

Comercio electrónico

Generalidades, alcances
y perspectivas

DRA. DORIS KARINA OROPEZA MENDOZA

Doctora en Derecho Público por el Instituto de Investigaciones Jurídicas UV, Investigadora Independiente
doropeza1012@gmail.com

Síntesis

El comercio electrónico ha trascendido en las actividades económicas, jurídicas, políticas y sociales alrededor del mundo mediante el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, tal fue su impacto que, a partir de la década de los noventa, múltiples organismos internacionales han puesto en su agenda de trabajo diversos tópicos respecto de lo que se ha denominado la nueva economía.

Generalidades del comercio electrónico

Hablar de comercio electrónico implica estar frente a un fenómeno que ha generado un impacto, el cual ha trascendido en las actividades económicas, comerciales, jurídicas, políticas y sociales alrededor de todo el mundo; asimismo, es hoy un motor de impulso y desarrollo para las economías, área donde su crecimiento se ha manifestado año tras año.

El comercio electrónico es una actividad económica mediante la cual se realizan intercambios económico-comerciales, por ejemplo: compra, venta, producción y distribución de bienes y servicios mediante el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

Tal es la importancia del comercio electrónico que organismos internacionales como la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la Organización Mundial del Comercio (OMC), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), por señalar tan solo algunos de los más importantes a escala internacional, han agregado a sus agendas de trabajo el análisis sobre la mejora, expansión y regulación de esta actividad que pertenece a lo que se ha denominado, la “nueva economía”.

La modernización, mayor capacidad, diversificación, y uso masivo de las TIC, creó una nueva plataforma de interacción en la sociedad en la que fueron superados

Las tres características principales del comercio electrónico se pueden resumir en Desterritorialidad, Negocios no interpersonales y Atemporalidad

los límites de la distancia, las fronteras y el tiempo. Internet dio paso a un nuevo canal de comunicación que permitió la consolidación de variadas interacciones humanas entre no presentes, lo que abrió un amplio universo al campo de los intercambios comerciales. En palabras del ex secretario de la Organización de las Naciones Unidas, Kofi Anan, “están modificando (las TIC) radicalmente las relaciones e interacciones sociales y económicas, proporcionando a las poblaciones, las empresas y los gobiernos los instrumentos con los cuales idear sociedades y economías más productivas, más integradoras y más favorables al desarrollo”.¹ La Cuarta Revolución Tecnológica (así llamada la era de las TIC) creó un nuevo paradigma en los intercambios económico-comerciales, con una nueva plataforma de naturaleza digital para reconfigurar un nuevo proceso de oferta y demanda, novedosos sistemas de pago y la creación de nuevos canales de distribución, que dieron al comercio mundial y nacional un nuevo auge y ascenso económicos.

Las primeras actividades del comercio digital surgen en la década de los noventa en los EE.UU., lo cual fue posible debido al perfeccionamiento y popularización de Internet que, en sus inicios, solo estaba al alcance de los servicios militares y las universidades (ARPANET), la creación de la World Wide Web (WWW), la fabricación de computadoras cada vez más poderosas en el procesamiento de la información y la invención de

software más eficiente, facilitaron el intercambio de información y la comunicación para el comercio.

El comercio electrónico es un fenómeno que ha logrado un gran crecimiento debido a tres características fundamentales:

1. **Desterritorialidad.** Los oferentes y demandantes ya no necesitan estar en un mismo espacio o territorio específico para llevar a cabo un intercambio comercial, la distancia ya no es un factor limitante, ya que dentro del país o fuera de sus fronteras es posible llevar a cabo un negocio electrónico sin necesidad de la presencia física del vendedor-consumidor.
2. **Negocios no interpersonales,** en el comercio electrónico los intercambios de oferta y demanda no siempre se llevan a cabo mediante la comunicación de dos personas, muchas negociaciones se realizan a través de la automatización del proceso de compraventa a través de las tiendas virtuales en un sitio web o aplicaciones móviles.
3. **Atemporalidad.** A diferencia del comercio tradicional en el que las actividades comerciales se pueden ver obstaculizadas por el horario o días festivos, los negocios en Internet pueden llevarse a cabo sin importar la hora, asimismo las tiendas virtuales están disponibles para el consumidor en cualquier día del año.

El mercado de comercio electrónico se ha estudiado a través de dos categorías principales, estas son: Negocio a negocio B2B (*Business to Business*), Negocio a consumidor B2C (*Business to Consumer*), El intercambio B2C es la categoría que popularmente se equipara de forma directa al comercio electrónico, se traduce en la venta directa de un negocio a un consumidor particular de sus productos o servicios. El intercambio B2B es la relación comercial entre dos empresas o personas morales particulares o no, en la que el comercio mayorista se traslada al terreno digital, de igual forma una empresa puede ofrecer a otra un servicio o contenidos para facilitar la tarea productiva, incluso sin tener que llegar al cliente potencial convirtiéndose en intermediarios, por ejemplo: importadores o distribuidores. Ambas categorías aportan sus ganancias a la medición de la economía digital.

Alcances y perspectivas del comercio electrónico

Entorno internacional

De acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones, en su último estudio sobre la Medición de la Sociedad de la Información, hasta finales del año 2018, 51.2% de la población mundial hace uso de Internet,²

por lo que la cifra de potenciales consumidores para los negocios digitales es bastante amplia. En 2019 las ganancias por el comercio electrónico B2C en el mundo fueron calculadas en alrededor de 3.535 trillones de dólares, cifra que se estima para el año 2023 aumente a 6.542 trillones de dólares.³ De acuerdo con la firma eShopWorld hasta 2018, los tres mercados de comercio electrónico más importantes en el mundo, en cuanto a ingresos se refiere, fueron:

1. China con ganancias por un total de 636.09 mil millones de dólares.
2. Estados Unidos: cuantificando ganancias por 504.58 mil millones de dólares.
3. Reino Unido con ingresos totales por 86.45 mil millones de dólares.⁴

Para el mismo año, los bienes y servicios que ocupan los primeros lugares de consumo son:

1. Moda.
2. Viajes.
3. Libros/música.
4. Tecnología.
5. Boletos para eventos.⁵

Muchos son los retos legales a escala internacional que el comercio electrónico ha traído consigo, en temas como delitos informáticos, privacidad de la información, comercio electrónico transfronterizo, contratación electrónica, sistema de pago, una de las primeras legislaciones que surgieron fue la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico, publicada en 1996 por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI), la cual fue adoptada por los estados parte para introducir sus lineamientos en las legislaciones nacionales con la finalidad de proteger a los contratantes en el intercambio electrónico.

En materia fiscal internacional, por ejemplo, los miembros de la OMC han acordado no imponer derechos de aduana a las transmisiones electrónicas, sin embargo, existen acuerdos internacionales sobre el tema de los impuestos en las legislaciones nacionales para los servicios y productos digitales, uno de ellos es el Marco Tributario de la Conferencia de Ottawa de 1998 dentro de la agenda de trabajo de la OCDE. El comercio electrónico también ha sido introducido en diversos tratados comerciales, como el nuevo capítulo en materia de comercio digital en el T-MEC.

Entorno mexicano

Las actividades económico-comerciales, por medios electrónicos en nuestro país han ido en incremento

En México, 23.7% de los usuarios de Internet realizaron transacciones económicas en 2018, con lo cual **surge una nueva forma de fiscalización de las operaciones por Internet a partir de 2020**

generando importantes ganancias en el sector. De acuerdo con eShopWorld, México ocupa el lugar décimo octavo entre los mercados mundiales de comercio electrónico y el quinto en relación con el número de compradores transfronterizos en línea.⁶ De acuerdo con cifras del INEGI, durante 2018, en México existían 74.3 millones de usuarios de Internet lo que equivalía a 65.8% de la población mexicana, de los cuales 23.7% realizaron transacciones por Internet.⁷

De acuerdo con la Asociación de Internet.mx, las ganancias reportadas en 2018 fueron por un valor de 491.25 mil millones de pesos, cifra que ha ido en aumento si la comparamos con cifras de los tres últimos años que corresponden a: 2017, 396.04 mil millones de pesos; 2016, 329.85 mil millones de pesos, y 2015, 257.09 mil millones de pesos.⁸

Los cinco productos y servicios más consumidos en línea en 2019 fueron:

1. Transporte 65%.
2. Comida rápida, 47%.
3. Servicios de alojamiento, 43%.

4. Viajes, 41%.
5. Boletos de eventos, 40%.⁹

El mercado de comercio electrónico ha crecido de tal forma que representa ya un porcentaje del Producto Interno Bruto, se tiene registro que en el año 2017 aportó 4.6%,¹⁰ lo que habla de la importancia que las actividades comerciales en México han tomado en la economía de nuestro país.

Debido a la popularización y mayor demanda en México de las actividades de comercio electrónico, diversas normas han sido reformadas para permitir un mejor entorno jurídico para dicha actividad económica y, sobre todo, la protección para los usuarios de esta. Temas como contratación electrónica, delitos informáticos, protección al consumidor digital, propiedad intelectual, protección de datos personales, pruebas electrónicas y valoración de estas en juicio son temas que han sido introducidos en la legislación mexicana.

En la comunidad internauta existe una gran polémica sobre si deben existir o no gravámenes en el comercio electrónico, no obstante, las ganancias que este mercado reporta ha llamado la atención de las autoridades para ser un medio del que se pueden obtener ingresos para el Estado, tal es el caso de nuestro país, donde fue aprobada la iniciativa emitida por el Ejecutivo Federal en 2019 para gravar en 16% los servicios y adquisición de intangibles que se proporcionan en forma electrónica a través de plataformas o aplicaciones vía Internet, bajo los principios tributarios para el comercio electrónico establecidos en la Conferencia de Ottawa de 1998.

Dicha determinación fue fundamentada en la necesidad de aprovechar la recaudación de mayores recursos para el Estado y evitar la informalidad, toda vez que los proveedores no residentes en México que proporcionan servicios digitales mostraban un bajo cumplimiento fiscal en relación con el IVA lo que, de acuerdo con la iniciativa, generaba:

1. Afectación a los ingresos tributarios.
2. Competencia desigual para los proveedores de servicios digitales nacionales.
3. Bajo cumplimiento en el pago de los impuestos que se causan en las operaciones de compra y venta de productos y servicios que se realizan a través de plataformas digitales de intermediación (casos transporte, alojamiento temporal).¹¹

Por todo lo anterior, el 9 de diciembre de 2019 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF) la Ley del Impuesto al Valor Agregado (LIVA) con las adiciones del artículo 10.-A BIS, de un cuarto párrafo al artículo

16 y del Capítulo III BIS denominado “De la prestación de servicios digitales por residentes en el extranjero sin establecimiento en México”, con una Sección I “Disposiciones generales” que comprende los artículos 18-B, 18-C, 18-D, 18-E, 18-F, 18-G, 18-H y 18-I, y una Sección II “De los servicios digitales de intermediación entre terceros” que comprende los artículos 18-J, 18-K, 18-L y 18-M.

Con esta adición, se han establecido las reglas para que empresas como Amazon, YouTube, Airbnb, entre muchas otras, lleven a cabo el traslado y cobro del IVA a sus clientes y, por su conducto, hagan llegar al Estado la recaudación del gravamen.

Conclusión

El éxito mundial y en México del comercio electrónico es una realidad que año con año se va fortaleciendo, las características que conforman los intercambios comerciales en línea han acercado a consumidores y empresas de todo el mundo creando un mercado global en el cual la economía digital es un motor que mueve las economías del mundo.

El aprovechamiento de los recursos generados por dicha actividad económica, pueden contribuir al desarrollo de las naciones y una mejora en la vida de la población de muchas formas. El gravamen recientemente aprobado, si bien ha generado una gran polémica, la recaudación por dicho impuesto, podría incluso beneficiar indirectamente al sector de la población que nunca ha realizado una compra electrónica. ☞

- 1 Anan Kofi A., *Informe Sobre Comercio Electrónico Y Desarrollo 2003*, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, (2003) https://unctad.org/es/docs/ecdr2003_sp.pdf
- 2 International Telecommunication Union, *Measuring the Information Society Report*, vol. 1, (2018) <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2018/MISR-2018-Vol-1-E.pdf>
- 3 Lipsman, Andrew, *Global Ecommerce 2019*, emarketer.com, (2019) <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019>
- 4 eShopWorld, *Global Ecommerce Market Ranking 2019*, (noviembre 2018) https://www.worldretailcongress.com/_media/Global_ecommerce_Market_Ranking_2019_001.pdf
- 5 The Nielsen Company, *Comercio conectado*, (noviembre 2018) <https://www.nielsen.com/mx/es/insights/report/2018/comercio-conectado/>
- 6 *Ibidem*, nota 4.
- 7 INEGI De 2015-2018: *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de TIC en Hogares*, ENDUTIH, (2018) <https://www.inegi.org.mx/temas/ticshogares/>
- 8 Asociación de Internet.mx, *Estudio sobre Comercio Electrónico en México 2019*, (diciembre 2019), file:///C:/Users/ADMN/Downloads/Estudio+de+Comercio+Electro_nico+en+Me_xico+2019.pdf
- 9 *Ídem*.
- 10 INEGI, *Sistema de Cuentas Nacionales de México*, (2017) <https://www.inegi.org.mx/temas/vabcoel/>
- 11 Presidencia de la República, *Iniciativa de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley del Impuesto sobre la Renta, de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios y del Código Fiscal de la Federación*, (2019) https://www.ppef.hacienda.gob.mx/work/models/PPEF2020/paquete/ingresos/LISR_LIVA_LIEPS_CFF.pdf