

CAPÍTULO 19 DEL T – MEC: IMPLICACIONES PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO

CHAPTER 19 OF THE T - MEC: IMPLICATIONS FOR ELECTRONIC COMMERCE IN MEXICO

Alma de los Ángeles Ríos Ruiz¹

RESUMEN: El objetivo de este trabajo consiste en analizar las circunstancias y factores que han hecho propicia la evolución de los mercados virtuales a la par del avance tecnológico, con la finalidad de identificar cómo este último factor de cambio ha influido y revolucionado la forma tradicional de comerciar entre las personas, al impulsar el desarrollo del comercio electrónico, situación que nos coloca frente a una realidad en la que el acelerado crecimiento de las transacciones comerciales realizadas de forma electrónica, no corresponde a la elasticidad de las normas jurídicas que lo regulan a través de los instrumentos existentes, es por ello que ante tal situación y en el marco de los paradigmas que trae consigo la entrada en vigor del T – MEC², en sustitución del TLCAN (Tratado de Libre Comercio) el pasado primero de julio de dos mil veinte, se analizan las particularidades que tiene esta práctica de comercio en nuestro país, a fin de identificar los tópicos principales que impactarán a este sector.

ABSTRACT: The objective of this work is to analyze the circumstances and factors that have made the evolution of virtual markets conducive to technological progress, in order to identify how this last factor of change has influenced and revolutionized the traditional way of trading between people, by promoting the development of electronic commerce, a situation that places us in front of a reality in which the accelerated growth of commercial transactions carried out electronically does not correspond to the elasticity of the legal regulations that regulate it through existing instruments, that is why in the face of such a situation and within the framework of the paradigms that the entry into force of the T - MEC brings with it, replacing NAFTA (Free Trade Agreement) on July 1 out of two thousand and twenty, the particularities of this trade practice in our country are analyzed in order to identify the main topics that will impact this sector.

PALABRAS CLAVE: Comercio Electrónico, T – MEC, impacto económico, regulación en materia de comercio electrónico.

SUMARIO: Introducción; I. La Concepción Actual del Comercio Electrónico y su Importancia; II. El Posicionamiento del Comercio Electrónico en el Mercado Internacional (El Caso De México); III. T – Mec y el Comercio Electrónico Mexicano; IV. La Fiscalización del Comercio Electrónico y el Capítulo del T-MEC; Conclusiones, Bibliografía.

INTRODUCCIÓN

Las generaciones más recientes, nombradas debido a su acceso a la tecnología con la llegada del nuevo milenio, se relacionan mediante una dinámica social en la que se comprende el uso de las redes socio digitales³ como principal herramienta de integración, lo que manifiesta que la forma de gestionar la información, de vivir, asumir el tiempo, el espacio en los usos y prácticas sociales es construido a partir del empleo de las herramientas en el entorno digital. Estas prácticas mediatizadas atribuyen tanto nuevos roles como funciones sociales, los cuales pueden y son utilizados por usuarios electrónicos a efecto de satisfacer sus nuevas necesidades⁴.

El intercambio de mercancías, bienes y/o servicios pasó de realizarse de individuo a individuo, actualmente puede darse entre una persona y un ente meramente electrónico; este cambio de paradigma crea un panorama novedoso de posibilidades sobre el desarrollo del comercio electrónico a través de Internet debido a que esto nos posiciona frente a retos como crear un marco normativo a nivel interno e internacional sólido y adecuado que responda a las necesidades que requiere esta modalidad de comercio permitiendo su desarrollo sin descuidar la seguridad de los sujetos intervinientes que participan en las transacciones, proveedores y consumidores.

Los elementos de satisfacción ahora son idealizados y visualizados de manera digital, por lo que el comercio tal como lo conocíamos, también ha tenido que evolucionar para responder a una realidad social imperante, de manera que ello ha sido transportado a un entorno capaz de albergar y conformar todos los elementos tanto de la oferta, como de la demanda colectiva por medios electrónicos.

La relación comercio-tecnología ahora incorpora distintas prácticas dignas de análisis profundo, debido al grado de involucramiento en la relación humano-internet⁵ que conlleva.

³ Fenómeno social que acontece debido al advenimiento de los avances tecnológicos. Implica un incremento de la cooperación, contribución y reciprocidad de la sociedad civil, al mismo tiempo que genera cohesión social. Herramienta que transformó la naturaleza de las relaciones entre individuos, organizaciones, instituciones y países, en todos sus niveles: individuales, colectivos, públicos y privados. Cfr. Winocur, Rosalía y Sánchez, José, *Redes sociodigitales en México*, México, Fondo de Cultura Económica, 2015, p.194.

⁴ Cfr. Gallego, Sara, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Documentación, "Redes sociales digitales: información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010)", <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>, recuperado el 27/07/2020.

⁵ Según el portal digital Milenium, la definición de Internet es "un sistema mundial de redes de computadoras, un conjunto integrado por las diferentes redes de cada país del mundo, por medio del cual un usuario en cualquier computadora puede, en caso de contar con los permisos apropiados, acceder información de otra computadora y poder tener inclusive comunicación directa con otros usuarios en otras computadoras". en milenium, Internet (en línea), disponible en: <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-internet.html>, recuperado el 26/02/2020.

En este tenor de ideas, es que resulta atractivo analizar los resultados y compromisos que tanto México, como Estados Unidos y Canadá han asumido en este ámbito a través de la entrada en vigor del T – MEC el pasado primero de julio de 2020, sobre todo considerando que se ha dedicado un capítulo completo, el 19, para fijar las reglas de las transacciones del comercio digital, tema que no estaba incluido en el anterior TLCAN y que da cuenta de los avances en las agendas de ambos países en materia de cooperación comercial.

I. LA CONCEPCIÓN ACTUAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU IMPORTANCIA

El comercio electrónico ha sido definido tradicionalmente por la Procuraduría Federal del Consumidor como el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes de comunicación⁶.

No obstante a lo anterior, es preciso analizar este concepto desde un punto de vista de comunicaciones, con lo que se puede definir al comercio electrónico como la entrega de información, productos o servicios, pagos por medio de redes o cualquier otro medio electrónico. El comercio electrónico consiste en realizar transacciones comerciales electrónicamente. Por ello, implica una transmisión electrónica de datos, incluidos texto, imágenes y vídeo; además comprende actividades muy diversas, como comercio electrónico de bienes y servicios, suministro en línea de contenidos digitales, subastas, entre otros. Funciona mediante la realización electrónica de transacciones comerciales; es cualquier actividad en la que las empresas y los consumidores interactúan, hacen negocios entre sí por medio de los medios electrónicos.

Así, al tomar en consideración los anteriores aspectos que particularizan al comercio electrónico, se puede entender como todas aquellas operaciones comerciales de bienes, servicios e información realizadas por personas físicas o morales, a través de medios electrónicos de comunicación utilizando mercados virtuales.

Esta modalidad comercial ofrece una gran variedad de ventajas tanto para el consumidor como para el comerciante. Para el cliente, la accesibilidad, rapidez, oferta, ahorro de tiempo y esfuerzo, así como seguridad son algunas de las ventajas de las transacciones en línea⁷.

⁶ Procuraduría Federal del Consumidor, “Comercio Electrónico”, (en línea), disponible en: https://www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp, recuperado el 26/07/2020.

⁷ Sagrado, Andres, “El e-commerce en México: una gran oportunidad”, Forbes, en <https://www.forbes.com.mx/el-e-commerce-en-mexico-una-gran-oportunidad/>, recuperado el 27/07/2020.

Y por lo que respecta a los comerciantes, algunos de los factores por los que actualmente se ha trasladado al mercado virtual, derivan de la facilidad de difusión, ampliación del mercado y target, eliminación de costos, ahorro en publicidad, además de la seguridad para el negocio y las mercancías⁸.

Es debido a estos factores que el comercio electrónico resulta atractivo por todas las ventajas que ofrece tanto a consumidores como a comerciantes, al hacer las transacciones más accesibles y rápidas, ahorrando tiempo, esfuerzo, costos de publicidad y dotando de mayor seguridad a los intervinientes, es por ello que actualmente es un negocio que tiene un gran potencial al ser considerado para muchos el medio idóneo para cubrir sus necesidades; no obstante, ante ello también resulta evidente la necesidad de establecer reglas claras a través de marcos normativos e instrumentos nacionales que estén armonizados con los internacionales, como lo es el caso concreto del T – MEC, a efecto de faciliten y ofrezcan soluciones a los principales temas controversiales que giran en torno a esta forma de transacción; esto permitirá por un lado impulsar el desarrollo del mismo y dotar de certeza jurídica a consumidores, comerciantes e incluso Estados, ya que de otra forma la otra cara de la moneda que integra las desventajas, se verá rebasada por acciones tales como los fraudes electrónicos, la comisión de prácticas desleales a través de estos medios, aspectos que incluso pueden resultar violatorios de principios básicos del comercio y transgredir con su uso, el orden público y normativo de un país miembro de la comunidad internacional de naciones.

Con este antecedente, es preciso analizar primero, la situación actual del comercio electrónico en México, ya que es un área comercial que se presenta como un nicho de oportunidad dado su crecimiento vertiginoso.

II. EL POSICIONAMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL MERCADO INTERNACIONAL Y EL CASO DE MÉXICO

Aun cuando el origen del comercio electrónico se remonta al año de 1948, en la actualidad el desarrollo de las Tecnologías de la Información junto al Internet⁹, han derivado en el rápido posicionamiento de esta forma de comercio, como una alternativa de compra y venta para los usuarios, sobre todo en los últimos años.

Lo anterior se comprueba con los datos del reporte 2019 de Latinoamérica realizado por *Ecommerce Foundation*, el cual indica que el tráfico comercial virtual ha mantenido una alza constante en todo el orbe, tan solo en ese año reportado las ventas a través de

⁸ *Ídem*

⁹ Red informática de nivel mundial que utiliza la línea telefónica para transmitir la información.

plataformas digitales dedicadas a los negocios por vía electrónica tuvieron un aumento del 17%, en América Latina el crecimiento fue de aproximadamente 15% y en el caso específico de México, durante ese mismo año esta forma comercial alcanzó un valor de 631,710 millones pesos, lo que significó un crecimiento de 28.6%, lo equivalente a 140,460 millones de pesos respecto del año anterior (2018), esto de conformidad con los datos dados a conocer por la Asociación de Internet MX.

Este mismo estudio dio a conocer el ranking de los países con mayor penetración a internet, es decir, las personas con acceso a la red en esta región del globo terráqueo que generan impacto en los negocios cuyo giro es el intercambio de bienes y servicios por medios digitales, dentro de este listado, el país de la región que encabeza la lista es Argentina, ya que se sabe que el 93% de su población está conectada, de ahí le siguen Chile con un porcentaje del 77%, Brasil con 70%, México con 68%, Colombia con 66%, Perú con 65% y el último en la lista con 40% de conectividad resultó ser Honduras y de acuerdo al ranking global de facilidad para hacer negocios, México ocupa la posición 49, seguido de Chile en el lugar 55 y Perú en el 58. Por otro lado, el ranking global de logística y desempeño ubica a Chile en el puesto 35, a Panamá en el 38 y a México en el 51. Por otro lado, el índice global de desarrollo de *E-government* coloca a Argentina en la posición 43, Chile en la 42 y finalmente Uruguay en la 34¹⁰.

La evolución acelerada de este comercio en nuestro país, se refleja con el alto volumen de ventas realizadas a través de los mercados virtuales, verbigracia, en 2019 México ocupó la posición más alta, gracias a su crecimiento en ventas por internet del 16.3% equivalente a 28,800 millones de dólares.

Lo anterior ha sido posible, ya que se ha logrado reconocer a los potenciales consumidores dispuestos a realizar compras online, es decir, a los usuarios que cuentan con un dispositivo electrónico y acceso a Internet, que buscan efficientar el tiempo evitando realizar traslados a tiendas físicas y que tienen preferencia por hacerlo desde la comodidad de su domicilio, empleo cualquier otra ubicación.

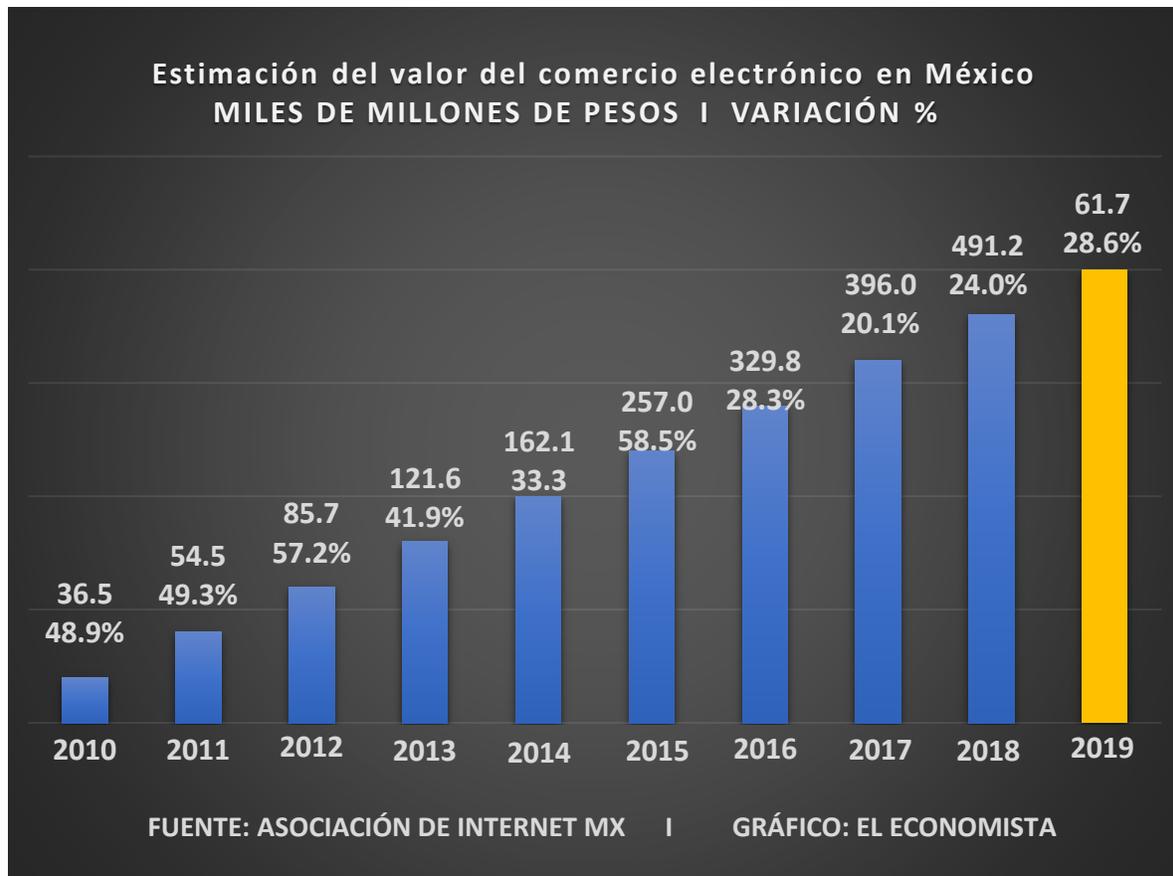
El auge nacional del comercio electrónico, llegó en 2019 a su punto máximo históricamente al presentar el mayor número de ventas digitales como se anotó en párrafos anteriores al alcanzar casi un aumento del 30% respecto del año anterior, esto de acuerdo con cifras del Estudio de Comercio Electrónico 2020 de la Asociación de Internet.Mx que

¹⁰ Parcerisa, Christin, Fashion United, Cuál fue el panorama del e-commerce en Latinoamérica en 2019, (en línea), disponible en: <https://fashionunited.mx/noticias/retail/cual-fue-el-panorama-del-e-commerce-en-latinoamerica-en-2019/2020010428206>, recuperado el 02/05/2020.

fue patrocinado por Visa y KueskiPay, es evidente que esta realidad atiende a las circunstancias económicas del país, ya que el objetivo de los consumidores ha sido eficientar su gasto mediante las compras digitales, así lo ha dado a conocer la más reciente actualización del Estudio de Comercio Electrónico de la AI.Mx que se basa tanto en una encuesta digital realizada en febrero del 2020 a 1,610 usuarios del universo de 67 millones de usuarios de internet adultos en México, como en la encuesta a 20 de las más grandes empresas cuyo giro en el país son las transacciones por medios digitales, este estudio, además, ha indicado que los mexicanos gastan en promedio 13,700 pesos al año en compras de productos y servicios digitales, que actualmente mujeres y hombres compran en línea por igual y que según su edad, los segmentos que más compras realizan van de los 18 a los 44 años de edad, de acuerdo con su nivel socioeconómico, los niveles medio bajo y bajo son ya los que más compran por internet, con 55%, mientras que el otro 45% pertenece a los segmentos medio alto y alto; esto sin duda presenta una antítesis, ya que ahora que la economía nacional e internacional experimentan una contracción, el trato comercial virtual vive una expansión, por lo que es sin duda el área de oportunidad de los negocios para crecer, ya que no hay tantos gastos de operación, no es necesario tener un inventario físico, basta con un inventario flotante o virtual, lo que permite no gastar de más.¹¹

El resultado de todo esto se observa en la siguiente gráfica que muestra la estimación del valor del comercio electrónico para nuestro país.

¹¹ Riquelme, Rodrigo, El Economista, El comercio electrónico en México creció 28.6% en 2019, según la Asociación de Internet MX, (en línea), disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/El-comercio-electronico-en-Mexico-crecio-28.6-en-2019-segun-la-Asociacion-de-Internet-MX-20200311-0106.html>, recuperado el 02/05/2020.



Además, se debe considerar que este año debido a la epidemia de la enfermedad generada por el Covid – 19, este segmento de la economía de acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) crecerá un 59% a causa de esta pandemia, por lo que se espera un aumento mayor del valor de esta forma de comercio.

Con el conocimiento de estos datos, empresas inmersas en las transacciones electrónicas, como MasterCard, Consultoría y Medios de Flock, Manhattan Associates y eLeaders, se han posicionado por el beneficio que esto representa para sus intereses, sobre el presente y el futuro del comercio por vía digital, tanto en México como en el panorama mundial, ahora la verdadera incógnita es si el internet, las Tecnologías de la Información y los mecanismos reguladores son suficientes para brindar certeza y seguridad para que los usuarios renuentes a realizar transacciones en línea migren a un territorio desconocido.

Existen tres elementos que detienen la expansión de las transacciones de compra – venta en línea en el país: la seguridad de los portales, la experiencia de compra junto a la

satisfacción y la barrera digital, que, aunque se está disminuyendo aún es visible en algunas zonas del país.¹²

La falta de profesionalización de los servicios, el desconocimiento de los elementos que ofrece la red virtual, deficiencias en la logística de entrega y del mecanismo de devoluciones, así como de los sistemas de pago tecnológicos, son más elementos a considerar para hacer una proyección sobre el futuro del comercio electrónico¹³.

En relación a estos factores que se ponen sobre la mesa para su evaluación, se plantea que, en efecto el futuro del tráfico comercial electrónico, dependerá de la forma en que se solucionen las vicisitudes que se presenten, pues debemos considerar pros y contras de este mecanismo de transacción, y ser conscientes de que aún hay problemáticas sin resolver como las que menciona y otras más que seguro surgirán durante su desarrollo.

Ya sea a favor o en contra, la adaptación del mercado tradicional al virtual es una realidad en nuestros días. Las reflexiones de expertos en la materia como especialistas en desarrollo de mercados, directores de marketing y comunicación ayudará en el posicionamiento de usuarios que, bajo las condiciones del modelo económico en el que estamos envueltos, son obligados a consumir diferentes productos o servicios para satisfacerse.

Lo anterior justifica la preocupación e interés por incluir el tema del comercio digital en el documento final del T – MEC, su importancia queda plasmada al ocupar un capítulo completo que se ocupa de sentar las bases para la implementación de un piso parejo en el trato comercial electrónico.

III. T – MEC Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO MEXICANO

El primero de julio del presente año marcó el final del TLCAN para dar paso a la entrada en vigor del T – MEC, que es ahora el nuevo documento que fungirá como rector principal del comercio y las inversiones entre México, Canadá y Estados Unidos.

Si bien es cierto que el T-MEC pudo haber sido más benéfico para nuestro país, lo cierto es que aun así esto permitirá la modernización en áreas significativas de la vida económica nacional, como lo es comercio digital, que analizaremos a continuación.

¹² Mendieta, Susana, Milenio, México aún está rezagado en comercio electrónico: expertos, (en línea), disponible en: <http://www.milenio.com/negocios/mexico-aun-esta-rezagado-en-comercio-electronico-expertos> recuperada el 03/01/2020.

¹³ *Idem.*

Tal como se ha manifestado, se debe reconocer que cada vez es más evidente que los hábitos de consumo en México se están modificando; el hallazgo y descubrimiento de la tecnología vienen marcando la diferencia, en nuestro país, durante los que va del año (enero a julio) el número de usuarios de Internet ha alcanzado los 87.3 millones, por lo que una proporción de 76% de los mexicanos de seis años o más tienen acceso a este servicio, ya sea para mantenerse comunicados, entretenerse, informarse, aprender y trabajar durante el periodo de contingencia ocasionado por el virus del SARS – Covid – 19.¹⁴

Datos como el anterior dan cuenta de la realidad en materia de conectividad nacional, que es muestra de lo que ocurre a nivel global y que fundamenta el avance y crecimiento vertiginoso del comercio electrónico, que incluso lo llevó a ser uno de los principales temas abordados durante la etapa de negociaciones de la finalizada renegociación del entonces TLCAN¹⁵ hoy T - MEC, sobre todo si se toma en cuenta el hecho de que cuando se firmó por primera vez este tratado, en el año de 1994, las circunstancias en temas como la economía digital eran totalmente alejadas de nuestra realidad actual e incluso impensables; de ahí que los esfuerzos realizados por las partes en este proceso de intensas negociaciones a lo largo de catorce meses, se enfocaron en intentar crear un marco legal sólido para regular la realidad actual del comercio electrónico.

En las diversas mesas de trabajo en las que participaron las tres naciones, se acordó que los temas relacionados con el comercio electrónico, quedarían regulados en el capítulo XIX, hecho que se materializó y significa un logro importante, ya que aun cuando nuestro país, México, desde el año 2000 se había preocupado por contar con una regulación en esta materia, ahora con la integración de este capítulo, esta regulación interna sin duda se verá reforzada.

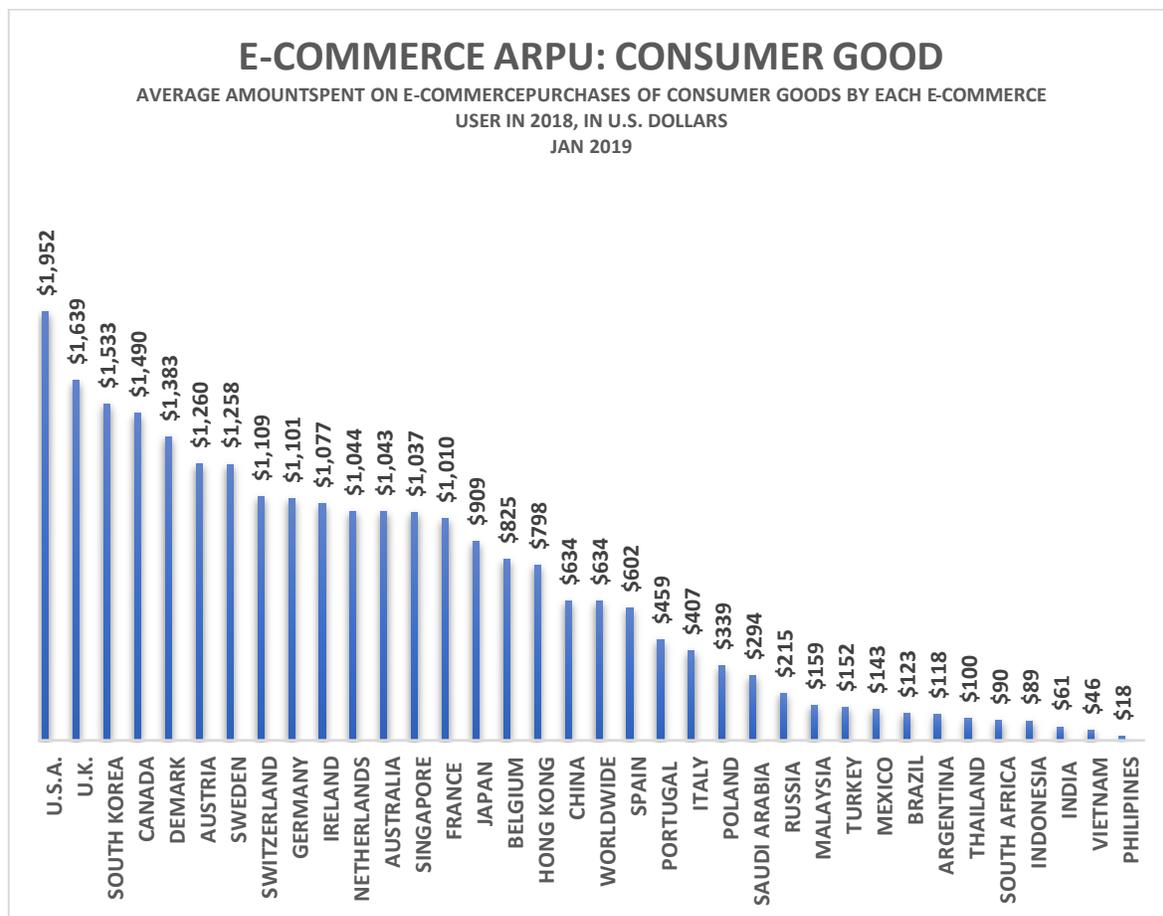
El capítulo XIX del T – MEC, regula lo referente al comercio digital o electrónico, allí se contemplan las disposiciones fundamentales que tienen por objeto incentivar el desarrollo

¹⁴ Angélica, Día de Internet: acceso y consumo de la conectividad en México, (en línea), disponible en: <https://www.pandaancho.mx/noticias/dia-de-internet-2020-acceso-consumo-conectividad-mexico.html>, recuperado el 27/07/2020.

¹⁵ El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) es un acuerdo global que establece las reglas para el comercio internacional y la inversión entre Canadá, Estados Unidos y México. El acuerdo es un documento que incluye ocho secciones, 22 capítulos y 2,000 páginas. El TLCAN sustituyó al Tratado de Libre Comercio de Canadá y Estados Unidos, que fue firmado en 1988. En 1991, iniciaron las negociaciones del TLCAN, que fue suscrito por Brian Mulroney, primer ministro canadiense, George Bush, presidente de Estados Unidos y Carlos Salinas de Gortari, presidente de México, y que entró en vigor el 1 de enero de 1994. Los principales objetivos del TLCAN son conceder a los firmantes el estatus de nación más favorecida, es decir, que estos países cuentan con las mejores condiciones de comercio entre ellos; eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios; promover condiciones de competencia justa; aumentar las oportunidades de inversión; proporcionar protección y cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual; establecer procedimientos para la resolución de disputas comerciales e implantar un marco para una mayor cooperación trilateral, regional y multilateral para ampliar los beneficios del acuerdo comercial.

y comercio de servicios digitales para las tres naciones signantes, la inclusión de un capítulo exclusivo en el T-MEC da cuenta de la importancia que ocupa dentro del comercio global.

Este capítulo es significativo en nuestro caso porque México se encuentra ubicado en el primer lugar dentro de los tres primeros países de América Latina en materia de e-commerce o comercio electrónico, seguido por Brasil y Argentina, es por ello que a partir de los lineamientos actuales del T – MEC, en sustitución del TLCAN se vislumbra la posibilidad de generar un crecimiento favorable en esta materia para nuestro país.¹⁶



Fuente: <https://www.google.com.mx/amp/s/marketing4ecommerce.net/lideres-en-gasto-medio-en-comercio-electronico-en-el-mundo-2019/amp/>

Sobre este aspecto la Representante de Comercio de los Estados Unidos, USTR por sus siglas en inglés, indicó que “Las disciplinas del nuevo capítulo sobre Comercio Digital son más rigurosas que las de cualquier otro acuerdo internacional, y brindan una base sólida

¹⁶Ramírez, Alejandro, “¿Qué beneficios ofrecerá el T-MEC en materia de e-commerce?”, InformaBTL Promociones, activaciones y below the line, (en línea), disponible en: <https://www.informabtl.com/que-beneficios-ofrecera-el-t-mec-en-materia-de-e-commerce/>, recuperado el 28/07/2020.

para la expansión del comercio y la inversión en los productos y servicios innovadores en los que Estados Unidos tiene una ventaja competitiva".¹⁷

Además de las disposiciones, en este capítulo producto de la renovación en la que se dio la transición del TLCAN al T – MEC, documento que dicho sea de paso fue acordado el 30 de septiembre de 2018, firmado el 30 de noviembre del mismo año y con entrada en vigor ya señalada, se puede enunciar que se cumplieron sus objetivos principales, el de eliminar obstáculos injustificados al comercio que se lleva a cabo a través de medios electrónicos, dotar a inversionistas y empresas de una mayor certeza jurídica; y, garantizar un entorno en línea seguro para los consumidores.¹⁸

A partir de estos objetivos, resulta importante destacar y/o precisar las características del documento final, así como los beneficios principales que trae consigo la adición de este capítulo XIX al T – ME; primero, a nivel general de los tres países signantes, esto propiciará sin duda, dar mayor impulso al intercambio de productos digitales, abrirá la pauta para generar competencia a nivel internacional en este tema, hará más seguras las transacciones electrónicas, se tiende al evitar un trato diferenciado o desfavorable a las economías participantes, o a productos digitales producidos en territorios distintos, y por lo que hace a la protección de los derechos del consumidor, se incluyó la validación de firmas electrónicas, ello con vías a fortalecer y generar una cooperación entre agencias protectoras de los usuarios al comercio electrónico.

Dentro de los objetivos de la inclusión de este capítulo se encuentran los siguientes, a saber:

- Facilitar el libre flujo transfronterizo de datos.
- Prohibir la localización forzada de servidores.
- Establecer protecciones sólidas de responsabilidad de intermediarios al eximir de responsabilidad a las plataformas informáticas por el contenido subido por terceros.
- Prohibición de aranceles aduaneros.
- Protección al consumidor digital ya que incluye la validación de firmas electrónicas.

¹⁷ Morales, Roberto, El Economista, "En e-commerce, EU va con ventaja en el T-MEC", (en línea), disponible en: <https://www.economista.com.mx/empresas/En-e-commerce-EU-va-con-ventaja-en-el-T-MEC-20181019-0016.html>, recuperado el 28/07/2020.

¹⁸ Audio Comercio Exterior, S.C., "Boletín: el comercio electrónico como parte de la modernización del nuevo T-MEC (USMCA)", AudiCo, (en línea), disponible en: <https://www.audico.com.mx/blog/2018/11/9/el-comercio-electrnico-como-parte-de-la-modernizacin-del-nuevo-t-mec-usmca>, recuperado el 28/07/2020.

- Esquemas y prácticas no discriminatorias para proteger la información personal de los usuarios del comercio digital.
- Fortalecer la cooperación en ciberseguridad.
- Mejorar el gobierno digital abierto y facilitar el acceso y uso de los datos gubernamentales públicos.
- Se pactó elevar de 50 a 100 dólares el valor de los envíos adquiridos vía comercio electrónico, lo cual abre una puerta a las pequeñas empresas e industrias.¹⁹

Lo anterior representa un gran avance dentro del entorno digital y la economía de cada uno de los países parte.

Además, la firma de este acuerdo ha comprometido a los miembros signantes a: 1. Generar procedimientos para el resarcimiento de daños; 2. Crear normas para la protección de los consumidores digitales; y, 3. Dejar exentos de impuestos aduaneros de importación y exportación a los productos digitales (aunque permanecen los gravámenes que se realicen de forma interna en cada país), pretendiendo con ello evitar cualquier medida que afecte o desfavorezca a algún producto digital perteneciente a los tres países indistintamente.

Aunado a estos compromisos, también se estableció una franquicia para empresas de mensajería y paquetería, con la cual la importación de bienes, quedarán exentos del pago de aranceles y cierto nivel de impuestos internos como el IVA, ahora en Estados Unidos será de 800 dólares estadounidenses libres de aranceles y de IVA, en tanto en México se elimina el pago de aranceles hasta por 117 dólares estadounidenses, de los cuales los primeros 50 dólares no pagarán IVA; mientras Canadá estará libre del pago de aranceles hasta por 150 dólares canadienses, de los cuales los primeros 40 estarán exentos de impuesto al valor agregado.²⁰

Lo anterior evidencia la necesidad de preparación y capacitación por parte de las empresas mexicanas pertenecientes al sector público y privado, incluyendo, por supuesto a las Pymes, para estar en el nivel de competencia que el mercado requiere en relación a los otros dos países.

¹⁹ Editoriales Aduanas, Comercio Digital en el T-MEC, (en línea), disponible en: <http://aduanasrevista.mx/comercio-digital-en-el-t-mec/> recuperado el 31/01/2020

²⁰ De la Torre, Octavio, "Es clave prepararse en la era del comercio digital con T-MEC", T21mx, (en línea), disponible en: <http://t21.com.mx/opinion/arquitectura-aduanera/2018/10/19/clave-prepararse-era-comercio-digital-t-mec>, recuperado el 26/07/2020.

Además de esta franquicia, también quedó prohibida la aplicación de derechos aduaneros y otras medidas discriminatorias a productos digitales distribuidos en forma electrónica, como libros electrónicos, videos, música, software y juegos, entre otros; también se logró asegurar que no se restrinja el uso, por parte de los proveedores, de la autenticación electrónica o las firmas electrónicas, a fin de facilitar las transacciones digitales, limitando a su vez la capacidad del gobierno de exigir la divulgación de códigos fuente y algoritmos de propiedad exclusiva, a fin de proteger en mayor medida la competitividad de los proveedores digitales; y finalmente se incluyeron también productos finales como películas descargadas y productos y servicios que dependen o facilitan el comercio digital, como herramientas para mejorar la productividad como el almacenamiento de datos en la nube y el correo electrónico.²¹

Asimismo, como parte de la implementación del capítulo también se contemplaron cambios para facilitar un mayor comercio electrónico transfronterizo, verbigracia, Estados Unidos llegó a un acuerdo con México y Canadá para aumentar sus niveles de valor de envío de minimis²², Canadá elevará su nivel de minimis por primera vez en décadas, de 20 dólares canadienses a 40 dólares para impuestos y también permitirá envíos libres de impuestos por hasta 150 dólares, por su parte nuestro país continuará proporcionando hasta 50 dólares estadounidenses libres de impuestos de minimis y también proporcionará envíos libres de impuestos hasta el nivel equivalente de 117 dólares.²³

Es destacable el hecho de lograr que los valores de envío hasta estos niveles ingresarán con procedimientos de ingreso formales mínimos, lo que abre la oportunidad de apoyar la exportación de las micro y pequeñas empresas, permitiendo que sean parte del comercio transfronterizo.

Es plausible comentar que lo anterior se logró a la par que se garantizó la aplicación de garantías exigibles para la defensa del consumidor, incluso en materia de protección a datos personales al mercado digital.

²¹ Morales, Roberto, *Op. Cit.*

²² Del latín “cosas sin importancia”. En comercio se usa como un nivel bajo el cual ese tema o cifra, no es tomado en cuenta. En materia de reglas de origen de los TLCs se usa para facilitar el cálculo de la regla de origen para aquellos exportadores que conocen el porcentaje de materiales no originarios que contiene el bien a exportar. Para mayores detalles y ejemplos de utilización de esta disposición, véanse las Reglamentaciones Uniformes de los TLC. En caso de medidas de salvaguardias se establece un porcentaje para los países en desarrollo de la participación en el comercio del producto objeto de la medida que da el efecto de exclusión de su aplicación. Grupo Camaleón, Glosario de Términos Especializados, (en línea), disponible en: <https://glosarios.servidor-alicante.com/>, recuperado el 31/01/202.

²³ ALTO NIVEL, T-MEC: ¿Qué es? ¿Cómo afecta el comercio digital derechos laborales y aranceles?, (en línea), disponible en: <https://www.google.com.mx/amp/s/www.altonivel.com.mx/amp/index.php%3fdocID=106274>, recuperado el 31/01/2020.

En términos generales, el contenido del capítulo 19 desarrolla de forma puntual 16 aspectos relevantes que merecen especial atención, a saber:

1. La no imposición de aranceles aduaneros, tarifas, u otros cargos sobre o en conexión con la importación o exportación de productos digitales transmitidos electrónicamente, entre una persona de una Parte y una persona de otra Parte; es importante tener conocimiento respecto a que ello no impide que una alguna de las partes imponga impuestos internos, tarifas u otras cargas sobre un producto digital transmitido electrónicamente, siempre que dichos impuestos, tarifas o cargas se impongan de una manera compatible con este Tratado, esto es trascendente, sobre todo con la reciente entrada en vigor del impuesto digital en nuestro país el primero de junio del presente año, aspecto que será retomado en líneas posteriores;

2. Se estableció que ninguna Parte puede otorgar un trato menos favorable o discriminatorio a un producto digital creado, producido, publicado, contratado para, comisionado o puesto a disposición por primera vez en condiciones comerciales en el territorio de otra Parte, o a un producto digital del cual el autor, intérprete, productor, desarrollador o propietario sea una persona de otra Parte, que el que otorga a otros productos digitales similares, salvo que se trate de un subsidio o subvención otorgado por una Parte, incluidos un préstamo, garantía o seguro respaldados por el gobierno.;

3. Se acordó que el marco nacional de las transacciones electrónicas de cada parte, debe ser compatible con los principios de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico de 1996, además, se señala que en todo momento se deben evitar cargas regulatorias innecesarias en las transacciones electrónicas y facilitar las opiniones de las personas interesadas en el desarrollo de su marco legal para las transacciones electrónicas;

4. Respecto a la autenticación electrónica y firmas electrónicas se estableció que salvo en circunstancias previstas en su ordenamiento jurídico, una Parte no negará la validez legal de una firma únicamente sobre la base de que la firma está en forma electrónica, además, ninguna Parte debe adoptar o mantener medidas sobre autenticación electrónica y firmas electrónicas que prohíban a las partes de una transacción electrónica determinar mutuamente los métodos de autenticación o firmas electrónicas adecuados para esa transacción o que impidan a las partes de una transacción electrónica tener la oportunidad de probar ante las autoridades judiciales o administrativas, que su transacción cumple con cualquier requerimiento legal respecto a la autenticación o firmas electrónicas;

No obstante, a lo anterior, cualquiera de las partes podrá requerir que, para una categoría determinada de transacciones, la firma electrónica o el método de autenticación cumpla con ciertos estándares de desempeño o esté certificado por una autoridad acreditada de conformidad con su ordenamiento jurídico, fomentando el uso de la autenticación electrónica interoperable;

5. En cuanto a la protección al consumidor en línea, quedó previsto que cada Parte adoptará o mantendrá leyes de protección al consumidor para prohibir prácticas comerciales fraudulentas y engañosas que causen daño o un potencial daño a los consumidores que participan en actividades comerciales en línea, por lo que se refrendó el compromiso de cooperación entre las respectivas agencias de protección al consumidor u otros organismos nacionales pertinentes en las actividades relacionadas con el comercio digital transfronterizo, con el fin de mejorar el bienestar del consumidor;

6. Por lo que hace a la protección de la información personal, las Partes reconocieron los beneficios económicos y sociales de la protección de la información personal de los usuarios del comercio digital y la contribución que esto hace a la mejora de la confianza del consumidor en el comercio digital, por lo que se comprometieron a adoptar y mantener un marco legal que disponga la protección de la información personal de los usuarios del comercio digital tomando en consideración los principios y directrices de los organismos internacionales pertinentes tales como el Marco de Privacidad de APEC y la Recomendación del Consejo de la OCDE relativa a las Directrices de la OCDE sobre protección de la privacidad y flujos transfronterizos de datos personales que data del año 2013, entre los que se encuentran la limitación de la recolección; elección; calidad de datos; especificación de propósito; limitación de uso; salvaguardias de seguridad; transparencia; participación individual; y rendición de cuentas.

Quedó establecida la importancia de asegurar tanto el cumplimiento de las medidas para proteger la información personal, como las restricciones a los flujos transfronterizos de información personal que son necesarias y proporcionales a los riesgos presentados, procurando cada Parte adoptar prácticas no discriminatorias al proteger a los usuarios del comercio digital de violaciones a la protección de la información personal ocurridas dentro de su jurisdicción, para lo cual cada parte podrá asumir diferentes enfoques legales para proteger la información personal, asimismo, procurarán intercambiar información sobre los mecanismos aplicados en sus jurisdicciones y explorarán maneras de extender estos u otros acuerdos adecuados para promover la compatibilidad entre estos.

Es importante señalar en este aspecto, que se reconoció al sistema de Reglas de Privacidad Transfronterizas de APEC como un mecanismo válido para facilitar las transferencias transfronterizas de información mientras se protege la información personal.

7. Como parte de la política de comercio sin papeles, las partes se comprometieron a procurar la aceptación de un documento de administración del comercio presentado electrónicamente, como el equivalente legal de la versión en papel de ese documento.

8. Dentro de los principios sobre el acceso y el uso del internet para el comercio digital, quedó en manifiesto que es benéfico que los consumidores en sus territorios tengan la capacidad de acceder, usar los servicios y aplicaciones a elección del consumidor que estén disponibles en Internet, lo cual debe estar sujeto a una administración razonable de la red, haciendo posible la conexión a internet de los dispositivos del usuario final elegido por el consumidor, siempre que los dispositivos no dañen la red, así como a acceder a información sobre las prácticas de administración de redes del proveedor del servicio de acceso a Internet del consumidor.

9. En materia de transferencia transfronteriza de información por medios electrónicos, ninguna parte podrá prohibirla o restringirla, incluyendo la información personal, cuando esta actividad sea para la realización de un negocio de una persona cubierta, por ello las partes no podrán adoptar o mantener una medida incompatible con este respecto a menos que sea necesaria para alcanzar un objetivo legítimo de política pública, siempre que la medida no se aplique de forma que constituya un medio de discriminación arbitraria o injustificable, o una restricción encubierta al comercio y que no imponga restricciones a las transferencias de información mayores a las que se requieren para alcanzar el objetivo.

10. En relación a la ubicación de las instalaciones informáticas, las partes no podrán exigir a una persona cubierta usar o ubicar las instalaciones informáticas en el territorio de esa Parte, como condición para la realización de negocios en ese territorio.

11. En cuanto a las comunicaciones electrónicas comerciales no solicitadas (*spam*) quedó firme el compromiso tanto de adoptar, como mantener medidas que provean la limitación de las comunicaciones electrónicas comerciales no solicitadas, para lo cual cada parte proporcionará recursos en su ordenamiento jurídico contra los proveedores de comunicaciones electrónicas comerciales no solicitadas que no cumplan con una medida adoptada o mantenida en este sentido, además procurarán cooperar en casos apropiados de mutuo interés relativos a la regulación de estas comunicaciones.

12. En el marco de cooperación y reconociendo la naturaleza global del comercio digital, las Partes se comprometieron a intercambiar información y compartir experiencias sobre

regulaciones, políticas, observancia y cumplimiento en relación con el comercio digital, incluidos: 1. la protección de la información personal, particularmente con el fin de fortalecer los mecanismos internacionales existentes para la cooperación en el cumplimiento de leyes que protegen la privacidad, 2. la seguridad en las comunicaciones electrónicas, 3. la autenticación, y 4. el uso gubernamental de herramientas y tecnologías digitales para lograr un mejor desempeño gubernamental.

Esta cooperación se fortalece mediante la necesidad y compromiso pactado de mantener un diálogo sobre la promoción y el desarrollo de mecanismos, incluidas las Reglas de Privacidad Transfronterizas de APEC, que promuevan la interoperabilidad global de los regímenes de privacidad, así como la participación activa en foros regionales y multilaterales para promover el desarrollo del comercio digital, fomentando así la implementación en el sector privado de métodos de autorregulación que fomenten el comercio digital, incluidos códigos de conducta, contratos modelo, directrices y mecanismos de cumplimiento, además, se previó la promoción del acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías de la información y la comunicación; también, mediante iniciativas internacionales de cooperación transfronteriza, el desarrollo de mecanismos para ayudar a los usuarios a presentar denuncias transfronterizas en relación con la protección de la información personal.

Cabe destacar que para el tratamiento de estos asuntos listados anteriormente o cualquier otro relacionado con el capítulo, las Partes podrán establecer un foro en el que se aborden dichos temas.

13. Se ocuparon de la ciberseguridad como parte de las amenazas que menoscaban la confianza en el comercio digital, y por ello adquirieron el compromiso de desarrollar las capacidades de sus respectivas entidades nacionales responsables de la respuesta a incidentes de ciberseguridad, así como a fortalecer los mecanismos de colaboración existentes para cooperar en identificar y mitigar las intrusiones maliciosas o la diseminación de códigos maliciosos que afecten a las redes electrónicas utilizando mecanismos para tratar rápidamente los incidentes de ciberseguridad, así como para el intercambio de información para el conocimiento y las mejores prácticas, además, cada Parte empleará y alentará a las empresas dentro de su jurisdicción a utilizar enfoques basados en riesgos que dependan de normas consensuadas y mejores prácticas de gestión de riesgos para identificar, proteger contra los riesgos de ciberseguridad, detectar, responder y recuperarse de eventos de ciberseguridad.

14. En relación al código fuente, se logró que ninguna Parte requiera la transferencia de, o el acceso a, un código fuente del programa informático propiedad de una persona de

otra Parte, o el algoritmo expresado en ese código fuente, como condición para la importación, distribución, venta o uso de tal programa informático, o de productos que contengan tal programa informático, en su territorio; sin embargo, este compromiso no impide que un organismo regulador o autoridad judicial de una Parte exija a una persona de otra Parte que preserve y ponga a disposición el código fuente del programa informático, o el algoritmo expresado en ese código fuente, al organismo regulador para una investigación, inspección, examen, acción de cumplimiento o procedimiento judicial específicos, sujeto a salvaguardias contra la divulgación no autorizada;

15. Se reconoció que la promoción de los servicios informáticos interactivos es importante, incluso para las pequeñas y medianas empresas que son vitales para el crecimiento del comercio digital, por lo que ninguna Parte podrá adoptar o mantener medidas que traten a un proveedor o usuario de un servicio informático interactivo como proveedor de contenido de información, para determinar la responsabilidad por daños relacionados con la información almacenada, procesada, transmitida, distribuida o puesta a disposición por el servicio, excepto en la medida en que el proveedor o usuario, en su totalidad o en parte, haya creado o desarrollado la información; tampoco se impondrá responsabilidad a un proveedor o usuario de un servicio informático interactivo a causa de cualquier acción voluntariamente adoptada de buena fe por el proveedor o usuario para restringir su acceso a o la disponibilidad del material que es accesible o está disponible mediante el suministro o uso de los servicios informáticos interactivos y que el proveedor o usuario considere perjudicial u objetable, o cualquier medida adoptada para habilitar o poner a disposición los medios técnicos que permitan a un proveedor de contenidos de información u otras personas restringir el acceso a material que considere perjudicial u objetable.

Es importante señalar que la divulgación realizada no debe interpretarse de forma que afecte negativamente el estado del código fuente del programa informático como secreto comercial, si dicho estado es reclamado por el propietario del secreto comercial, por ello, para dar mayor certeza, una Parte podrá dar cumplimiento a lo dispuesto a través de sus leyes, regulaciones o la aplicación de las doctrinas legales existentes, tal y como se aplica mediante decisiones judiciales;

16. Finalmente, en relación a los datos abiertos gubernamentales las Partes reconocieron que facilitar el acceso público y el uso de información gubernamental fomenta el desarrollo económico y social, la competitividad y la innovación, por ello en la medida en que una Parte decida poner a disposición del público la información del gobierno, incluidos los datos, esta procurará asegurar que la información está en un formato legible por máquina y abierto, y puede ser buscada, recuperada, utilizada, reutilizada y redistribuida, así las

Partes procurarán cooperar para identificar las formas en que cada uno pueda ampliar el acceso a y el uso de la información gubernamental, incluidos los datos, que la Parte haya hecho pública, con el fin de mejorar y generar oportunidades comerciales, especialmente para PyMEs.²⁴

Así, con la exposición de estos puntos y por lo que hace al caso específico de nuestro país, encontramos muy viable que con la implementación de este capítulo se logre incentivar y fortalecer el desarrollo del comercio digital, siendo uno de los principales agentes beneficiados las Pymes; en materia de regulación, tenemos la seguridad de que esto abonará a fijar reglas a nivel interno, que dotarán de certeza jurídica al sector empresarial, el gobierno y los consumidores, favoreciendo además la protección al uso de los datos personales, con ello se fortalece el marco legal que rige las transacciones electrónicas, lo que se traduce en oportunidades de negocio para las tecnologías de la información.

Por su parte, México ha informado a través de la Secretaría de Economía en colaboración con la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) que trabajan actualmente en una Norma Mexicana para regular el Comercio Electrónico, que tiene por finalidad fungir como una guía pormenorizada para los proveedores y clientes al establecer relaciones comerciales en línea, los retos planteados son amplios, toda vez que, pretenden delimitar el ámbito geográfico de los mercados digitales, fortalecer la cooperación internacional y efficientar la solución de controversias; cabe destacar que en todo momento el papel de la PROFECO debe estar encaminado a reeducar a los consumidores, fungiendo como guía para que éstos cuenten con las herramientas necesarias al incursionar en esta novedosa modalidad de comercio.

Al ser México uno de los mercados líder e-commerce en América Latina, se debe reflexionar sobre cómo es que queremos que opere y funcione este sector. La tendencia mundial va encaminada a que este crecimiento acelerado sea ordenado y sin proteccionismos, pues lo que se está viviendo en las empresas involucradas en el comercio electrónico es la automatización de sus procesos y con ello el desplazamiento de trabajadores que tenían cabida en el comercio tradicional.²⁵

Nuestro país al ser considerado uno de los mercados líderes en materia de comercio electrónico debe aprovechar las ventajas que el comercio electrónico ofrece para alcanzar que sus empresas pertenecientes al sector público y privado así como las

²⁴ Capítulo 19, Comercio Digital, (en línea), disponible en: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/465801/19ESPComercioDigital.pdf>, recuperado el 27/07/2020.

²⁵ De la Torre, Octavio, *Op. Cit.*

pequeñas y medianas empresas, logren incrementar las ventas de sus productos, servicios o información, no obstante es necesario que también se dé un viraje a la otra cara de la moneda y se tome en cuenta que ello traerá consigo temas como el desempleo o el deterioro ambiental ocasionado por algunas industrias, para abatir este impacto deben plantearse estrategias como promover uniones económicas regionales, implementar políticas de transparencia que respecto a las empresas mexicanas que comercializan electrónicamente a fin de brindar seguridad a los consumidores y otorgando facilidades a las empresas que incursionaran en esta modalidad de comercio para que no tengan que emigrar a otro país, con lo que se controlaría el tema de desempleo.

Finalmente, es importante asumir los retos que traerán consigo las modificaciones en la forma en que ahora se llevará a cabo el comercio electrónico a la luz del T – MEC, toda vez que encontramos temas que requieren de un análisis profundo por parte de nuestro actual gobierno para alcanzar un equilibrio ante la diferencia del pago de impuestos entre el comercio electrónico y el tradicional, pues hay que tener mucho cuidado de no permitir que esto sea un factor que propicie la competencia desleal en algunos sectores con modelo de negocio tradicional.

IV. LA FISCALIZACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL CAPÍTULO 19 DEL T - MEC

Otro aspecto a considerar es el impacto que estos cambios tendrán en la recaudación fiscal federal que deberá ser compatible con los principios de este tratado y específicamente de este capítulo 19 respecto a los contenidos de plataformas como Netflix y otras como Amazon, Mercado Libre, Airbnb, por mencionar algunas, que de acuerdo a lo que se ha analizado, no deberían pagar cuotas o impuestos; en este sentido surge la duda sobre la posible incompatibilidad de la política tributaria y los cambios fiscales para este sector comercial, contemplados en la Ley de Ingresos de 2020 en nuestro país, que entró en vigor el pasado 01 de junio y que prevé obligaciones fiscales tanto para quienes ofrecen productos o servicios a través del comercio electrónico como para los mercados digitales a través de los cuales se ofertan los mismos; entre las obligaciones se incluyeron entre otras más, inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes ante el SAT; ofertar y cobrar, conjuntamente con el precio de sus servicios, en forma expresa y por separado el IVA; llevar un registro de los receptores de sus servicios ubicados en el territorio nacional; proporcionar mensualmente al SAT el número de operaciones realizadas con receptores ubicados en territorio nacional, clasificado por tipo de servicios y su precio; calcular y pagar mensualmente el IVA correspondiente al mes del que se trate; proporcionar vía electrónica

a sus clientes en México un comprobante de pago con el IVA separado, cuando lo solicite el receptor y designar ante el SAT un representante legal y un domicilio para efectos de notificación y vigilancia del cumplimiento de las obligaciones²⁶, entre otras, que, si bien se pudiera pensar que se encuentran "amparadas" por el párrafo 2 del artículo 19.3 del T – MEC, el cual indica "2. Para mayor certeza, el párrafo 1 no impide que una Parte imponga impuestos internos, tarifas u otras cargas sobre un producto digital transmitido electrónicamente, siempre que dichos impuestos, tarifas o cargas se impongan de una manera compatible con este Tratado"²⁷, lo que ocurrirá en la práctica es que ahora que México pretende gravar a las empresas que tengan establecimiento permanente en Estados Unidos o Canadá con este giro, lo que ellos argumentarán de manera inmediata es que se está dando un trato discriminatorio al generarles una carga, lo que será objeto de negociaciones que darán lugar a acuerdos para que no se les aplique a las empresas con sede en Estados Unidos o Canadá, ya que entre las tres partes se ha pactado el libre flujo de mercancías.

En este sentido, se comprende que el objetivo sin duda ha sido modificar el tratamiento fiscal de los ingresos derivados de la prestación de servicios o enajenación de bienes a través de medios digitales, es decir, mediante plataformas tecnológicas que de acuerdo con el Ejecutivo Federal corresponden a formas de consumo propias de la "economía colaborativa" concepto con el que hace referencia al comercio electrónico, con sus características, empero, lo cierto es que los alcances de esta política estarán limitados.

Así, entre las razones que indicó en su momento la Secretaría de Hacienda por las que se hacía imprescindible a gravar el comercio electrónico son: 1 Que el consumo de los productos ha cambiado, ahora un porcentaje muy alto se hace a través de descargas y medios digitales; 2. Durante el periodo de aislamiento durante el primer semestre del año 2020 tuvieron un alto crecimiento; y, 3. Por equidad, ya que el sector digital registró en México el 5% del PIB, similar al sector de la edificación, industria alimentaria más la de bebidas y la del tabaco.²⁸

Dentro de esta nueva política tributaria, tres son los agentes hacia los que va dirigida, a saber, el prestador de servicios, el usuario y los intermediarios a través de una plataforma tecnológica que permita la prestación de servicios y enajenación de bienes, así la reforma propuesta para el tratamiento fiscal en cuanto al ISR consiste en adicionar al Capítulo II "De

²⁶ Riquelme, Rodrigo, EL ECONOMISTA, Impuestos al comercio electrónico deben postergarse 6 meses por Covid-19, pide la industria, (en línea), disponible en: <https://www.economista.com.mx/tecnologia/Medidas-tributarias-para-comercio-electronico-deben-postergarse-por-Covid-19-industria-20200406-0064.html>, recuperado el 20/04/2020.

²⁷ Capítulo 19, Comercio Digital, op. cit., p.3

²⁸ Arreguín, Marco, Market Hax, Aspectos legales e impuestos del Ecommerce en México, (en línea), disponible en: <https://markethax.com/ley-impuestos-ecommerce-mexico/>, recuperado el 27/07/2020.

los ingresos por actividades empresariales y profesionales” del Título IV de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, la Sección III “De los ingresos por la enajenación de bienes o la prestación de servicios a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares”, capítulo del cuál se puede destacar los siguiente:

-Los sujetos del impuesto son las personas físicas con actividades empresariales que enajenen bienes o presten servicios a través de internet, mediante plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares que participen en la oferta y demanda de bienes y servicios proporcionados por terceros, por ingresos que perciban por la realización de las actividades mencionadas a través de los citados medios.

- Para el pago del impuesto, se propone que se haga mediante un esquema de retención que efectúen las personas morales residentes en México o en el extranjero con o sin establecimiento permanente en el país, así como entidades jurídicas extranjeras que proporcionen de forma directa o indirecta el uso de las plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares.

-Se establece una retención sobre el total de los ingresos que las personas físicas perciban efectivamente por conducto de los citados medios, sin incluir el IVA, teniendo el carácter de pago provisional.

-Las plataformas deberán enterar la mencionada retención a través de una declaración que se presentará a más tardar el día 17 del mes inmediato siguiente al mes por el que se efectuó la retención respecto de cada persona física que preste servicios o enajene bienes.

- En el caso de las personas físicas que obtienen ingresos por actividades realizadas en línea, se propuso que con ingresos de hasta trescientos mil pesos anuales, puedan considerar la retención efectuada como pago definitivo, siempre que además de estos ingresos sólo obtengan ingresos por salarios e intereses.

-Esta reforma excluiría los ingresos percibidos a través de estos medios del Régimen de Incorporación Fiscal (RIF), toda vez que el esquema de retención no es compatible con las reglas de operación de ese régimen.²⁹

En relación a lo anterior, se debe tomar en consideración que es comprensible y encuentra sustento incluso a nivel internacional, la intención de elevar la recaudación por parte del Estado mexicano a través de sus autoridades en materia fiscal, ya que éstas sin duda son atribuciones legítimas, sobre todo considerando que los negocios, empresas y aplicaciones que operan en línea a través de plataformas digitales, deben pagar a la

²⁹ Lofton, Comercio a través de plataformas tecnológicas - Reforma fiscal para el 2020, (en línea), disponible en: <https://loftonsc.com/juridico/juridico-fiscal/ecommerce-reforma-fiscal-2020-mexico/>, recuperado el 27/07/2020.

hacienda pública lo que por ley les corresponde al estar sujetas al pago de impuestos sobre la renta y al valor agregado, sin embargo, se deben considerar las consecuencias y el impacto de estas, sobre todo durante la presente crisis sanitaria que tanto ha afectado la economía de los mexicanos, ya que sin duda para el pago de estos impuestos deberá haber un ajuste, que se traducirá en un aumento a los precios de los productos y servicios para defender las utilidades, por un lado los prestadores de estos servicios pagarán el ISR que es un impuesto directo y al mismo tiempo el IVA al ser un impuesto indirecto, será trasladado y pagado por los consumidores finales.

Además, no se puede obviar el problema desde el punto de vista tributario que esto significa para la Secretaría de Hacienda que carecía de formas para gravar bienes intangibles y aún así se decidió gravar los siguientes cuatro tipos de modelo de negocio: 1. Descarga o acceso a imágenes, películas, texto, información, video, audio, música, juegos, incluyendo los juegos de azar, así como contenidos multimedia. No se aplicará a la descarga o acceso a libros, periódicos y revistas electrónicas; 2. Los de intermediación entre terceros que sean oferentes de bienes o servicios y los demandantes de los mismos. No se aplicará a servicios de intermediación que tengan por objeto la enajenación de bienes inmuebles; 3. Clubes en línea o páginas de citas; 4. La enseñanza a distancia o aplicaciones de test en línea³⁰.

Ante una alza en los precios, se generará una ola de desincentivación entre consumidores digitales, considerando sobre todo que la situación económica actual de la mayoría generará que incluso algunos no estén más en posibilidad de adquirir lo que se oferta a través de plataformas y aplicaciones en línea, sobre todo ante la ausencia de políticas que incentiven el uso de medios electrónicos y robustezcan la economía digital, si en realidad se hubieran buscado conseguir el objetivo de la recaudación, se debieron implementar éstas a la par del nuevo esquema fiscal para lograr una transición integral.

Así, se debe reconocer que el gravar los servicios que se ofertan a través canales digitales no resolverán por completo los problemas fiscales más importantes de nuestro país, aun cuando se estima que, en un futuro, se puedan recaudar hasta 100 mil millones de pesos por este impuesto a las plataformas digitales³¹, específicamente durante el periodo de crisis sanitaria, ya que podría ocasionar el efecto contrario, por un lado, frenar la aceleración del mercado digital y por otro incentivar el uso de dinero en efectivo con el objeto de adquirir bienes a costos más bajos evadiendo así el pago de los impuestos, esto debido a que los

³⁰ Arreguín, Marco, *op. cit.*

³¹ Pastrana, Daniela, Pie de Página, Hacienda prevé obtener 100 mil mdp por impuestos a plataformas digitales, (en línea), disponible en: <https://piedepagina.mx/hacienda-preve-obtener-100-mil-mdp-por-impuestos-a-plataformas-digitales/>, recuperado el 28/07/2020.

usuarios que abandonen las compras en línea saldrán del radar de los medios de pago electrónicos.

Como es evidente, para los negocios, pequeñas y medianas empresas que apenas se inician e iniciarán, esto significa sin duda un desacelerador de emprendimiento dentro del ecosistema digital, lo que está lejos de crear un piso parejo y de equidad, ya que no tendrán la capacidad para cubrir el trabajo técnico que garantice entre otras cosas, que los sistemas de facturación funcionen adecuadamente, ya que el proceso de adaptación de los sistemas para todas las plataformas es complejo, debido principalmente a que este tipo de negocios digitales no están preparados ni se encontraban en condiciones para llevar a cabo la para la retención del impuesto sobre la renta que además dicho sea de paso, se encuentra mal calculado en la propuesta, porque se contempla que se calcule sobre el costo del bien o servicio y no sobre ganancias, como debiera ser; debido a lo cual, solo aquellas plataformas de servicios digitales que operan globalmente y que se han establecido en nuestro país están parcialmente preparadas para esta nueva regulación fiscal, que naturalmente ya esperaban, pero que no permite la generación de condiciones de equidad fiscal entre estas empresas y los negocios tradicionales que con motivo de la pandemia y el confinamiento migrarán a plataformas digitales en este tiempo.

Lo anterior adquiere mayor relevancia si se toma en consideración que las reglas de operación de estas nuevas medidas tributarias aun no quedan claras y que sin duda implicarán cambios en los sistemas de las empresas.

Otro aspecto importante en este sentido, es que la implementación de esta política tributaria atenta por un lado con el texto del T – MEC en su capítulo 19 por las razones expuestas y también por su celeridad con los principios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) que indican que aquellos países que vayan a trabajar un esquema de retención de impuestos deberán hacerlo con la iniciativa privada y darles un plazo de doce meses para implementar, situación que no se respetó ya que del 31 de enero al 01 de junio de este año no transcurrieron más que cuatro meses, un tiempo por demás corto para ejecutar la retención de impuestos, según las reglas de la Miscelánea Fiscal 2020.

Todo ello nos obliga a pensar y trabajar para mejorar la regulación en la materia, permitiendo que ésta incentive el desarrollo del comercio digital sin perjuicio tanto de importadores, como de comerciantes que cumplen sus obligaciones en materia tributaria y que además proteja las transacciones y la información de los consumidores en todos los sectores productivos de nuestro país.

La política Tributaria del Comercio Electrónico de México en el marco Internacional

Así, en otro orden de ideas y bajo la premisa de esta situación que acontece actualmente en México en relación a la fiscalización del comercio digital, se logra evidenciar que el auge que ha tenido el comercio electrónico a nivel internacional y sobre todo en México donde como ya se manifestó, gran cantidad de personas físicas y morales de todos los tamaños y niveles se han involucrado en la prestación de servicios o enajenación de bienes mediante plataformas digitales, ha surgido la preocupación e inminente necesidad de verificar que efectivamente los involucrados cumplan con las distintas obligaciones fiscales previstas por los ordenamientos legales en la materia, toda vez que dichas obligaciones surgen como consecuencias de la realización de dichos actos de comercio.

Para lograr lo anterior, es necesario contar con un marco regulador general tanto a nivel internacional como interno, que, de luz sobre cuestiones jurídicas precisas, como la determinación del lugar donde se efectúan y perfeccionan estas operaciones, así como el tratamiento fiscal de las mismas, para el cumplimiento de este objetivo, se ha venido trabajando en ambos niveles desde hace ya algunas décadas y corresponde ahora analizar lo que se ha alcanzado.

Primero, se debe partir a nivel nacional, donde la trascendencia del comercio electrónico en el ámbito fiscal impacta a lo previsto artículo 31 fracción IV de nuestra Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual establece como una de las principales obligaciones de los mexicanos:

IV.- Contribuir para los gastos públicos, así de la Federación, como de los Estados, de la Ciudad de México y del Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes³².

De lo anterior se deriva precisamente que todos los ciudadanos debemos contribuir al gasto público de manera proporcional y equitativa, por lo que sería ilegal que las personas que se dedican a la realización de transacciones electrónicas, incumplan o no cumplan de forma adecuada con sus obligaciones fiscales, hecho que se traduciría en una transgresión al principio de proporcionalidad y equidad tributaria contenido en el citado texto constitucional, además, el no gravar las transacciones digitales genera una competencia desleal entre los proveedores tanto de bienes, como de servicios que desarrollan su actividad económica en espacios físicos y aquellos que lo hacen mediante plataformas y digitales.

³² Gobierno de México, Constitución Política de los estados Unidos Mexicanos, (en línea), disponible en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/constitucion.php#gsc.tab=0>, recuperado el 28/07/2020.

Ante esta situación que genera conflicto, diversos organismos internacionales como la OCDE y la CEPAL, han discutido sobre la forma, tipo de fiscalización que deben tener las empresas dedicadas a las transacciones realizadas por medios digitales y, en su caso, establecer al país que le compete la facultad recaudatoria; el punto toral de la problemática se centra en determinar el lugar en el que se lleva a cabo la transacción por la compra – venta tanto de bienes, como de servicios; y donde se obtiene la renta, ya que en la mayoría de los casos intervienen sujetos de distintas jurisdicciones fiscales.

Derivado de la situación anterior, han surgido diversas propuestas para el trato fiscal que se debe dar a estas empresas por lo que al respecto se pueden enunciar tres principales corrientes; la primera, propone no gravar estas transacciones, otra señala que la opción más viable es la implementación de un impuesto especial al comercio electrónico, cuantificable mediante el uso, acceso, ancho de banda o la descarga de programas informáticos a través de internet, ejemplo de ello es el "bit tax"³³ cuya base gravable es el número de bits³⁴ utilizados en cada transacción y una tercera corriente es la propuesta por organismos internacionales (CEPAL y OCDE) que indican que es conveniente modificar los impuestos ya existentes, en este sentido es que México en concordancia con las recomendaciones de los citados organismos ha determinado que los residentes en el extranjero que prestan sus servicios en territorio nacional deben pagar impuestos por los ingresos que reciben de los consumidores mexicanos, por concepto de IVA, así lo ha determinado la OCDE al recomendar a los países implementar el principio de "destino" para asegurarse que en las operaciones transnacionales el IVA se cause y se recaude en la jurisdicción donde ocurre el consumo final; no así con el ISR ya que este organismo en conjunto con el Grupo de los 20 (G20) en su documento denominado "Plan de acción contra la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios", señalaron que este impuesto aplicado a las transacciones digitales puede aumentar las oportunidades para la elusión y la evasión fiscal dada la dificultad de fiscalizar y atribuir los ingresos generados en operaciones multinacionales a las jurisdicciones en las que dichas operaciones tienen injerencia.³⁵

³³ Lim Yuliet's, SlideShare, Bit Tax, (en línea), disponible en: <https://es.slideshare.net/yerukasos9/bit-tax#:~:text=%E2%80%9C%20Bit%20Tax%3A%20Impuesto%20sobre%20el,de%20informaci%C3%B3n%20digital%20transmitid a%20electr%C3%B3nicamente.&text=Consiste%20en%20la%20compra%20y,a%20trav%C3%A9s%20de%20medios%20electr%C3%B3nicos.>, recuperado el 28/07/2020.

³⁴ Market, Graciela, Tecnología + Informática, ¿Qué es el Bit? ¿Qué es el Byte?, (en línea), disponible en: <https://www.tecnología-informática.com/que-es-el-bit-byte/>, recuperado el 28/07/2020.

³⁵ Cfr. Cámara de diputados, Boletín N°. 2027 Comercio electrónico, regulación fiscal y recomendaciones, (en línea), disponible en: <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Comunicacion/Boletines/2019/Agosto/11/2027-Comercio-electronico-regulacion-fiscal-y-recomendaciones>, recuperado el 28/07/2020.

Estas corrientes que han surgido como respuesta a la necesidad de crear modelos tributarios distintos, adecuados a la globalización económica y a las nuevas tecnologías, salvo la primera que dicho sea de paso, rompe con el principio de equidad tributaria, tratan de gravar o de adecuarse a la forma en que se desarrolla la economía actualmente, como resulta natural cada una ha sido motivo de diversas críticas, verbigracia, del *bit tax* que mediante el uso de la lógica binaria busca gravar aquellos impulsos que permiten trasladar tanto productos, como servicios para gravar las actividades de comercio electrónico a través del medio por el que se transmiten las órdenes de compra y venta de bienes y servicios, que es el impulso electrónico informático, el *bit*; esto, que es el *telos* de ese impuesto en particular, lo hace blanco de fuertes críticas porque al limitarse en gravar el medio y no el objeto o bien intangible no grava realmente el valor, la capacidad contributiva transmitida, solo se limita al medio para hacerlo, lo que conduce a que la base económica no tenga nada que ver con el gravamen, además, no prevé un escenario futuro, ya que si en los siguientes años el comercio digital encuentra otra forma para su realización derivado de los avances tecnológicos y desplaza a los ordenadores, este impuesto quedaría obsoleto e ineficaz³⁶; por lo que hace a la tercera corriente que México ha adoptado se debe destacar el hecho de que la solución ante esta problemática, no requiere precisamente de la invención de un gravamen nuevo o novedoso, sino de dar el correcto tratamiento y aplicación a los ya existentes.

En este sentido, México, junto con otros países de América Latina como Colombia, Argentina, Uruguay, Australia e incluso la Unión Europea ha impulsado el cobro del IVA al comercio digital, en la siguiente matriz se esquematizan las particularidades de este cobro en los referidos países.

País	Fecha de implementación	Tasa de IVA	Mecanismo
Australia	julio 2017	10%	Registro
Colombia	abril 2018	19%	Retención
Argentina	junio 2018	21%	Retención
Uruguay	enero 2018	18%	Registro y pago en dólares
Unión Europea	enero 2015	Depende el país (entre 18% y 28%)	Registro

³⁶ Cfr. Carbajo Vasco, D. Domingo, Reflexiones sobre comercio electrónico y fiscalidad, (en línea), disponible en: <https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/A9E2F1DC-194F-42CE-A9F5-C8AF054D34AD/79593/carbajo.pdf>, recuperado el 28/07/2020.

Fuente: Elaboración propia con datos de:

<http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Comunicacion/Boletines/2019/Agosto/11/2027-Comercio-electronico-regulacion-fiscal-y-recomendaciones>

Precisamente, como parte de la adopción de esta corriente y en concordancia con los principios y reglas de los organismos internacionales, es que desde el primero de mayo del dos mil diecinueve en nuestro país entró en vigor la Norma Mexicana de Comercio Electrónico: NMX-COE-001-SCFI-2018, la cuál es de “aplicación voluntaria” hasta el momento, y de forma más reciente como ya se anotó, de la Ley de Ingresos y sus implicaciones al fijar un gravamen a las empresas extranjeras dedicadas a las plataformas de comercio digital, así como a hacer retenciones a los comerciantes mexicanos que participan en estas plataformas.

A efecto de concluir debemos tener conocimiento acerca de que, tras la crisis financiera de 2008, los países del G20 pusieron los impuestos en la parte superior de su agenda y han liderado la lucha contra la evasión y la evasión fiscal, específicamente contra la erosión de la base y el cambio de beneficios (BEPS) que se refieren a estrategias de planificación fiscal que explotan brechas y desajustes en las reglas fiscales para trasladar artificialmente los beneficios a lugares bajos o sin impuestos donde hay poca o ninguna actividad económica o para erosionar las bases impositivas a través de pagos deducibles como intereses o regalías. Aunque algunos de los esquemas utilizados son ilegales, la mayoría no lo son. Esto socava la equidad y la integridad de los sistemas tributarios porque las empresas que operan a través de las fronteras pueden utilizar BEPS para obtener una ventaja competitiva sobre las empresas que operan a nivel nacional. Además, cuando los contribuyentes ven a las corporaciones multinacionales evadiendo legalmente el impuesto sobre la renta, socava el cumplimiento voluntario por parte de todos los contribuyentes, por ello tanto el G20 como la OCDE han trabajado juntos dentro del Marco Inclusivo OCDE/G20 sobre BEPS, en donde participan más de 135 países y jurisdicciones, que colaboran para publicar desde el 15 de octubre de 2015 15 recomendaciones finales para enfrentar la evasión fiscal, a saber: Acción 1. Abordar los retos de la economía digital para la imposición; Acción 2. Neutralizar los efectos de los mecanismos híbridos; Acción 3. Refuerzo de la normativa sobre Compañías Foráneas Controladas; Acción 4. Limitar la erosión de la base imponible por vía de deducciones en el interés y otros pagos financieros; Acción 5. Combatir las prácticas tributarias perniciosas, teniendo en cuenta la transparencia y la sustancia; Acción 6. Impedir la utilización abusiva de convenio; Acción 7. Impedir la elusión artificiosa del estatuto de Establecimiento Permanente; Acción 8. Intangibles; Acción 9. Riesgos y capital; Acción 10. Otras transacciones de alto riesgo; Acción 11. Establecer metodologías para la recopilación

y el análisis de datos sobre la erosión de la base imponible y el traslado de beneficios y sobre las acciones para enfrentarse a ella; Acción 12. Exigir a los contribuyentes que revelen sus mecanismos de planificación fiscal agresiva; Acción 13. Reexaminar la documentación sobre precios de transferencia; Acción 14. Hacer más efectivos los mecanismos de resolución de controversias y Acción 15. Desarrollar un instrumento multilateral; la implementación de estas medidas mejora la coherencia de las normas fiscales internacionales y garantiza un entorno fiscal más transparente, además, permite abordar los desafíos fiscales derivados de la digitalización que son una cuestión política clave³⁷, en relación a estas acciones México ha sido uno de los ejemplos de obediencia y cumplimiento al atender con excelencia las acciones 5, 6, 13, 14 y 15 específicamente.

CONCLUSIONES

1. El comercio electrónico entendido como todas aquellas operaciones comerciales de bienes, servicios e información realizadas por personas físicas o morales a través de medios electrónicos de comunicación utilizando mercados virtuales, ha tenido un crecimiento acelerado por lo que se ha hecho necesario establecer reglas claras a través de marcos normativos e instrumentos nacionales e internacionales que prevean los supuestos controversiales que se desprenden de esta forma de transacción; los cuales deben por un lado permitir el desarrollo del mismo y dotar de certeza jurídica tanto a consumidores, como a comerciantes y Estados.
2. Con la firma del T – MEC y la incorporación del comercio digital en el capítulo XIX, se logró eliminar obstáculos injustificados al comercio que se lleva a cabo a través de medios electrónicos, dotar a inversionistas y empresas de una mayor certeza jurídica; y, garantizar un entorno en línea seguro para los consumidores; toda vez que el comercio electrónico dará mayor Impulso al intercambio de productos digitales, abrirá la pauta para generar competencia a nivel internacional, hará más seguras las transacciones electrónicas, evitará un trato diferenciado o desfavorable a las economías participantes, o a productos digitales producidos en territorios distintos, y en materia de derechos del consumidor, se incluyó la validación de firmas electrónicas para fortalecer y generar una cooperación entre agencias protectoras de los usuarios al comercio electrónico.
3. La entrada en vigor de la nueva política tributaria de nuestro país en materia de comercio digital y sus cambios fiscales contemplados en la Ley de Ingresos de este

³⁷ OECD, What is BEPS?, (en línea), disponible en: <http://www.oecd.org/tax/beps/about/#mission-impact>, recuperado el 28/07/2020.

año contraviene el capítulo 19 artículo 19.3 del T – MEC al pretender gravar a las plataformas digitales y no estuvo acorde con los principios de la OCDE que prevén un plazo de doce meses para implementar este tipo de políticas fiscales, además, en medio de la crisis tanto sanitaria como económica generará un aumento a los precios de los productos y servicios que será cubierto por prestadores de servicios y los consumidores finales.

BIBLIOGRAFÍA

- ALTO NIVEL, T-MEC: ¿Qué es? ¿Cómo afecta el comercio digital derechos laborales y aranceles?, 2019, <https://www.google.com.mx/amp/s/www.altonivel.com.mx/amp/index.php%3fdocID=106274>
- Angélica, Día de Internet: acceso y consumo de la conectividad en México, (en línea), 2020, <https://www.pandaancho.mx/noticias/dia-de-internet-2020-acceso-consumo-conectividad-mexico.html>
- Arreguín, Marco, Market Hax, Aspectos legales e impuestos del Ecommerce en México, (en línea), 2020, <https://markethax.com/ley-impuestos-ecommerce-mexico/>
- Audio Comercio Exterior, S.C., "Boletín: el comercio electrónico como parte de la modernización del nuevo T-MEC (USMCA)", AudiCo, (en línea), 2018, <https://www.audico.com.mx/blog/2018/11/9/el-comercio-electrnico-como-parte-de-la-modernizacin-del-nuevo-t-mec-usmca>, recuperado el 28/07/2020.
- Cámara de diputados, Boletín N°. 2027 Comercio electrónico, regulación fiscal y recomendaciones, <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Comunicacion/Boletines/2019/Agosto/11/2027-Comercio-electronico-regulacion-fiscal-y-recomendaciones>, recuperado el 28/07/2020.
- Capítulo 19, Comercio Digital, (en línea), 2017, <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/465801/19ESPCComercioDigital.pdf>, recuperado el 27/07/2020.
- Carbajo Vasco, D. Domingo, Reflexiones sobre comercio electrónico y fiscalidad, (en línea), disponible en: <https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/A9E2F1DC-194F-42CE-A9F5-C8AF054D34AD/79593/carbajo.pdf>, recuperado el 28/07/2020.
- De la Torre, Octavio, "Es clave prepararse en la era del comercio digital con T-MEC", T21mx, (en línea), <http://t21.com.mx/opinion/arquitectura-aduanera/2018/10/19/clave-prepararse-era-comercio-digital-t-mec>, recuperado el 26/07/2020.

- Editoriales Aduanas, Comercio Digital en el T-MEC, (en línea), 2019, <http://aduanasrevista.mx/comercio-digital-en-el-t-mec/>
- Gallego, Sara, "Redes sociales digitales: información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010)", UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, 2016, <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Gobierno de México, Constitución Política de los estados Unidos Mexicanos, (en línea), 2016, <http://www.ordenjuridico.gob.mx/constitucion.php#gsc.tab=0>,
- Grupo Camaleón, Glosario dgrupo e Términos Especializados, (en línea), [dihttps://glosarios.servidor-alicante.com/](https://glosarios.servidor-alicante.com/), recuperado el 31/01/202.
- Lim Yuliet's, SlideShare, Bit Tax, (en línea), 2016, [https://es.slideshare.net/yerukasos9/bit-tax#:~:text=%E2%80%9C%20Bit%20Tax%3A%20Impuesto%20sobre%20el,de%20informaci%C3%B3n%20digital%20transmitida%20electr%C3%B3nicamente.&text=Consiste%20en%20la%20compra%20y,a%20trav%C3%A9s%20de%20medios%20electr%C3%B3nicos](https://es.slideshare.net/yerukasos9/bit-tax#:~:text=%E2%80%9C%20Bit%20Tax%3A%20Impuesto%20sobre%20el,de%20informaci%C3%B3n%20digital%20transmitida%20electr%C3%B3nicamente.&text=Consiste%20en%20la%20compra%20y,a%20trav%C3%A9s%20de%20medios%20electr%C3%B3nicos.) S.,
- Lofton, Comercio a través de plataformas tecnológicas – Reforma fiscal para el 2020, (en línea), 2019, <https://loftonsc.com/juridico/juridico-fiscal/ecommerce-reforma-fiscal-2020-mexico/>
- Market, Graciela, Tecnología + Informática, ¿Qué es el Bit? ¿Qué es el Byte?, (en línea), 2020, <https://www.tecnologia-informatica.com/que-es-el-bit-byte/>,
- Mendieta, Susana, Milenio, México aún está rezagado en comercio electrónico: expertos, (en línea), 2018, <http://www.milenio.com/negocios/mexico-aun-esta-rezagado-en-comercio-electronico-expertos> recuperada el 03/01/2020.
- Milenium, Internet, (en línea), 2020, <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-internet.html>
- Morales, Roberto, El Economista, "En e-commerce, EU va con ventaja en el T-MEC", (en línea), 2018, <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/En-e-commerce-EU-va-con-ventaja-en-el-T-MEC-20181019-0016.html>, recuperado el 28/07/2020.
- OECD, What is BEPS?, (en línea), 2019, <http://www.oecd.org/tax/beps/about/#mission-impact>
- Parcerisa, Christin, Fashion United, Cuál fue el panorama del e-commerce en Latinoamérica en 2019, 2019, <https://fashionunited.mx/noticias/retail/cual-fue-el-panorama-del-e-commerce-en-lationamerica-en-2019/2020010428206>, recuperado el 29/05/2020.

- Pastrana, Daniela, Pie de Página, Hacienda prevé obtener 100 mil mdp por impuestos a plataformas digitales, (en línea), 2020, <https://piedepagina.mx/hacienda-preve-obtener-100-mil-mdp-por-impuestos-a-plataformas-digitales/>
- Procuraduría Federal del Consumidor, "Comercio Electrónico", (en línea), 2020, https://www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp
- Ramírez, Alejandro, "¿Qué beneficios ofrecerá el T-MEC en materia de e-commerce?", InformaBTL Promociones, activaciones y below the line, (en línea), 2018, <https://www.informabtl.com/que-beneficios-ofrecera-el-t-mec-en-materia-de-e-commerce/>
- Riquelme, Rodrigo, El Economista, El comercio electrónico en México creció 28.6% en 2019, según la Asociación de Internet MX, (en línea), 2020, <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/El-comercio-electronico-en-Mexico-crecio-28.6-en-2019-segun-la-Asociacion-de-Internet-MX-20200311-0106.html>
- Riquelme, Rodrigo, EL ECONOMISTA, Impuestos al comercio electrónico deben postergarse 6 meses por Covid-19, pide la industria, (en línea), 2020, <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/Medidas-tributarias-para-comercio-electronico-deben-postergarse-por-Covid-19-industria-20200406-0064.html>, recuperado el 20/04/2020.
- Sagrado, Andres, "El e-commerce en México: una gran oportunidad", Forbes, 2018, <https://www.forbes.com.mx/el-e-commerce-en-mexico-una-gran-oportunidad/>
- Winocur, Rosalía y Sánchez, José, *Redes sociodigitales en México*, México, Fondo de Cultura Económica, 2015.