños del ecosistema, desde plataformas emergentes hasta vendedores con trayectoria incipiente, quedan expuestos a los efectos regresivos de esa restricción[66]. Un estudio econométrico publicado en 2022

[64] Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2024). *Directiva (UE) 2024/2853, de 23 de octubre de 2024, sobre responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos*, especialmente artículos 8.4 y 12. *Diario Oficial de la Unión Europea*. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/es/ALL/?uri=CELEX:32024L2853

[65] Impulsado por los diputados de Unión por la Patria, Guillermo Michel y Kelly Olmos. Disponible en https://www.hcdn.gob.ar/comisiones/permanentes/cpyhacienda/proyecto.html?exp=7089-D-2025

[66] Lefouili, Y., & Madio, L. (2022). The economics of platform liability. European Journal of Law and Economics, 53, 319–351. https://doi.org/10.1007/s10657-022-09728-7

elaborado por SmC+ Digital Public Affairs y la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)[67] modeló los posibles efectos de un régimen general de responsabilidad solidaria sobre las plataformas de comercio electrónico. Bajo los supuestos y la estructura de mercado considerados en ese momento, estimó que la medida podría afectar a más de 31.000 vendedores y hasta 47.000 puestos de trabajo, además de generar una reducción del volumen del comercio electrónico de entre el 1,1% y el 1,5%[68]. Estas cifras constituyen proyecciones elaboradas *ex ante* y no resultados efectivamente observados; por tanto, deben interpretarse como una estimación de la dirección y magnitud potencial de los efectos analizados, sujeta a los supuestos metodológicos y a las condiciones del mercado existentes al momento del estudio. Sus estimaciones se refieren al régimen general de responsabilidad solidaria modelado y no pueden extrapolarse automáticamente a obligaciones específicas de identificación, información o actuación diligente. La debida diligencia, en cambio, distribuye las obligaciones de control de acuerdo al rol que lleva a cabo cada actor de cada tipo de operación, lo que evita que las plataformas abiertas reaccionen cerrando el acceso a vendedores con menor historial, que son quienes suelen depender del canal digital para integrarse al mercado formal. Cada uno de estos modelos implica incentivos distintos, costos distintos y efectos distributivos distintos sobre el ecosistema de vendedores y plataformas de menor escala.

El régimen de responsabilidad condicionada de los intermediarios. El derecho comparado muestra una tendencia a diferenciar la responsabilidad propia del intermediario de aquella derivada de los actos realizados por terceros mediante sus servicios. En la Unión Europea, este criterio, inicialmente previsto en la Directiva de Comercio Electrónico de 2000, se encuentra actualmente regulado por el Reglamento de Servicios Digitales —*Digital Services Act*—, que mantiene un régimen de limitación condicionada de responsabilidad y la prohibición de imponer obligaciones generales de supervisión, al tiempo que incorpora deberes específicos de diligencia, trazabilidad y cooperación.[69] En Argentina, la Corte Suprema sostuvo en *Rodríguez, María Belén c/ Google Inc.* que la responsabilidad de los motores de búsqueda por contenidos de terceros es de naturaleza subjetiva y puede configurarse cuando el intermediario adquiere conocimiento efectivo de la ilicitud de un contenido específicamente identificado

[67] Tappatá, M., Cabello, S., & Ferrarini, L. (2022). Efectos económicos del proyecto de ley de defensa del consumidor en Argentina. SmC+ Digital Public Affairs y Cámara Argentina de Comercio Electrónico.
[68] *Ibidem.*
[69] Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico, arts. 12 a 15; y Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales (*Digital Services Act*), especialmente arts. 4 a 8 y 30 a 32. https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj

y no actúa posteriormente con la diligencia correspondiente.[70] Debido al objeto particular de ese precedente, su doctrina no debería trasladarse automáticamente a todas las plataformas de comercio electrónico ni a las obligaciones aduaneras de sus usuarios. En consecuencia, la atribución de responsabilidad a los intermediarios debería examinarse según la función efectivamente desempeñada, su grado de intervención, el conocimiento de la irregularidad y su capacidad concreta para prevenirla o remediarla.

3.2 El segundo debate: mecanismos de gobernanza por intermediarios en Argentina

Más allá del debate sobre los modelos de responsabilidad civil de intermediarios, existe un conjunto de instrumentos de gobernanza que operan en un plano distinto y que producen resultados concretos de trazabilidad, formalización y control: los mecanismos de recaudación anticipada, los regímenes de información y los acuerdos de cooperación entre plataformas y organismos públicos, sujetos a las capacidades económicas, técnicas y operativas de las plataformas. Estos mecanismos no asignan responsabilidad por los actos de terceros, sino que aprovechan la capacidad estructural del comercio digital para generar información verificable sobre las transacciones que intermedian. Es la dirección que están tomando los marcos regulatorios más avanzados a nivel internacional, desde el DSA europeo a las reglas modelo de la OCDE para plataformas digitales, y que Argentina viene construyendo de manera incremental desde 2018. A continuación, se detallan esos mecanismos, organizados según el tipo de obligación y el actor sobre el que recaen.

[70] Corte Suprema de Justicia de la Nación. (2014). *Rodríguez, María Belén c/ Google Inc. s/ daños y perjuicios*, Fallos: 337:1174, sentencia del 28 de octubre de 2014. https://repositorio.mpd.gov.ar/documentos/Rodriguez,%20Mar%C3%ADa%20Bel%C3%A9n%20c.%20Google%20Inc.%20s.%20da%C3%B1os%20y%20perjuicios.pdf

Tabla 3. Compendio de normativa argentina relacionada al comercio electrónico

Norma	Quién está obligado y qué debe hacer	Vigencia
RG 140/1998 — AFIP · Pagos (retención)	Procesadores de pagos con tarjeta[71]. Retención de IVA sobre las liquidaciones efectuadas a comerciantes por cobros con tarjeta de crédito, débito o compra.	Derogada por la RG 5554/2024, desde sep. 2024
RG 3685/2014 · AFIP · Fiscal (información)	Responsables inscriptos en IVA. Reporte mensual de compras y ventas.	El Título I fue dejado sin efecto para los sujetos incorporados al Libro de IVA Digital, conforme al cronograma aplicable.
RG 4011-E/2017 — AFIP · Pagos (retención)	Procesadores de pagos con tarjeta. Retención de Ganancias sobre las liquidaciones efectuadas a comerciantes por cobros con tarjeta de crédito, débito o compra.	Derogada por la RG 5554/2024, desde sep. 2024
RG 4240/2018 — AFIP · Fiscal (percepción)	Intermediarios de pago al exterior. Percepción de IVA sobre servicios digitales prestados por proveedores del exterior a usuarios en Argentina.	Vigente
RG 4614/2019 — Título I· AFIP · Pagos (información)	Agrupadores y agregadores de medios de pago. Reporte mensual a ARCA: CUIT, rubro, CBU/CVU, monto total de operaciones y comisiones por cada vendedor adherido.	Vigente

[71] Un Procesador de Pagos con Tarjeta (también llamado procesador técnico) es el motor tecnológico e informático que actúa como el canal de comunicación seguro y en tiempo real entre el comercio donde se realiza la compra y las redes financieras globales. En Argentina, los ejemplos más difundidos son Prisma y Fiserv.

RG 4614/2019 — Título II AFIP · Pagos (información)	Administradores de cuentas virtuales y billeteras (PSP). Reporte mensual a ARCA: nómina de cuentas, ingresos, egresos y saldos de usuarios que superen los umbrales vigentes.	Vigente. Modificado por RG 5804/2025
RG 4622/2019 — AFIP · Pagos (retención)	Administradores de servicios electrónicos de pagos y cobranzas. Retención de IVA y Ganancias sobre las liquidaciones efectuadas a vendedores en plataformas digitales.	Derogada. RG 5554/2024, desde sep. 2024
Comunicación A 7769/2023 ·BCRA · Infraestructura (interoperabilidad)	Adquirentes[72], agregadores y billeteras digitales. Todo QR que acepte tarjeta de crédito debe admitir pago desde cualquier billetera digital interoperable registrada, con independencia de su marca.	Vigente. Desde feb. 2024
RG 5319/2023 — AFIP · Fiscal (percepción)	Titulares y administradores de plataformas digitales (marketplace). Percepción de IVA con alícuotas diferenciales (1%–8%) según condición tributaria del vendedor; consulta al padrón ARCA con validez de 30 días corridos.	Vigente. Modificada por RG 5794/2025
RG 5554/2024 — ARCA · Pagos (derogación)	Deroga las RG 140/1998, 4011/2017 y 4622/2019. Elimina los regímenes de retención de IVA y Ganancias sobre cobros electrónicos a partir del 1° de septiembre de 2024.	Vigente. Desde sep. 2024

[72] Un adquirente (o empresa de adquirencia) es la entidad financiera o institución miembro de las redes de tarjetas (como Visa o Mastercard) que afilia y contrata a los comercios para que puedan aceptar pagos electrónicos. En Argentina, se destacan Payway (Prisma Medios de Pago), Clover y Getnet.

RG 5794/2025 — ARCA · Fiscal (percepción)	Titulares y administradores de plataformas digitales (marketplace). Actualiza los umbrales de habitualidad para sujetos no categorizados: 10 o más operaciones mensuales por un monto igual o superior a $750.000 o 4 o más operaciones mensuales en cada mes de un cuatrimestre con monto acumulado ≥ $750.000.	Vigente. Desde dic. 2025
RG 5804/2025 — ARCA · Pagos (información)	Administradores de cuentas virtuales, billeteras y PSP que ofrecen cuentas de pago. Amplía y desagrega la información requerida bajo el Título II de la RG 4614; incorpora expresamente a los PSP con cuentas de pago.	Vigente. Desde may. 2026

Fuente: elaboración propia

El marco regulatorio argentino que afecta al comercio electrónico se articula en tres planos distintos: mecanismos de recaudación anticipada, regímenes de información de terceros y mecanismos de cooperación operativa. Los tres producen trazabilidad pero son de naturaleza diferente, con efectos distintos sobre el cumplimiento tributario y con obligaciones distintas sobre los actores del ecosistema. La literatura de administración tributaria distingue sistemáticamente entre estas tecnologías de compliance (retención en la fuente, reporte de terceros y auditoría) porque sus efectos sobre el comportamiento de los contribuyentes no son equivalentes ni sustitutos perfectos[73].

La inclusión de una plataforma o de otro intermediario en alguno de estos mecanismos no puede presumirse a partir de su capacidad tecnológica o de la información que eventualmente genere. Las obligaciones de retención, percepción y reporte solo resultan exigibles respecto de los sujetos, operaciones, impuestos, datos, montos y períodos comprendidos en cada régimen normativo. Del mismo modo, los mecanismos de cooperación pueden responder a un requerimiento legal o judicial, a un convenio específico o a una iniciativa voluntaria, y su existencia no implica una obligación general de colaboración aplicable a todas las plataformas ni respecto de todas las actividades desarrolladas por sus usuarios.

[73] Keen, M., & Slemrod, J. (2017). Optimal tax administration. Journal of Public Economics, 152, 133–142. https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2017.04.006

Todo requerimiento, acceso, intercambio o utilización de información debería respetar criterios de necesidad, razonabilidad y proporcionalidad respecto de la finalidad pública perseguida. La información solicitada debería limitarse a la estrictamente necesaria, utilizarse exclusivamente para los fines previamente determinados y conservarse solo durante el plazo requerido para su cumplimiento. El diseño de estas obligaciones también debería considerar la naturaleza y escala del intermediario, su modelo de negocio y sus capacidades económicas, técnicas y operativas, evitando imponer cargas uniformes que puedan afectar de manera desproporcionada a plataformas emergentes o de menor tamaño. Asimismo, deberían contemplarse salvaguardas técnicas, jurídicas e institucionales para proteger los datos personales, el secreto fiscal, la información comercial confidencial, los secretos comerciales, los derechos de propiedad intelectual y cualquier otra información sensible o legalmente protegida.

Mecanismos de recaudación anticipada. La RG 5319/2023[74] designó a los titulares y administradores de plataformas digitales como agentes de percepción del IVA con alícuotas de entre el 1% y el 8% según la condición tributaria del vendedor. El diferencial entre categorías es el mecanismo económico central del esquema, ya que los no categorizados soportan la alícuota más alta y no pueden compensarla hasta regularizar su situación; esto orienta hacia la formalización sin imponerla como condición de acceso. La percepción es más efectiva en ese sentido que la retención porque aparece como un costo explícito en cada transacción, generando una señal de precio visible[75]. La RG 4240/2018[76] aplica la misma lógica a servicios digitales del exterior. En el plano subnacional, las plataformas actúan como agentes de retención de ingresos brutos en las jurisdicciones adheridas. Este antecedente conserva relevancia porque muestra que los mecanismos de recaudación anticipada y los regímenes de información pueden ser objeto de decisiones regulatorias diferentes. Mediante la Resolución 780/2024 del Ministerio de Economía y la RG 5554/2024, se eliminaron, para los pagos efectuados desde el 1° de septiembre de 2024, los regímenes de retención del IVA y del impuesto a las ganancias que recaían sobre los cobros electrónicos.[77] De acuerdo con los

[74] Administración Federal de Ingresos Públicos. (2023, enero 19). Resolución General N° 5319/2023. IVA. Operaciones de venta de cosas muebles, locaciones y prestaciones concertadas electrónicamente a través de plataformas digitales. Régimen especial de ingreso. Boletín Oficial de la República Argentina. https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/280060/20230123

[75] Chetty, R., Looney, A., & Kroft, K. (2009). Salience and taxation: Theory and evidence. American Economic Review, 99(4), 1145–1177. https://doi.org/10.1257/aer.99.4.1145

[76] Administración Federal de Ingresos Públicos. (2018). Resolución General 4240/2018: Impuesto al Valor Agregado. Servicios digitales prestados por un sujeto residente o domiciliado en el exterior. Ingreso del gravamen, formas, plazos y condiciones. Boletín Oficial de la República Argentina N° 33869, 14 de mayo de 2018.

[77] Ley 27.743 de Medidas Fiscales Paliativas y Relevantes, art. 102; Ministerio de Economía, Resolución 780/2024, del 20 de agosto de 2024; y Administración Federal de Ingresos Públicos, Resolución General 5554/2024, del 20 de agosto de 2024, aplicable a los pagos efectuados desde el 1° de septiembre de 2024.

fundamentos oficiales, la medida buscó evitar que esas retenciones obstaculizaran las operaciones realizadas mediante medios electrónicos, impulsar su utilización para favorecer la formalización y la inclusión financiera y reducir los costos asociados a los sistemas de pago. La derogación no implicó abandonar la trazabilidad de las operaciones, dado que el artículo 102 de la Ley 27.743 preservó expresamente la posibilidad de establecer deberes de información. El caso muestra, por tanto, que es posible reducir la carga financiera asociada a la recaudación anticipada sin renunciar a la información necesaria para la fiscalización estatal. La evidencia académica demuestra que los mecanismos de recaudación anticipada pueden contribuir al cumplimiento tributario, aunque su efectividad debe evaluarse conjuntamente con los costos financieros, administrativos y económicos que generan. En particular, las retenciones sobre pagos digitales pueden afectar la liquidez de los pequeños comerciantes y desincentivar la utilización de medios electrónicos, reduciendo los beneficios de formalización y trazabilidad que estos producen. En este contexto, la eliminación de determinados regímenes de retención no implica necesariamente una pérdida de capacidad de fiscalización, siempre que **el Estado aproveche eficazmente la información transaccional disponible mediante mecanismos de reporte, interoperabilidad y análisis de riesgo**. La prioridad debería ser fortalecer esa capacidad institucional, evitando imponer cargas adicionales que puedan obstaculizar la digitalización y la formalización de la economía.

Regímenes de información de terceros. Por otro lado**,** mientras que la retención y la percepción producen un flujo de fondos hacia el fisco, los regímenes de información producen datos que el fisco luego utiliza para detectar inconsistencias entre lo declarado y lo efectivamente transaccionado. Esto genera que se cierre el espacio de subdeclaración, porque el contribuyente no puede sostener una declaración inconsistente con lo que ya está en la base de datos del fisco[78]. Una condición de posibilidad de estos regímenes es la digitalización del sistema de pagos, ya que sin pagos electrónicos no hay rastro transaccional que reportar. En Argentina, el BCRA desplegó desde 2020 el programa Transferencias 3.0[79], que construyó un ecosistema de pagos interoperables que permitió que cualquier usuario realice transferencias desde cualquier billetera mediante código QR. La Comunicación A 7769 de 2023 extendió esa interoperabilidad a los pagos con tarjeta de crédito, estableciendo que los comercios deben aceptar pagos desde cualquier billetera registrada con independencia de su marca. Ese proceso de estandarización es lo que hace que las transacciones del canal

[78] Kleven, H. J., Knudsen, M. B., Kreiner, C. T., Pedersen, S., & Saez, E. (2011). Unwilling or unable to cheat? Evidence from a tax audit experiment in Denmark. Econometrica, 79(3), 651–692. https://doi.org/10.3982/ECTA9113

[79] Banco Central de la República Argentina. (2020). Transferencias 3.0: pagos con transferencia interoperables. Recuperado de https://www.bcra.gob.ar/en/transfers-3-0/

digital dejen un rastro verificable en capas independientes: la plataforma, el agregador de pagos y la entidad financiera. En Argentina, además, la RG 4614/2019 establece dos obligaciones distintas. El Título I obliga a los agrupadores y agregadores de medios de pago a reportar mensualmente por cada vendedor adherido la CUIT, CBU o CVU, monto de operaciones y comisiones cobradas. El Título II obliga a los administradores de cuentas virtuales y billeteras a reportar ingresos, egresos y saldos que superen los umbrales vigentes de $50.000.000 para personas humanas y $30.000.000 para personas jurídicas, con actualización semestral por IPC. Para vendedores que operan dentro de ecosistemas de marketplace con billetera propia, ambos títulos se complementan y cada transacción deja un rastro verificable en al menos dos capas independientes. Desde marzo de 2026 opera además un esquema de intercambio entre Mercado Libre y ARCA para detectar inconsistencias en cuatro categorías de alto riesgo (neumáticos, celulares, juguetes y cosméticos), mediante el reporte de los veinte vendedores con mayor facturación en cada una[80].

Mecanismos de cooperación. A diferencia de los dos planos anteriores, los mecanismos de cooperación se activan ante denuncias o causas judiciales y su alcance depende de la voluntad de las partes más que de una obligación normativa continua. Dentro de este plano conviven dos tipos distintos de cooperación. El primero opera entre plataformas y organismos públicos. En el marco de causas judiciales, por ejemplo, la Aduana puede requerir datos del titular de una publicación y el historial de comunicaciones, y las plataformas los proveen. Un antecedente de mayor antigüedad y alcance sectorial específico es el acuerdo que Mercado Libre mantiene con la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) en el marco de su *Cooperation Agreement Program,* vigente desde hace más de una década[81]. El programa permite a ANMAT realizar denuncias sistemáticas de publicaciones con productos de salud irregulares y ha derivado en mejoras sostenidas en los tiempos de respuesta de la plataforma y en los criterios de actuación frente a publicaciones que comercializan productos sin habilitación sanitaria[82]. Durante el segundo semestre de 2025, la iniciativa Mercado Libre Anti-Counterfeiting Alliance (MACA) alcanzó seis operativos conjuntos con autoridades y marcas que derivaron en

[80] Infobae. (2026, 14 de junio). La batalla contra el contrabando reaviva la disputa entre empresas y plataformas como Mercado Libre: qué hace el Gobierno. https://www.infobae.com/economia/2026/06/14/la-batalla-contra-el-contrabando-reaviva-la-disputa-entre-empresas-y-plataformas-como-mercado-libre-que-hace-el-gobierno/

[81] Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT). (2025, diciembre 16). *ANMAT y Mercado Libre continúan trabajando sobre el monitoreo de anuncios de comercialización de productos para la salud*. Argentina.gob.ar. https://www.argentina.gob.ar/noticias/anmat-y-mercado-libre-continuan-trabajando-sobre-el-monitoreo-de-anuncios-de

[82] Mercado Libre. (2026, marzo). *Reporte de transparencia: Julio–diciembre 2025*. https://news.mercadolibre.com/reporte-de-transparencia-segundo-semestre-2025

incautaciones que, sumadas desde el lanzamiento de la iniciativa en 2021, superan las 45 toneladas de productos falsificados, con nueve nuevas denuncias criminales iniciadas en Brasil, México y Chile durante el período[83]. Meta, mantiene un convenio con la Subsecretaría de Defensa del Consumidor que entre abril y junio de 2026 derivó en la baja de alrededor de 30 perfiles vinculados a venta de celulares[84]. El segundo tipo opera entre plataformas y titulares privados de derechos a través de mecanismos de notificación y baja (*notice and takedown*). El *Brand Protection Program* de Mercado Libre, por ejemplo, permite a titulares de marcas y derechos de autor denunciar publicaciones en infracción directamente en la plataforma, sin mediación estatal[85]. La literatura identifica estos mecanismos como formas de autorregulación o gobernanza privada compatibles con la lógica del puerto seguro: las plataformas pueden implementarlos para facilitar la recepción y evaluación de denuncias, sin que ello implique una obligación general de monitoreo previo ni el reconocimiento automático de responsabilidad por los actos de terceros[86]. Su ventaja es la escala y la velocidad, aunque su limitación documentada es el riesgo de uso abusivo para dar de baja publicaciones legítimas de competidores o revendedores autorizados por parte de quien hace la denuncia.

Estos mecanismos deberían contar con procedimientos transparentes y delimitados que identifiquen la información alcanzada, los sujetos autorizados para solicitarla o recibirla, las finalidades permitidas, los plazos de conservación y las medidas de seguridad aplicables. La cooperación no debería habilitar accesos generales o indiscriminados a las bases de datos de las plataformas ni permitir la utilización posterior de la información para finalidades incompatibles con aquellas que justificaron su entrega. Cuando pudiera verse afectada información confidencial, datos personales, secretos comerciales o derechos de propiedad intelectual, deberían preverse mecanismos de minimización, anonimización o seudonimización, control de acceso, trazabilidad de consultas y revisión de las decisiones adoptadas sobre la base de esos datos.

3.3 ¿Cómo se combate el contrabando?

[83] Mercado Libre. (2026). *Reporte de Transparencia: Segundo semestre de 2025*.
[84] Infobae. (2026, 14 de junio). La batalla contra el contrabando reaviva la disputa entre empresas y plataformas como Mercado Libre: qué hace el Gobierno. https://www.infobae.com/economia/2026/06/14/la-batalla-contra-el-contrabando-reaviva-la-disputa-entre-empresas-y-plataformas-como-mercado-libre-que-hace-el-gobierno/
[85] Mercado Libre. (2024, septiembre). Reporte de transparencia primer semestre 2024. https://www.mercadolibre.com.ar/institucional/comunicamos/noticias/transparency-report-first-half-2024
[86] Wallberg, K. (2017). Notice and takedown of counterfeit goods in the Digital Single Market: A balancing of fundamental rights. Journal of Intellectual Property Law & Practice, 12(11), 922–933. https://doi.org/10.1093/jiplp/jpx136

Los distintos tipos de informalidad e ilegalidad tienen también distintos niveles de trazabilidad y, por ende, desafíos de política pública. En la Sección 2 se argumentó que los distintos tipos de informalidad presentan también distintas soluciones según el nivel de trazabilidad de la problemática en el canal digital, y que las plataformas de comercio electrónico tienen mayor capacidad de contribuir a la reducción de la informalidad tributaria que del contrabando o los mercados grises. Una vez descritos los mecanismos regulatorios que permiten al Estado aprovechar la trazabilidad de los primeros, corresponde retomar esa distinción para precisar qué puede y qué no puede esperarse del comercio electrónico y la política pública frente al problema específico del control aduanero del comercio transfronterizo.

La comercialización en el mercado argentino de un conjunto amplio y heterogéneo de categorías de productos exige la acreditación previa ante organismos técnicos especializados cuya intervención es una condición de legalidad y no una mera formalidad. Argentina ha sostenido históricamente uno de los marcos regulatorios más restrictivos de América Latina en materia de acceso a mercados. Los indicadores PMR de la OCDE (que miden en una escala de 0 a 6 el alejamiento de las mejores prácticas internacionales de competencia) ubicaban a Argentina con un puntaje de 3,11 en la última medición disponible para el país (2014 y 2016), frente a valores de 1,58 para Chile y 2,10 para México en 2018, con brechas significativas respecto al promedio OCDE tanto en barreras administrativas a nuevas empresas como en obstáculos al comercio y la inversión[87]. Ese sistema de certificaciones y registros obligatorios abarca al menos cinco áreas regulatorias diferenciadas:

1. En materia de **seguridad eléctrica**, la Resolución 16/2025 de la Secretaría de Industria y Comercio, que sustituyó el régimen de la Resolución 169/2018, establece requisitos esenciales de calidad y seguridad para el equipamiento eléctrico comprendido en su Anexo II, incluidos fuentes y cargadores, aparatos eléctricos de uso doméstico, dispositivos de iluminación y aparatos de electrónica, audio y video. Los fabricantes e importadores deben garantizar su cumplimiento mediante una declaración jurada de conformidad y el procedimiento de evaluación correspondiente. Los distribuidores y comercializadores deben contar con una copia de esa declaración para exhibirla cuando les sea requerida.[88]

[87] OCDE. (2020). Panorama de las administraciones públicas América Latina y el Caribe 2020. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/1003c4d8-es

[88] Secretaría de Industria y Comercio. (2025, 24 de febrero). Resolución 16/2025. Reglamento técnico de equipamiento eléctrico. Boletín Oficial de la República Argentina, 25 de febrero de 2025. Texto oficial.

2. En materia de **productos sanitarios,** la Ley N° 16.463[89] somete a autorización previa la importación, producción, fraccionamiento y comercialización de medicamentos, drogas, reactivos, formas farmacéuticas, elementos de diagnóstico y todo producto de uso en medicina humana, con ANMAT como autoridad de aplicación desde su creación por el Decreto N° 1490/1992. Para productos médicos de distintos niveles de riesgo, cosméticos, domisanitarios, suplementos dietarios y productos higiénicos de uso externo o intravaginal, la Disposición ANMAT 236/2026[90] introdujo un esquema simplificado de declaración jurada para categorías de menor riesgo autorizadas en mercados de referencia internacional, pero mantiene la habilitación previa de las empresas importadoras como condición necesaria en todos los casos. Los medicamentos quedan fuera de ese esquema simplificado ya que su comercialización requiere inscripción individual en el Registro de Especialidades Medicinales con evaluación técnica por parte de ANMAT, sin posibilidad de reconocimiento automático por aprobación en terceros países.
3. En materia de **seguridad de juguetes,** la Resolución 163/2005 de la Secretaría de Coordinación Técnica[91], actualizada por la Resolución 313/2025[92] de la Secretaría de Industria y Comercio, establece la certificación obligatoria de requisitos esenciales de seguridad basada en normas IRAM-NM 300, para todo producto diseñado para uso de menores de 14 años que se fabrique, importe o distribuya en el territorio nacional, con intervención del INTI y organismos certificadores acreditados ante el Organismo Argentino de Acreditación.
4. En materia de **autopartes de seguridad**, la Ley de Tránsito N° 24.449[93] establece la obligación de certificación para todo componente destinado al mercado de reposición (neumáticos, sistemas de frenos, cinturones, sistemas de iluminación y cascos para motociclistas, entre un total de 22 categorías), que fue reformulado por el Decreto 196/2025[94] sin eliminar la exigencia sustantiva. A

[89] Congreso de la Nación Argentina. (1964). Ley N° 16.463. Medicamentos. Boletín Oficial de la República Argentina.
[90] Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica [ANMAT]. (2026, 6 de febrero). Disposición 236/2026. Mecanismos aplicables para la importación y comercialización de productos de origen extranjero sujetos a fiscalización sanitaria. Boletín Oficial de la República Argentina. https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/338244/20260206
[91] Secretaría de Coordinación Técnica. (2005). Resolución N° 163/2005. Régimen de certificación obligatoria de juguetes. Ministerio de Economía y Producción.
[92] Secretaría de Industria y Comercio, Ministerio de Economía. (2025, 12 de agosto). Resolución N° 313/2025. Reglamento técnico sobre requisitos esenciales de calidad y seguridad para productos de consumo, incluyendo juguetes. Boletín Oficial de la República Argentina. https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/329773/20250813
[93] Congreso de la Nación Argentina. (1994). Ley N° 24.449. Ley de Tránsito. Boletín Oficial de la República Argentina.
[94] Poder Ejecutivo Nacional. (2025, 18 de marzo). Decreto N° 196/2025. Modificación de la Reglamentación General de la Ley N° 24.449 de Tránsito y Seguridad Vial. Libre comercialización,

estas categorías se suman los productos fitosanitarios, agroquímicos y fertilizantes, cuyo registro ante SENASA es condición necesaria para su comercialización, en virtud de la normativa que asigna a ese organismo la responsabilidad de controlar los productos utilizados en la producción agrícola y el control de plagas. Si bien en la última década existió un proceso de modernización y unificación relevante, la OCDE advierte en su Estudio Económico de Argentina 2025 que las barreras de entrada permanecen elevadas en varios sectores y que los efectos de los cambios regulatorios sobre la competencia no son evaluados de manera sistemática[95].

5. En materia de **equipos de telecomunicaciones**, la Ley Argentina Digital N° 27.078[96] establece la obligación de homologación ante ENACOM para todo dispositivo que se comercialice en el país, comprendiendo teléfonos celulares, tablets, laptops, auriculares inalámbricos, relojes inteligentes, dispositivos IoT y todo equipo que opere con espectro radioeléctrico. Este caso, de homologación de equipos de telecomunicaciones, ilustra con precisión cómo se puede simplificar y modernizar el régimen sin eliminarlo. El régimen anterior, vigente desde la década de 1980, exigía la duplicación de ensayos técnicos locales sobre equipos ya certificados por agencias internacionales reconocidas, concentraba el proceso en un único organismo estatal con participación obligatoria de representantes matriculados ante un colegio profesional específico, y obligaba a revalidar las inscripciones cada tres años con independencia de si el equipo había sufrido modificaciones técnicas. La Resolución ENACOM 57/2026[97] corrigió esas distorsiones al reconocer automáticamente estándares internacionales, delegar la certificación en agencias privadas acreditadas bajo norma ISO/IEC 17065 y eliminar la renovación trianual para productos sin cambios técnicos. Sin embargo, la resolución incorpora en su artículo 10 una disposición que establece que los materiales de telecomunicaciones comercializados mediante portales web deben indicar en su publicación el número de inscripción RAMATEL, extendiendo esa obligación no solo a los vendedores sino también a los intermediarios digitales que sirven de plataforma. Si bien la exigencia de exhibir el número RAMATEL debe distinguirse de una obligación de certificar técnicamente el producto o

producción e importación de autopartes. Boletín Oficial de la República Argentina. https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/322652/20250318

[95] OCDE. (2025). OECD Economic Surveys: Argentina 2025. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/27dd6e27-en

[96] Congreso de la Nación Argentina. (2014). Ley N° 27.078. Argentina Digital. Boletín Oficial de la República Argentina.

[97] Ente Nacional de Comunicaciones [ENACOM]. (2026, 26 de febrero). Resolución 57/2026. Actualización del régimen de homologación de equipos de telecomunicaciones. Reglamento del Registro de Actividades y Materiales de Telecomunicaciones (RAMATEL). Boletín Oficial de la República Argentina. https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/338750/20260226

garantizar su regular ingreso aduanero, su extensión a las plataformas plantea dificultades de proporcionalidad. Aunque el registro de equipos inscriptos es de acceso público[98] y **su consulta permite constatar la existencia de una inscripción, la plataforma no puede constatar de manera certera que esta corresponda efectivamente al producto ofrecido en cada publicación, una correspondencia que solo puede asegurar quien comercializa o importa el bien**. A ello se suma que las inscripciones tienen una vigencia limitada y que el registro incorpora nuevos productos de manera constante. Una exigencia de verificación permanente de cada publicación de terceros resultaría, por tanto, difícil de cumplir y atribuiría a las plataformas responsabilidades que exceden sus funciones y capacidades. Un esquema más proporcional distinguiría entre la obligación del vendedor de declarar el número RAMATEL y la de la plataforma de habilitar un campo obligatorio para consignarlo y eventualmente, contrastarlo de forma automatizada con el registro público, sin asumir la verificación de su correspondencia con el producto.

La trazabilidad adquiere una relevancia aún mayor en el comercio electrónico transfronterizo canalizado mediante el régimen courier, donde la simplificación operativa diseñada para facilitar el comercio legítimo coexiste con un conjunto de incentivos estructurales que pueden favorecer su uso con fines comerciales encubiertos. La Resolución General 5884/2026 de ARCA[99] introdujo dos modificaciones con consecuencias directas sobre la trazabilidad: estableció un límite de valor admisible de hasta USD 3.000 FOB por envío con un límite de tres unidades de la misma especie, y exoneró a los envíos alcanzados por el régimen de una serie de intervenciones de organismos técnicos que antes operaban como controles de ingreso, incluyendo la intervención previa de ANMAT para cosméticos y dispositivos médicos de uso personal, los certificados de libre circulación de SENASA para alimentos y suplementos importados por particulares, y la certificación de seguridad eléctrica para aparatos electrónicos y homologación de repuestos emitida por la Secretaría de Industria y Comercio.

La exención de esas intervenciones técnicas resulta analíticamente relevante porque comprende categorías como celulares y dispositivos eléctricos, cuya comercialización en el mercado interno se encuentra sujeta a requisitos de homologación ante ENACOM. Esta diferenciación podría generar incentivos negativos sobre el régimen general de importación, ya que mientras las exigencias de certificación, homologación y documentación asociadas a la importación formal representen costos significativos, el

[98] Disponible en https://www.enacom.gob.ar/equipos-inscriptos_p348

[99] Agencia de Recaudación y Control Aduanero [ARCA]. (2026, 30 de julio). *Resolución General 5884/2026. Régimen de envíos postales. Resolución General N° 4.447. Su sustitución* (RESOG-2026-5884-E-ARCA-ARCA). Boletín Oficial de la República Argentina. https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/345190/20260730

régimen simplificado de envíos personales podría ser percibido como un canal alternativo con menor carga regulatoria. Reducir esa brecha de costos, modernizando y unificando esquemas en todos los regímenes de importación, es una condición necesaria para que los mecanismos de trazabilidad operen sobre incentivos menos distorsionados. En este sentido, la reforma sí incorpora un mecanismo con potencial trazador significativo, ya que se exige una declaración anticipada obligatoria mediante el sistema CDS de la Unión Postal Universal, que el operador postal debe transmitir a ARCA antes del arribo físico de la mercadería. Ese identificador fiscal conecta el momento de importación con los registros tributarios posteriores y, en particular, con los datos de ventas que las plataformas ya reportan mensualmente a ARCA en virtud de la RG 4614/2019. Si esos dos flujos de información se cruzan sistemáticamente dentro de ARCA, es posible detectar patrones de inconsistencia entre lo que una persona declara importar para uso personal y lo que luego podría comercializar en una plataforma doméstica. Sin embargo, nuevamente, el problema no es la ausencia de datos (que ya existen mediante los regímenes de información y de mecanismos de cooperación puntuales) sino la ausencia de una arquitectura analítica que los vincule.

En este escenario, las plataformas digitales ya generan información de alto valor que el Estado puede gestionar para ejercer una fiscalización aduanera inteligente. El Estado argentino dispone de un flujo de información transaccional de alta granularidad sobre el canal digital: la RG 4614/2019 obliga a los agregadores de medios de pago y administradores de billeteras a reportar mensualmente a ARCA datos por vendedor (CUIT, CBU o CVU, monto de operaciones y comisiones) y desde marzo de 2026 ese régimen se complementa con un esquema de intercambio directo entre ARCA y Mercado Libre orientado a cuatro categorías de alto riesgo fiscal (ver sección 3.2.). Cruzada con la información proveniente de los sistemas aduaneros y tributarios, esa masa de datos permite detectar inconsistencias entre lo que un vendedor factura en plataforma y lo que declara ante el fisco, identificar patrones de comportamiento comercial atípicos y segmentar operadores por categoría, frecuencia y volumen. La disponibilidad de esta información permite desarrollar sistemas de gestión del riesgo considerablemente más precisos, orientando los recursos de fiscalización hacia aquellas operaciones que presentan mayores probabilidades de incumplimiento y reduciendo simultáneamente las cargas administrativas sobre el comercio legítimo[100]. En el mismo sentido, ARCA tiene con Meta[101] un protocolo para la denuncia y baja de publicaciones y una prueba piloto de información anticipada con Amazon para cobrar impuestos antes de que llegue la

[100] World Trade Organization. (2017). *Trade Facilitation Agreement.* https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/tfa_e.htm

[101] fuente: https://www.cronista.com/economia-politica/fraude-en-importaciones-y-fronteras-permeables-jeans-a-us-010-y-mas-celulares-de-contrabando/

compra[102]. El desafío, entonces, es construir la capacidad analítica institucional para utilizar esta información y su aprovechamiento debería desarrollarse dentro de límites jurídicos e institucionales expresos. En particular, la participación de una plataforma en mecanismos voluntarios de cooperación no debería interpretarse, por sí sola, como la asunción de un deber general de fiscalización, como el reconocimiento de que dispone de capacidad para verificar el origen aduanero de los bienes ni como un precedente que modifique su régimen de responsabilidad. Toda eventual ampliación futura de sus obligaciones debería establecerse mediante una norma específica que defina su alcance, finalidad, proporcionalidad, salvaguardas para la información, distribución de costos y mecanismos de revisión. La determinación de infracciones y el ejercicio de las facultades de fiscalización continuarían correspondiendo a los organismos estatales competentes.

Esta aproximación resulta consistente con la evolución observada en el derecho comparado. La Organización Mundial de Aduanas ha señalado que la creciente complejidad del comercio internacional torna materialmente imposible sostener modelos de control basados en la inspección sistemática de todas las operaciones. En consecuencia, ha promovido la modernización de los sistemas de control aduanero mediante herramientas de inteligencia, análisis de datos, intercambio anticipado de información, interoperabilidad y gestión del riesgo, que permiten concentrar los recursos de fiscalización en aquellas operaciones que presentan mayores indicadores de irregularidad[103]. Del mismo modo, el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la Organización Mundial del Comercio incorpora expresamente la gestión del riesgo como uno de los principios rectores de las administraciones aduaneras contemporáneas, procurando compatibilizar la eficacia de los controles con la agilización del comercio internacional[104]. Tanto la regulación europea[105] como las recomendaciones formuladas por organismos internacionales[106] combinan mecanismos de cooperación, intercambio de información y trazabilidad con obligaciones específicas y, en determinados regímenes,

---

[102] Fuente: https://www.cronista.com/economia-politica/fraude-en-importaciones-y-fronteras-permeables-jeans-a-us-010-y-mas-celulares-de-contrabando/

[103] World Customs Organization. (2021). *SAFE Framework of Standards to Secure and Facilitate Global Trade*. https://www.wcoomd.org/en/topics/facilitation/instrument-and-tools/frameworks-of-standards/safe_package.aspx

[104] World Trade Organization. (2017). *Trade Facilitation Agreement.* https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/tfa_e.htm

[105] European Commission, Taxation and Customs Union. (2026, 8 de junio). Guidance and legal text on temporary flat fee on low-value imports which will apply until 1 July 2028. https://taxation-customs.ec.europa.eu/news/guidance-and-legal-text-temporary-flat-fee-low-value-imports-which-will-apply-until-1-july-2028-2026-06-08_en

[106] OCDE. (2019). The role of digital platforms in the collection of VAT/GST on online sales. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/e0e2dd2d-en

responsabilidades reforzadas de los operadores por el eventual incumplimiento de obligaciones cuya verificación corresponde a organismos públicos especializados.

Los marcos regulatorios nacionales muestran, a su vez, **distintas alternativas respecto de la distribución de funciones y responsabilidades entre autoridades públicas, vendedores e intermediarios**. En Estados Unidos, la **INFORM Consumers Act** establece obligaciones de recopilación, verificación y divulgación de información respecto de determinados vendedores de alto volumen, así como mecanismos para reportar actividades sospechosas y de suspensión de vendedores incumplidores. Se trata de un enfoque centrado principalmente en fortalecer la **identificación y trazabilidad de los vendedores**, apoyándose en capacidades que habitualmente forman parte del funcionamiento de las plataformas de comercio electrónico —como la identificación de usuarios, la validación de determinada información, el registro de transacciones y los mecanismos de reporte—, sin establecer por esa vía un régimen general de responsabilidad solidaria por la conformidad regulatoria de los productos comercializados por terceros.

La experiencia de **Brasil, donde la Resolución ANATEL 780/2025 extendió la responsabilidad solidaria a las plataformas de comercio electrónico por la comercialización de equipos de telecomunicaciones no homologados ofrecidos por terceros**, constituye un precedente regulatorio cuestionable. Este enfoque traslada a los intermediarios responsabilidades propias de los vendedores, desdibuja la distinción entre ambos actores y genera riesgos de sobrerrestricción de publicaciones, mayores costos de cumplimiento y barreras de entrada.

Sin embargo, la experiencia brasileña ofrece una enseñanza positiva, especialmente relevante para **Argentina: la importancia de contar con infraestructura pública de información accesible, confiable e interoperable que permita verificar el cumplimiento regulatorio**. Más allá del debate sobre el alcance de la responsabilidad, la norma muestra algo relevante para el diseño de políticas: **la posibilidad de exigir estos deberes a las plataformas descansa sobre una infraestructura que el Estado brasileño construyó previamente**. ANATEL cuenta con un sistema de homologación que asigna un código a cada modelo aprobado, con información consultable públicamente, y desde 2018 opera un sistema nacional de bloqueo de celulares con IMEI irregular en las redes móviles. Sobre esa base, la verificación que se pide a las plataformas no requiere evaluar la conformidad técnica de un producto, sino contrastar un código con un registro oficial. La experiencia mostró que es operativamente viable: tras una decisión judicial de 2024, los anuncios de equipos con código visible en Amazon Brasil pasaron del 47% al 100% en diez días. En Argentina, en cambio, la ausencia de

mecanismos equivalentes de consulta automatizada e interoperabilidad limita las posibilidades de verificación[107].

Por lo tanto, la prioridad es fortalecer las capacidades públicas y facilitar la colaboración con las plataformas, mientras que la responsabilidad por el cumplimiento de los requisitos de homologación y la veracidad de la información debe recaer en el vendedor, como sujeto obligado. No obstante, **la disponibilidad de esta infraestructura no justifica trasladar a las plataformas obligaciones de verificación ni responsabilidades que corresponden a los vendedores, importadores y autoridades competentes**. La posibilidad técnica de consultar un registro no equivale a la capacidad de acreditar la conformidad regulatoria de cada producto comercializado, ni debería constituir fundamento para imponer deberes generales de monitoreo o responsabilidad solidaria. La interoperabilidad debe entenderse como una herramienta para fortalecer la fiscalización pública y facilitar mecanismos de cooperación proporcionados, no como un mecanismo para delegar funciones estatales de control en intermediarios privados.

3.4 Líneas de política pública

Sobre la base del análisis desarrollado en las secciones anteriores es posible identificar cuatro líneas de política pública que podrían fortalecer la contribución del comercio digital al ecosistema de formalización y transparencia en Argentina, sin generar efectos regresivos sobre la base de vendedores pequeños que hoy accede al canal.

1. **Fortalecer la inteligencia aduanera mediante la integración de la información existente**

Uno de los problemas principales frente al comercio irregular es la capacidad de integrar los datos ya existentes. Los regímenes de información vigentes —en particular, la RG 4614/2019 respecto de los sujetos expresamente comprendidos en ella— y determinados esquemas específicos de intercambio, producen flujos de información transaccional que actualmente se procesan de manera fragmentada y no siempre se integran sistemáticamente con los registros de importación disponibles en la Dirección General de Aduanas. Esa fragmentación limita la capacidad del Estado de construir una imagen consolidada del flujo de bienes desde su importación hasta su comercialización final, particularmente en el régimen courier, que combina alto volumen, bajo valor unitario declarado y dificultades de control sistemático. La declaración anticipada con identificador fiscal del destinatario incorporada por la RG 5884/2026 constituye un

[107] Hacia octubre 2026, el registro de equipos inscriptos en RAMATEL está accesible públicamente. Sin embargo, es una base en una plantilla de Excel, con una forma de consulta manual, frente a la que es bastante inviable plantear una interoperabilidad con la plataforma.

insumo que, integrado dentro del Estado con la información que este ya recibe de los sujetos obligados por los regímenes aplicables, podría contribuir a detectar inconsistencias entre lo declarado como importación para uso personal y su eventual comercialización posterior.

La recomendación apunta, en consecuencia, a mejorar la interoperabilidad entre los organismos estatales respecto de la información que ya reciben en virtud de los regímenes vigentes. Bajo protocolos comunes de formato, finalidad, periodicidad, seguridad y resguardo de datos, ARCA, la Dirección General de Aduanas y los organismos técnicos competentes podrían integrar la información que ya poseen sobre importadores, vendedores, frecuencia, cantidades y operaciones para construir perfiles de riesgo acumulativos por CUIT, categoría y origen. Esto permitiría pasar del control individual de paquetes a la identificación de patrones de posible uso comercial de regímenes previstos para consumo personal.

Otro problema que se identifica es la exigencia de la anuencia previa del regulador sectorial en algunos regímenes vigentes en América Latina, lo cual opera como condición de liberación aduanera, lo que genera un cuello de botella logístico que se traduce en demoras de entrega, costos de almacenaje y una experiencia negativa para el consumidor, quien en la mayoría de los casos desconoce, al momento de la compra, que existe una etapa regulatoria pendiente. Esa fricción termina incentivando canales informales de adquisición que escapan tanto al control técnico del regulador sectorial como al control fiscal de la autoridad tributaria.

Sustituir el control físico previo por una fiscalización electrónica posterior, apoyada en la información que el propio sistema ya genera, resultaría una solución viable. En otras palabras, se trataría de una “declaración jurada” a perfeccionarse con posterioridad al desembarque aduanero, en lugar de operar como condición previa a la liberación de la mercadería. Esta posibilidad no elimina la exigencia de declarar la conformidad del equipo, sino que la desvincula del flujo físico de la mercadería: el registro debe completarse antes del primer uso del producto, pero puede fiscalizarse por medios electrónicos una vez liberada la encomienda, precisamente el tipo de arquitectura que permite construir perfiles de riesgo acumulativos en lugar de intervenir cada envío en frontera.

La propuesta se apoya en antecedentes tal como el régimen “Puerta a Puerta” de Argentina, que habilita una declaración de contenido simplificada y el pago de tributos en línea entre la llegada del producto al país y su entrega final, y las Normas Oficiales Mexicanas (NOM), que agilizan la liberación de productos de uso personal una vez

verificado el cumplimiento de requisitos de rotulado e información, sin controles discrecionales adicionales en frontera.

Condiciones de implementación. En una primera etapa, la interoperabilidad debería limitarse a la integración interna de la información que los organismos estatales ya reciben en virtud de los regímenes vigentes. La información adicional suministrada mediante acuerdos voluntarios de cooperación debería utilizarse exclusivamente para las finalidades expresamente definidas.

Todo requerimiento o intercambio de información debería contar con una base jurídica suficiente y respetar criterios de necesidad, razonabilidad y proporcionalidad. Los protocolos deberían identificar los datos estrictamente necesarios, los sujetos autorizados para acceder a ellos, las finalidades permitidas, los plazos de conservación y las medidas de seguridad aplicables. Asimismo, deberían contemplar las capacidades económicas, técnicas y operativas de los distintos intermediarios y establecer salvaguardas para proteger los datos personales, el secreto fiscal, la información comercial confidencial, los secretos comerciales y los derechos de propiedad intelectual.[108]

Los acuerdos voluntarios deberían establecer expresamente su carácter acotado y no constitutivo de nuevas responsabilidades. Cualquier obligación futura más gravosa requeriría una norma específica, una evaluación previa de impacto y criterios generales, objetivos y tecnológicamente neutrales, aplicables en condiciones equivalentes a operadores comparables. Es decir, la capacidad técnica de una plataforma para generar o procesar información no debería considerarse, por sí sola, fundamento suficiente para imponerle nuevas obligaciones jurídicas. De este modo, la cooperación podría fortalecer la gestión estatal del riesgo sin trasladar a los intermediarios privados funciones propias del poder de policía estatal.

¿Qué gana el Estado? Capacidad consolidada de detectar inconsistencias entre importación, comercialización y declaración fiscal, con reducción de la evasión estimada en el canal digital. El Estado mantiene -e incluso fortalece- su capacidad de control, pero con un modelo más eficiente y basado en riesgo. Reduce demoras en frontera, desincentiva la informalidad y mejora la trazabilidad.

¿Qué se requiere? Desarrollo gradual de infraestructura estatal de interoperabilidad, protocolos de gobernanza y seguridad de la información, sistemas de análisis de riesgo y capacitación de los agentes competentes. La estimación de los recursos necesarios

[108] Véanse la Ley 25.326 de Protección de los Datos Personales; la Ley 11.683 de Procedimiento Fiscal, especialmente su artículo 101 sobre secreto fiscal; y la Ley 24.766 sobre confidencialidad de la información legítimamente controlada. Ley 25.326; Ley 11.683; Ley 24.766

debería considerar no solo los costos de desarrollo e integración, sino también los de mantenimiento, ciberseguridad, protección de datos, auditoría y atención de incidentes, así como las capacidades diferenciadas de los actores públicos y privados involucrados.

¿Quién ejecuta? Dirección General de Aduanas y ARCA, con articulación operativa con operadores courier y el Servicio Postal, entes como ANMAT y ENACOM y operadores logísticos como partes.

2. **Redefinir los incentivos que alimentan el contrabando y mercados grises, incluyendo brechas tributarias y barreras de homologación o certificación desproporcionadas, y evaluar sistemáticamente el impacto competitivo de las regulaciones técnicas**

Desde la economía institucional, la informalidad y el contrabando pueden explicarse como respuestas racionales de los agentes económicos frente a estructuras de incentivos. Cuando las diferencias de precios derivadas del marco regulatorio superan los costos esperados de operar por canales alternativos, aumenta el atractivo económico de los mercados paralelos[109]. En consecuencia, la existencia de estos circuitos no puede atribuirse exclusivamente a fallas de fiscalización, sino también a los incentivos generados por el propio diseño regulatorio[110]. En este sentido, ninguna estrategia de control será plenamente eficaz si no aborda simultáneamente las condiciones estructurales que inducen a operar por fuera del canal formal. Los procesos de certificación y homologación, cuando son excesivamente onerosos o prolongados, operan como una barrera de entrada que amplía la brecha de precios entre el canal formal y los circuitos alternativos, retroalimentando el incentivo al arbitraje regulatorio. La tendencia reciente hacia la simplificación y el reconocimiento de certificaciones internacionales va en la dirección correcta, pero su implementación es aún fragmentaria. Por ello, proponemos cuatro mecanismos concretos para el conjunto del sistema de certificaciones:

1. **Cerrar la brecha regulatoria entre el régimen courier/personal y la importación comercial.** Dada la diferencia entre las certificaciones requeridas en el régimen general y en el régimen simplificado *vía courier*, puede existir un incentivo a utilizar un régimen pensado para consumo personal como vía de abastecimiento comercial. La política no sería endurecer indiscriminadamente el

[109] North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press. https://assets.cambridge.org/97805213/94161/excerpt/9780521394161_excerpt.pdf

[110] Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2012). *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. Crown Business. https://ia601506.us.archive.org/27/items/WhyNationsFailTheOriginsODaronAcemoglu/Why-Nations-Fail_-The-Origins-o-Daron-Acemoglu.pdf

courier ni eliminar todos los requisitos del régimen general, sino alinear los incentivos entre ambos: detectar habitualidad, establecer transiciones automáticas de régimen y evitar que el diferencial regulatorio premie el fraccionamiento[111]. Esta evaluación debe comprender las ventas facilitadas por plataformas del exterior y los posibles desplazamientos hacia canales menos trazables. Para operadores que desempeñen funciones comparables deberían considerarse obligaciones equivalentes, junto con mecanismos viables de cumplimiento transfronterizo y medidas adaptadas a la información efectivamente disponible en cada canal. Por un lado, se propone que resulte gratuito el trámite de la "declaración jurada" para productos de uso personal como un principio que debe extenderse a cualquier procedimiento nuevo que involucre la participación de los marketplaces en la expedición de la homologación, incluso bajo un régimen experimental, dado que, tratándose de productos de bajo valor unitario, cualquier arancel administrativo podría superar el propio valor del producto, tornando inviable la vía formal e incentivando directamente la informalidad; el mismo principio ya opera en los regímenes tarifarios simplificados adoptados por China y Argentina. Por otro lado, se recomienda mantener un criterio de uso personal basado en cantidad y frecuencia compatibles con la finalidad (sin configurar acto de comercio) frente a una alternativa que lo reemplace por un límite de valor atado al régimen de exención tributaria. Como complemento, se propone que la exhibición del código de homologación, cuando esté disponible, para productos de mayor riesgo opere como un mecanismo de doble verificación, aplicable únicamente a la franja de productos que efectivamente amerita seguimiento por parte de la autoridad reguladora.

2. **Garantizar el reconocimiento recíproco de autorizaciones emitidas por agencias acreditadas en mercados de referencia internacional,** que elimina la duplicación de ensayos técnicos para productos ya certificados en jurisdicciones con estándares equivalentes.
3. **Evaluar la apertura del proceso de certificación a múltiples organismos acreditados,** rompiendo los monopolios institucionales de facto que concentran el trámite en un único actor estatal o profesional y generan cuellos de botella con efectos directos sobre costos y tiempos de acceso al mercado.
4. **Procurar que toda homologación, certificación, autorización o restricción técnica relevante incorpore periódicamente una evaluación de necesidad, proporcionalidad y efectos sobre competencia y precios.** Esto no implica eliminar estándares de seguridad, sino identificar cuándo una regulación termina creando barreras de entrada o rentas de exclusividad que alimentan mercados

[111] Entendido como el mecanismo de dividir artificialmente una importación comercial en múltiples envíos pequeños para que cada uno parezca destinado al consumo personal o permanezca por debajo de los límites de valor, cantidad o peso del régimen simplificado o courier.

paralelos. Una política complementaria es la **eliminación de renovaciones periódicas obligatorias para productos que no tuvieron modificaciones técnicas**, lo que impone costos recurrentes sin valor agregado de seguridad. A nivel regional, la asimetría de cargas tributarias y requisitos técnicos entre Argentina y países limítrofes es un factor estructural que ninguna política doméstica puede neutralizar por sí sola. Resulta pertinente, en ese marco, promover instancias de diálogo en el ámbito del Mercosur orientadas a la convergencia progresiva de estándares técnicos y requisitos de certificación para las categorías de productos con mayor incidencia de comercio irregular. Un caso que ilustra esta práctica es la posibilidad de la creación de una nueva categoría para la importación para uso propio: "categoría de bajísimo riesgo" para equipos de telecomunicaciones: en lugar de simplificar el trámite de homologación, se propone eliminarlo por completo para una franja acotada de productos cuyo riesgo de interferencia perjudicial es, en la práctica, insignificante, como ocurre con mouses y teclados de baja potencia. Buena parte de los productos de telecomunicaciones actuales emplea tecnologías de radiofrecuencia maduras y estandarizadas, para las cuales incluso un trámite simplificado de certificación representa una fricción administrativa desproporcionada frente a su nulo aporte a la gestión de riesgo. Existen varios antecedentes, en el derecho comparado, que respaldan esta lógica: la Federal Communications Commission (FCC) estadounidense exime de homologación formal a productos para uso propio y Perú exime de aprobación a determinados dispositivos de baja potencia, mientras que el propio organismo técnico brasileño de metrología (INMETRO) ya reconoce categorías exceptuadas cuando el uso es exclusivamente particular, lo que confirma que este tipo de exención por proporcionalidad no es una idea aislada sino una tendencia regulatoria ya consolidada en distintas jurisdicciones.

¿Qué gana el Estado? Reducción estructural del atractivo económico de los mercados paralelos, encauzar esfuerzos en las categorías de mayor riesgo, mejora en la competitividad del canal formal y mayor recaudación efectiva.

¿Qué costos conlleva? Fiscales en el corto plazo por la revisión de aranceles y cargas tributarias; aunque ganancia neta esperada en el mediano plazo por ampliación de la base imponible.

¿Quién ejecuta? Ministerio de Economía en coordinación con ARCA, la Secretaría de Industria y Comercio y los organismos técnicos de certificación (ANMAT, ENACOM, INTI).

3. Acompañamiento a la formalización de vendedores pequeños

La evidencia internacional sobre reducción de la informalidad económica en América Latina muestra que los instrumentos más efectivos combinan mejoras de productividad, simplificación normativa, incentivos económicos y una capacidad gradual de fiscalización. En ese marco, ARCA podría desarrollar mecanismos simplificados de asistencia para vendedores que alcanzaran los umbrales de habitualidad, reduciendo el costo administrativo de la primera inscripción y facilitando el acceso a los trámites correspondientes. Las plataformas podrían colaborar voluntariamente mediante la difusión de información general, recordatorios y enlaces a los canales oficiales, cuando ello resultara técnica y operativamente viable.

Esta colaboración no debería comprender tareas de verificación del cumplimiento de los vendedores o monitoreo general de sus operaciones, ni requerir la recopilación o comunicación de información adicional a la exigida por los regímenes aplicables y necesaria para el cumplimiento del fin perseguido.

¿Qué gana el Estado? Ampliación de la base tributaria formal, mayor recaudación de monotributo y aportes previsionales y mejor conocimiento de la actividad económica real.

¿Qué se requiere? Desarrollo, por parte de ARCA, de procedimientos simplificados y materiales oficiales de asistencia. La eventual colaboración de las plataformas debería ser voluntaria, acotada y compatible con sus capacidades técnicas y operativas.

¿Quién ejecuta? ARCA, con la eventual participación voluntaria de plataformas de comercio electrónico y la coordinación del Ministerio de Capital Humano respecto de los programas de apoyo a emprendedores.

4. Construcción de un sistema de observación permanente del comercio digital y la formalización

Una limitación central del debate público argentino sobre comercio electrónico e informalidad es la ausencia de datos oficiales que permitan estimar qué proporción del comercio informal se canaliza hoy a través de plataformas digitales, redes sociales o ferias y cómo esa distribución evoluciona en el tiempo. Sin ese dato, cualquier estimación del impacto de una regulación sobre la formalización es conjetural. La OCDE, la UNCTAD, el FMI y la OMC desarrollaron conjuntamente en 2023 un Manual para la Medición del Comercio Digital que ofrece un marco metodológico estandarizado para que los organismos estadísticos nacionales incorporen el comercio digital a sus cuentas nacionales y encuestas de actividad económica, incluyendo orientaciones específicas para capturar la actividad de plataformas y el canal conversacional. Una línea de política concreta podría consistir en encomendar al INDEC la producción de una estimación anual de la distribución del comercio minorista por canal, siguiendo la metodología del

manual conjunto OCDE-UNCTAD-FMI-OMC y utilizando prioritariamente información estadística y administrativa ya disponible. La eventual colaboración de ARCA, la CACE, las plataformas u otros actores privados debería desarrollarse de manera voluntaria y mediante información agregada o anonimizada, bajo criterios de finalidad específica, minimización, confidencialidad y seguridad. Esa colaboración no debería dar acceso general a datos transaccionales individualizados.

¿Qué gana el Estado? Base empírica sólida para diseñar y evaluar políticas públicas de comercio electrónico, informalidad y competencia; información comparable a nivel internacional.

¿Qué se requiere? Fortalecimiento de las capacidades del INDEC y actualización de las encuestas de actividad económica existentes.

¿Quién ejecuta? INDEC, con la eventual participación voluntaria de ARCA, la CACE y otros actores privados, dentro de los límites previstos por los regímenes aplicables.

Anexo metodológico

Estimación de la penetración del comercio electrónico en Argentina

La participación del comercio electrónico sobre las ventas minoristas totales en Argentina no cuenta con una estimación directa comparable a las que publican oficinas de estadística o cámaras sectoriales en otros países (como la ONS en Reino Unido o el Census Bureau en Estados Unidos). Para construir un valor aproximado se siguió un procedimiento en tres etapas.

En primer lugar, se obtuvo la participación de la venta minorista en el valor bruto de producción (VBP) total del sector comercio a partir de los Cuadros de Oferta y Utilización (COU) publicados por INDEC. Para el período 2018-2023 se utilizó el COU correspondiente a cada año disponible. Este ratio refleja la composición estructural del sector entre sus componentes mayorista, minorista y de vehículos. En segundo lugar, se aplicó dicho ratio a la facturación anual del sector comercio declarada ante ARCA (ex AFIP) para obtener una estimación del nivel de ventas del comercio minorista formal en cada año. En tercer lugar, se computó el cociente entre la facturación anual del comercio electrónico reportada por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) y la estimación de ventas minoristas del paso anterior.

Para los años 2024 y 2025, al no disponerse aún de datos de ventas por parte de ARCA, se utilizó el promedio de la proporción entre el VBP y las ventas observada en los años anteriores para estimar, a partir de las Cuentas Nacionales de INDEC, un valor facturado plausible del comercio minorista. A partir de ese denominador estimado se calculó la penetración del comercio electrónico para esos años. Los valores resultantes deben tomarse con mayor recaudo que los del período 2018-2023.

Supuestos principales

El cálculo descansa sobre los siguientes supuestos. Primero, que la composición mayorista/minorista del COU es una aproximación razonable de la estructura vigente en cada año de referencia. Segundo, que la facturación declarada ante ARCA representa adecuadamente el universo del comercio minorista formal. Tercero, que la facturación reportada por CACE capture la totalidad, o la gran mayoría, de las transacciones de comercio electrónico. Cuarto, que para 2024 y 2025 el promedio histórico de la relación VBP/ventas constituye un proxy aceptable ante la falta de datos fiscales.

Limitaciones y sesgos

El principal sesgo identificado es una sobreestimación de la penetración. El denominador (ventas minoristas) se construye exclusivamente sobre registros fiscales y, por lo tanto, excluye el comercio informal: venta ambulante, ferias, comercios no registrados y la porción subdeclarada de comercios formales. Como las transacciones de comercio electrónico son trazables por naturaleza y quedan mayormente registradas, el numerador tiene una cobertura proporcionalmente mayor que el denominador, lo que eleva el cociente. El valor resultante (13,82% para 2023) debe interpretarse como una cota superior de la penetración en el segmento formal y como una sobreestimación de la penetración sobre el comercio minorista total.

En sentido contrario, existe un volumen de comercio electrónico informal (ventas por redes sociales, mensajería y plataformas sin facturación) que CACE no captura, lo que reduciría el numerador. Sin embargo, es improbable que este efecto compense la magnitud de la informalidad del comercio minorista presencial en Argentina.

Adicionalmente, el ratio extraído del COU puede no reflejar cambios recientes en la composición del sector, por ejemplo el crecimiento relativo de los autoservicios mayoristas orientados al consumidor final, lo cual introduciría un error cuya dirección depende de la evolución específica de cada componente. Esta limitación se acentúa para 2024 y 2025, donde la ausencia de datos fiscales obliga a recurrir a un promedio histórico que podría no captar cambios estructurales recientes.