



**BUAP**

**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA**

---

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**LICENCIATURA EN COMERCIO  
INTERNACIONAL**

**PRECEPTOS TRIBUTARIOS EN ACTIVIDADES  
LUCRATIVAS DE LAS PLATAFORMAS DE  
COMERCIO ELECTRÓNICO DE BIENES EN  
MÉXICO, 2019-2020.**

**TESIS**

**PRESENTADA PARA OBTENER EL  
GRADO DE LICENCIATURA EN  
COMERCIO INTERNACIONAL**

**PRESENTA**

**ISABEL CORONA MÉNDEZ**

**DIRECTOR Y ASESOR DE TESIS**

**MTRO. JESÚS LUWING GARCÍA CANO MORA**

**PUEBLA, PUE.**

**ENERO, 2025.**

## ÍNDICE

I.	Introducción	3
II.	Marco contextual de los Preceptos tributarios en actividades lucrativas de las Plataformas de Comercio electrónico de bienes en México	5
	2.1 Análisis de la situación	5
	2.2 Percepciones de impuestos y las plataformas en línea	6
	2.3 Relevancia de los impuestos en las plataformas de comercio de bienes	8
III.	Marco Protocolario	8
	3.1 Planteamiento del problema	8
	3.2 Enunciado de investigación	9
	3.3 Premisa mayor	9
	3.3.1 Premisa menor	10
	3.4 Objetivos de investigación	10
	3.4.1 Objetivo General	10
	3.4.2 Objetivos específicos	10
	3.5 Preguntas de investigación	10
IV.	Marco Teórico	11
	4.1 Impuestos a las actividades lucrativas físicas en México	11
	4.2 Impuestos al comercio electrónico internacional implementados en América Latina	14
	4.3 Avance estructural de impuestos en México	17
	4.4 Implementación de impuestos	21
	4.5 Comercio electrónico	24
V.	Marco Metodológico	27
	5.1 Metodología	27
	5.2 Técnicas de investigación	29
VI.	Resultados	29
VII.	Conclusiones y recomendaciones	30
	7.1 Propuesta	30
	7.1.1 Relevancia de los impuestos al comercio electrónico para México	31
	7.2 Conclusiones	32
	7.3 Recomendaciones	33
VIII.	Referencias	33

IX. Anexos	36
Técnica de investigación: Entrevista	37

## I. Introducción

En este trabajo de investigación el análisis contextual nos ofrece una panorámica del tema “Preceptos tributarios en actividades lucrativas de las Plataformas de Comercio electrónico de bienes en México”. A continuación, se exponen los diferentes argumentos de los aspectos clave del tema: los impuestos y las plataformas en línea, para ello es necesario interpretar su respectivo concepto, pues hay variedad de tipos de las mencionadas palabras clave, es entonces que entendemos gracias a (Guerrero, 1995)<sup>1</sup> al impuesto como un ingreso público obligatorio, mismo exigido por autoridad al contribuyente, cuyo fin aporta predominantemente a financiar servicios públicos. Mientras que para plasmar el concepto de la plataforma en línea la perspectiva de (Leyva, 2019)<sup>2</sup> habla del enfoque económico en las plataformas en línea como un mercado polifacético en el que interactúan múltiples entidades con el objetivo de una transacción financiera, y con ayuda de (Moreno, 2021)<sup>3</sup> podemos comprender el objeto como la diversidad de formas que pueden tener las plataformas en línea, tales que pueden ser aplicaciones desarrolladas para acceder mediante conexión a internet por diferentes dispositivos compatibles donde las limitaciones serán tecnológicas. Ahora abordaremos los números significativos para el país, pues en lo que respecta del año 2018 a mediados de 2020, México no llevaba un progreso significativo en materia de la imposición de impuestos a las actividades lucrativas que se beneficiaban del comercio electrónico internacional, a diferencia de las empresas que sí pagan impuestos bajo concepto de uso de herramientas y/o instalaciones pertinentes, mismas, propiedad del Estado. La presente tesis aborda el resultado de estas condiciones en la ausencia de obligaciones tributarias, que, como consecuencia les ofrece mayor margen de utilidades u ofrecer otros beneficios a los consumidores finales, tales como un mejor precio frente a competidores directos del sector de comercio físico y además mayores comodidades. Ahora bien, el Estado debe estudiar la forma en que empresas privadas se han ajustado al ritmo acelerado del comercio electrónico internacional y adoptar estos métodos a los propios y hacerle frente al ajuste financiero tecnológico.

A modo de ejemplo el crecimiento de las economías colaborativas refleja esta realidad, pues, aunque generan recursos económicos representativos, estos no dejan de ser

indirectos o no representativos para la economía nacional, en otras palabras, no llegan a formar parte del PIB de México. Esta ausencia de la obligación tributaria debe ser compensada con impuestos bien delimitados y aplicados para las diferentes ramas del comercio electrónico internacional, de no ser así, elementos como la oferta y demanda podrían modificar significativamente el mercado nacional e internacional. También se plantea que cabe la posibilidad de que México esté esperando a las resoluciones mundiales, respecto del tema de interés, esto ayuda a que cuando se apliquen impuestos oficiales, estos tengan mayor peso si están respaldados por organismos mundiales y en caso contrario, si se dictaminaran estos impuestos y después se tuvieran que corregir, los ciudadanos y/o empresas podrían tener reclamos contra la autoridad correspondiente, tanto como si les llegara a beneficiar o afectar. Y como punto final para abordar el camino de este trabajo, es la obligación del Estado, el analizar y estudiar los métodos y formas para una correcta y acertada propuesta de ley para el comercio electrónico internacional y sus diferentes vertientes, esto tendrá como resultado la armonización de las leyes del mercado, y en consecuencia fomentará la competencia perfecta y fortalecerá la economía nacional para que esta pueda tener una posición competente frente a la economía internacional. Por supuesto, se debe apuntar a que no todo es recibir por parte de la autoridad, y aquí es donde interviene la política mexicana, pues se deberá brindar un ambiente idóneo para hacer más eficaces las transacciones entre compradores y oferentes, a la vez, llegar a un punto de ajuste de puntos técnicos entre quienes practican el comercio electrónico internacional y la autoridad, para fusionar capacidades que se traduzcan posteriormente en beneficio de ambos lados: poder y captación.

Es por lo que es necesario abordar de la forma general a lo más específico, por lo que se requerirá ir conceptualizando términos preliminares necesarios para entender ampliamente a los dos factores principales: comercio electrónico internacional de plataformas e impuestos nacionales. En este momento, la autoridad es el principal canal por el que los usuarios identificados podrán consultar y hacer cálculos correspondientes de precio y utilidades, para manejar de acuerdo con sus necesidades, las herramientas tecnológicas que están a su disposición.

## II. Marco Contextual de los Preceptos tributarios en actividades lucrativas de las Plataformas de Comercio electrónico de bienes en México.

A continuación, se presentan los elementos clave que ayudaron a explorar el tema de tesis **“Preceptos tributarios en actividades lucrativas de las Plataformas de Comercio electrónico de bienes en México”**, estos son:

- Impuestos
- Beneficios
- Plataforma de comercio en línea

### 2.1 Análisis de la situación

Es un tema novedoso, pues al investigar, los resultados de esta no estaban muy limitados respecto de sus alcances, son resultados superficiales y que no tienen un objetivo claro, pues abarcan el tema de forma general y como a un solo fenómeno de un solo ente; el comercio electrónico. Además, es un tema que incluye el papel del Estado al regular las formas del comercio electrónico internacional. Este fenómeno surge a partir del crecimiento de plataformas electrónicas de comercio de bienes y de servicios, lo que hace que los ojos de la población empresarial se posicionen en estos movimientos, así como el propio Estado, además sus resultados no se preveían a largo plazo. Así como la implementación de impuestos locales en algunos países de América del sur, sin dejar de lado que figura como tema sobre la mesa en organismos reguladores de la materia. Este tema será de carácter obligatorio en el futuro de México, por tanto, debe perfeccionar las normas que le permitan realizar una captación eficiente de los recursos e impuestos, calibrando igual beneficios para las plataformas y sus respectivas condiciones, con el objetivo de crear un ambiente que facilite el crecimiento o entendimiento sumado a este nuevo recurso del Estado, se aumentará el habitual y será motor para que el mismo cumpla con las obligaciones del nombramiento.

## 2.2 Percepciones de impuestos y las plataformas en línea

Tomaremos la información de fuentes oficiales para comenzar a definir la palabra impuesto, principalmente son una contribución (pago) en dinero o en especie de carácter obligatorio con la que cooperamos para fortalecer la economía del país. (Servicio de Administración Tributaria, 2020)<sup>4</sup> y contribuciones que deben ser pagadas oportunamente enlazada con la contabilidad, labor constante a lo largo del año fiscal. (Desconocido, 2023)<sup>5</sup>

Ahora bien, haremos lo mismo con las plataformas en línea, y para ello, lo definimos como el portal de oferta de productos varios, donde los usuarios compran bajo sus datos reales y financieros. (Vega, 2017)<sup>6</sup>

Ya definidos los conceptos principales para abordar el tema de investigación, estudiaremos fuentes académicas de información para realizar los análisis pertinentes.

Del artículo <<La fiscalidad del comercio electrónico>> determinamos que las operaciones comerciales electrónicas no necesitan desplazamiento físico, por lo que han estado evitando la fiscalidad de bienes intangibles, lo que a su vez genera mayor Índice de Desarrollo Tecnológico en los respectivos Estados del mundo, niveles irregulares, pues implementarlo requiere de una fuerte inversión empresarial y sacarle ventaja a la aplicación del manejo de conocimiento y de la información, que como resultado nos da Sociedades de la información y que en cada avance se va dando la desintermediación, pues el contacto ya es más directo; proveedor-fabricante hacia el cliente. (Álamo, 2012)<sup>7</sup>

Además que el motivo principal de no imponer impuestos al comercio electrónico internacional es el de no desestimular el auge del crecimiento del medio de comercio, aunque algunas organizaciones bien reconocidas, hayan publicado la Ley Modelo Sobre el Comercio Electrónico (Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional) 1996, que básicamente define la aplicabilidad de forma general, para abarcar todo ámbito del manejo de datos, que a su vez nos presenta otro panorama, el de la dificultad de aplicar normas nacionales a problemas de índole global, pues el comercio electrónico es muy amplio

y flexible, por ello debe existir la neutralidad de los impuestos, que es no recargar el monto de tal forma que estos lleguen a modificar las teorías del comercio, lo que propone el tratamiento de los bienes digitalizados, la compra venta, el nivel de control y rastreabilidad de operaciones entre empresas vinculadas. (Elena, 2006)<sup>8</sup>

Se requiere una armonización en materia fiscal, de este tipo de impuestos, y un claro ejemplo de homogenización fiscal es la propia armonización fiscal de la Unión Europea, de un régimen tributario de nivel al orden mundial. Para el comercio electrónico internacional, primero los Estados deberán acordar y establecer un límite de la territorialidad y en base a este límite, determinar los regímenes especiales de tributación para las diferentes formas del comercio electrónico internacional. Es entonces cuando se hablará de la fiscalidad internacional que llevará como cimientos a los principios fiscales fundamentales para una correcta tributación entre el beneficio obligación. (Uckmar, Altamirano, & Taveira Torres, 2008)<sup>9</sup>

Así que, las primeras sentencias que tenemos es que, como se menciona en muchas noticias, que las economías colaborativas tienen mayor ventaja frente a las entidades físicas establecidas, en términos de dinero, pues las primeras no pagan impuestos y demás obligaciones monetarias para con el Estado. (Rastelleti, 2017)<sup>10</sup>

Por otra parte, la imposición de impuestos locales ya establecidos en algunos países de América del Sur podría diferir de los términos en que resuelvan los foros y organismos mundiales. Estos impuestos nacionales podrían estar en desacuerdo de las disposiciones y objetivos que por estas se rigen. (Lobbe, 2019)<sup>11</sup>

## 2.3 Relevancia de los impuestos en las plataformas de comercio de bienes

Se ha explorado el tema de impuestos frente a las plataformas electrónicas de comercio de bienes; que es un ambiente donde el oferente y el demandante conviven para llevar a cabo la compraventa de productos, los términos son flexibles (dependiendo del oferente) y mejorados a través del tiempo. Comparte características con el comercio tradicional, es por este fenómeno que se cuestiona la gestión de los respectivos impuestos. Pero queda sin responder la siguiente pregunta: ¿En qué afectará, principalmente, a las plataformas de comercio de bienes en línea, el pago de impuestos correspondientes?

Las reflexiones sobre el problema de investigación se derivan del análisis de la situación actual de los beneficios que las plataformas en línea poseen al no pagar impuestos.

### III. Marco Protocolario

#### III.1 Planteamiento del problema

Se ha explorado el tema de impuestos frente a las plataformas electrónicas de comercio de bienes; que es un ambiente donde el oferente y el demandante conviven para llevar a cabo la compraventa de productos, los términos son flexibles (dependiendo del oferente) y mejorados a través del tiempo. Comparte características con el comercio tradicional, es por este fenómeno que se cuestiona la gestión de los respectivos impuestos.

La pregunta de investigación planteada busca la relación entre las siguientes situaciones: la primera es analizar generalmente los impuestos compatibles con el comercio de bienes de las plataformas en línea, la segunda es comparar los efectos que tendría la implementación de impuestos.

La causa de esta situación es la desventaja y observaciones que han realizado los comercios fijos y, a modo de reclamo, al Estado, para solventarla y apoyar a las regulaciones. Esta investigación tendrá como finalidad identificar el impacto de la posible implementación de impuestos a las plataformas en línea y comparar con el comercio tradicional. Las

reflexiones sobre el problema de investigación se derivan del análisis de la situación actual de los beneficios que las plataformas en línea poseen al no pagar impuestos.

Así que, reflexionando, podemos formular el problema como: ¿En qué afectará, principalmente, a las plataformas de comercio de bienes en línea, el pago de impuestos correspondientes?

La relación surge porque la primera situación es obtenida sin impuestos pagados y la segunda es efecto de la primera, todo ingreso en México debe pagar impuestos y una sin la otra pueden existir por separado, aunque no por mucho tiempo, las utilidades cambian por el pago de obligaciones fiscales, la causa de las situaciones con el análisis de utilidad y alcance redituable, se logrará identificar los factores más vulnerables por la implementación de impuestos.

### 3.2 Enunciado de investigación

Por lo que, esta investigación se realizará para identificar los preceptos tributarios en actividades lucrativas de las plataformas de comercio electrónico de bienes en México, plataformas ubicadas dentro de la concepción del comercio electrónico internacional.

### 3.3 Premisa mayor

Los preceptos tributarios del comercio electrónico internacional entraron en vigor en México con su estructura nacional, haciendo uso de las recomendaciones de organizaciones mundiales de comercio y además con particularidades del gobierno mexicano para un comercio justo.

### 3.3.1 Premisa menor

Los impuestos al comercio electrónico internacional están mayormente desglosados en impuestos ya conocidos nacionalmente y con definiciones que no dejan lugar a ambigüedades.

## 3.4 Objetivos de investigación

### 3.4.1 Objetivo General

Analizar los efectos económicos de la imposición de impuestos a las plataformas en línea de comercio de bienes en la República Mexicana.

### 3.4.2 Objetivos específicos

- Comparar el ingreso económico de las plataformas en línea y el comercio físico.
- Identificar el crecimiento económico del comercio físico.
- Identificar el crecimiento económico de las plataformas en línea de comercio de bienes.
- Verificar el crecimiento de las plataformas en línea de comercio local e internacional de bienes en México.

## 3.5 Preguntas de investigación

Impuestos del comercio electrónico internacional

¿Qué son los impuestos y en qué consisten para el comercio electrónico internacional en México?

Avance estructural de impuestos

¿Cuáles son las iniciativas del gobierno mexicano para abordar este tema?

## Impacto económico mundial

¿Cuál es la capacidad de ingresos del comercio electrónico a nivel mundial?

### IV. Marco Teórico

#### 4.1 Impuestos a las actividades lucrativas físicas en México

En México, durante el siglo XIX los impuestos al comercio exterior, siendo más precisos, a las importaciones, representaban la base de los ingresos públicos federales. La preferencia del Estado por estos gravámenes era la debilidad del sistema de tributación y la difícil meta de obtener ingresos de fuentes internas, debido a la inestabilidad política, al poco crecimiento de la economía y a la herencia de la estructura tributaria colonial. El impuesto al valor agregado (IVA) es el recaudador más efectivo, habiendo mostrado éxito tanto en economías sofisticadas como en países latinoamericanos económicamente exitosos como Chile y Uruguay. En 2022, la recaudación tributaria del gobierno federal será del 16,9% del PIB, inferior a la media de los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, así como de otros países latinoamericanos.

Por otra parte, los subsidios son de gran ayuda para hogares mexicanos, aunque este tiene varios resultados menos favorables; la no recaudación de impuestos, resultado de la tasa cero a productos que están cobijados bajo el subsidio. La recaudación tributaria de México representa un 10-11% del PIB 2022, mientras que los gastos superan el 20%. Según Jesús (2004), las economías latinoamericanas ven la recaudación de impuestos como una pérdida de votos, tal y como señala Kaldor<sup>13</sup>. El sistema de recaudación de impuestos en México limita seriamente la capacidad de producir ingresos en economías con una elevada actividad comercial informal. El impuesto predial es el más significativo en las haciendas locales. Pagar impuestos implica cumplir con el contrato social; dado que un gobierno es financiado por la sociedad a la que sirve (en lugar de un banco o un nivel superior de gobierno), aumentan las posibilidades de un mecanismo de rendición de cuentas más eficaz.

Los impuestos sobre la propiedad tienen un fuerte potencial recaudatorio y constituyen una recaudación fiable debido al tipo de base imponible sobre la que recaen (Bahl, 2007)<sup>14</sup>. Al convertirse en gasto público, se destinan a bienes y servicios públicos dentro de la misma localidad, es decir, tanto la carga fiscal como su beneficio recaen sobre el mismo territorio; esto, en teoría, reduce la resistencia de los contribuyentes a este tipo de impuestos porque los beneficios suelen ser más visibles e inmediatos. El incumplimiento de las normas fiscales puede considerarse una conducta defectuosa que forma parte de un problema social más amplio. En este tipo de problema, a veces conocido como la tragedia de los comunes, los individuos maximizan sus beneficios si toman una decisión equivocada, pero todos salen perjudicados si todos toman la misma decisión.

Por ejemplo, un análisis global de la recaudación fiscal y del impacto redistributivo del IVA, como ejemplo de impuesto, no permite un examen detallado de las consecuencias desagregadas del tratamiento fiscal de los distintos tipos de gastos. Puede haber compensaciones entre las consecuencias de gravar diferentes cosas, por lo que procedemos a identificar los efectos parciales de la legislación actual, del ejecutivo y de la propuesta de trabajo sobre el IVA. La estabilidad es relevante para el buen funcionamiento del país, la única forma en la que se puede pedir al gobierno que tenga una participación más activa es aumentando la recaudación de ingresos, de esta forma se genera un ambiente comercial óptimo para este tipo de comercio electrónico. La aceptación del impuesto se ve reflejada en función de sus ventajas y críticas, pues tiene otro elemento favorable que debe ser considerado y que conviene a quienes lo asumirán y lo emplearán. En muchos de los casos, el IVA no era un impuesto adicional, sino más bien una alternativa para sustituir algunos gravámenes existentes en la estructura fiscal que presentaban deficiencias prácticas, económicas y administrativas (Shoup, 1988)<sup>15</sup>. En México, esta fue la situación. En 1980, el Impuesto Sobre la Renta Comercial fue sustituido por el IVA (Ramírez Cedillo, 2007)<sup>16</sup>. La Ley de Coordinación Fiscal estableció un impuesto a cargo de la Federación (Ramírez Cedillo, 2011)<sup>17</sup>. Además, debe considerarse el entorno de liberalización de la nación porque, en este contexto, los impuestos de sociedades influyen en sus decisiones sobre producción y distribución (Auerbach A., 2008)<sup>18</sup>, actuando como variable de competencia. El gasto público presupuestario ha superado con frecuencia el 23% del PIB en los últimos 15 años,

aunque la recaudación tributaria en el mismo periodo no superó el 10% en 2013. Dado que la mayor parte del gasto del gobierno se financia con los derechos de hidrocarburos recaudados de las operaciones de Petróleos Mexicanos (PEMEX), esto crea una diferencia entre el gasto y los ingresos que no debería considerarse como déficit. Manifestando que es inconveniente para las finanzas públicas estar a expensas de las fluctuaciones de los precios del petróleo que se fijan a nivel internacional, independientemente de las precauciones que se tomen en relación con el precio aprobado por la Ley de Ingresos. A la luz de lo anterior, es importante tener en cuenta que los precios del petróleo tienden a ser volátiles. Por ejemplo, cuando las naciones industrializadas experimentan una crisis, su producción tiende a disminuir, lo que a su vez tiende a reducir la demanda de hidrocarburos, lo que a su vez afecta los precios del petróleo. Uno puede hacerse una idea de lo que estamos discutiendo si compara la recaudación de ingresos de México con la de sus pares de la OCDE. México ocupa el peor lugar de 34 economías con una tasa de recaudación fiscal de apenas 15%, mientras que Dinamarca tiene una recaudación fiscal total promedio de 47% del PIB en los últimos diez años. Es crucial recordar que, tomando como referencia este lapso, un tercio de los países miembros de la OCDE tienen una recaudación fiscal superior al 29% del PIB (2013).

Comparar la nación con sus homólogas latinoamericanas puede ser más conveniente para comprender mejor el estado real de la recaudación fiscal. Según la OCDE, cuando los datos de recaudación de impuestos se expresan como porcentaje del PIB, es evidente que algunos de los países han experimentado aumentos en los ingresos durante el período 2021-2022. Brasil, por ejemplo, pasó con 33,3 puntos porcentuales, Barbados, con 30,5 puntos, y Argentina, con 29,6 puntos. El escenario más conocido es el de los ingresos ligados al IVA.

Dado que la eficacia de las políticas públicas depende de la consecución de sus objetivos, es lógico que los programas que compensan a través del gasto sean progresivos tanto en términos relativos como absolutos. Conclusiones: Urge una reforma fiscal integral para satisfacer las crecientes demandas de gasto público de México, que requieren de un incremento en la recaudación de impuestos en el ámbito del comercio electrónico internacional. Al analizar los ingresos y sus efectos en la redistribución del tratamiento fiscal

discriminatorio de cada tipo de gasto, este estudio ofrece componentes para analizar el caso de los cambios del IVA. Con el aumento de los ingresos, calcula la capacidad de compensación de los distintos grupos de contribuyentes y produce un saldo fiscal con un efecto neto que confiere al sistema tributario la progresividad que necesita.

#### 4.2 Impuestos al comercio electrónico internacional implementados en América Latina

La disponibilidad de conexiones a internet ha aumentado en México, donde los teléfonos inteligentes representan 95.3% del total de usuarios de internet en 2019. Los usos más comunes de estas conexiones son la comunicación (90,6%), el entretenimiento (91,5%) y la información (90,7%) (SCT, 2020). Sin duda, las empresas que operan estos sitios web como tiendas en línea son clientes significativos de los ISP locales. Al mismo tiempo, la explosión del uso de Internet en América Latina está fomentando la experimentación con el comercio en línea, la música, los libros y los servicios financieros y de viajes. En comparación con los agentes o comerciantes locales, los usuarios pueden adquirir ocasionalmente estos servicios a proveedores en línea norteamericanos de forma más asequible y con una mayor selección. Las empresas internacionales son las principales beneficiarias del comercio electrónico que se negocia en el Ecuador. De los USD 300 millones que se facturan al año, el 95% se va a las cuentas del exterior, que son manejadas por las compañías de turismo, de equipos electrónicos, ropa, etc., según datos de la Cámara de Comercio de Ecuador (2011).

Tingo María (Perú) tiene una economía precaria y es sostenida principalmente por los sueldos del sector público, la actividad comercial y otras como la presencia de algunos 12 proyectos del sector privado, una pequeña agricultura y otras actividades. Esta situación se explica en parte por la falta de instituciones y empresas con el conocimiento suficiente y con las nuevas tecnologías, para aprovechar los mercados potenciales. Un mercado de flores al igual que en Venezuela, Rosatel toma pedidos para repartirlos en territorio peruano, para enviar productos a familiares ancianos en Brasil, una tienda brasileña en Internet acepta pedidos de consumidores extranjeros (Gerardo, 1999)<sup>20</sup>. Según un estudio realizado en 2015 por un equipo de sociólogos de la Universidad de Lima, que contó con el

patrocinio de la Red Científica Peruana, el usuario promedio en la nación es un hombre de entre 25 y 35 años de edad que posee un título universitario, tiene un ingreso excepcional en comparación con el promedio del producto per cápita y reside principalmente en la capital de la República. Marcos Pueyrredón, presidente del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico en Ecuador (ILCE), indicó que otro índice que marca el potencial del crecimiento electrónico es el aumento de la participación en las redes sociales, ya que más de 3 millones de ecuatorianos usan Facebook y otros dos millones usan Twitter. El domicilio fiscal juega un papel muy importante dentro del comercio electrónico internacional, porque es necesario para cumplir los requisitos fiscales. Además, desempeña un papel crucial a la hora de determinar la competencia de la Administración Tributaria en materia de recaudación de impuestos. El concepto anteriormente mencionado puede aplicarse a los llamados, 'servers' o servidores, que es sistema complejo de almacenamiento de datos de la página web en cuestión, funciona como resguardo, que, en conjunto, forma algo material y físico.

En el modelo de comercio electrónico, *Business to Consumer*, es el que ayuda a la realización de transacciones comerciales entre una empresa y consumidores finales a través de una tienda virtual, que proporciona recursos necesarios para que los usuarios o clientes puedan realizar todos los pasos de la compra, incluyendo medios de pago y coordinación de envío. Los pioneros de este modelo fueron los fabricantes de ordenadores personales *DELL* y el mayorista estadounidense *Amazon*. Este modelo da información precisa del estado de compra, comparación de precios, consulta de información, referencias de otros consumidores con el mismo proveedor, entre otros beneficios para el consumidor. Mientras que para las empresas proveedoras está el de menor costo en infraestructura, existe amortización a corto plazo, mejora rápidamente la gestión del stock, por lo tanto, existe mucho menos inventario, mayor expansión geográfica, y mejora en la gestión de la compra y el proceso de las ventas.

En el Ecuador, existe un proyecto de Ley sobre el comercio electrónico, que sostiene junto con la OMC, la necesidad de contar con normas claras para crear confianza en los medios utilizados del comercio electrónico, en cualquier país. Esta legislación procura resguardar

la seguridad y confidencialidad de la transmisión de datos. Tomando como ejemplo a este país, es necesario tener en manos, la opinión de los sectores involucrados, tanto privados como nacionales, así como la revisión previa de la legislación mexicana existente y a su vez, tomar como base los distintos proyectos de Ley de otros países, e ir adaptándola a la realidad de México, particularmente.

Las operaciones de internet provocan problemas singulares de fiscalidad internacional que deben ser resueltos atendiendo, entre otros aspectos, a la potestad tributaria de los países intervinientes. El pasaje de una economía tangible a otra intangible impone adecuaciones en el campo de la imposición directa e indirecta. Esto ocasiona múltiples problemas a la tributación ya que los principios, criterios y lineamientos actualmente vigentes, han sido diseñados para transacciones llevadas a cabo en el comercio tradicional.

Resulta necesario así, proponer alternativas de control objetivas que permitan solucionar los inconvenientes detectados y no esté comprometido en los intereses recaudatorios de los diferentes países. A modo de ejemplo, tenemos la forma de recaudación Tributaria de los países miembros de ALADI, se compone de impuestos generales al consumo, de tipo valor agregado, y que en las transacciones electrónicas provocan la reducción de los agentes intervinientes en la cadena de comercialización de un bien, y, por ende, su agregado económico, los principales ingresos fiscales se verán afectados en gran medida.

El comercio electrónico internacional habilitó un nuevo canal de distribución, ha creado nuevos negocios, adaptó negocios que ya existían antes y habilitó el acceso a cualquier mercado del mundo. Entre las principales ventajas de este comercio es el de la reducción de costos, ya que existe menor necesidad de intermediarios en las distintas etapas de un determinado negocio efectuado en Internet. Estas formas de comercio están siendo un 'imán' para empresarios y consumidores, porque en su mayoría, son facilitadores, mientras que, para las autoridades fiscales de cada país, está siendo un reto el identificar las transacciones y el rastreo del lugar donde las mismas han tenido lugar.

Por este y otros fenómenos he observado que los siguientes conceptos son importantes para la composición de la imposición de un impuesto así que me resulta importante la adecuación o modificación de los conceptos tributarios, como, por ejemplo:

- Establecimiento permanente
- Jurisdicción tributaria
- Imposición de la fuente productora de ingresos
- Conceptualización de los beneficios

Mientras que estos conceptos no estén reevaluados, los agentes que se verán más afectados serán los países en desarrollo o importadores de capital. El problema de la tributación del comercio electrónico es el de las transacciones internacionales. Así lo demuestra un estudio realizado por Nazca, Saatchi y Saatchi (2003), que en América Latina, sólo el 29% de los internautas compran en línea. Comparado al 48% de usuarios que compran por este medio en Estados Unidos. También que, los consumidores nacionales compran en un 69% en sitios extranjeros y 31% en sitios nacionales.

#### 4.3 Avance estructural de impuestos en México

En el caso de México, las consideraciones culturales son aún más significativas. La aceptación de las prácticas de comercio electrónico, más populares en nuestra nación en los últimos años, viene determinada por una serie de factores, como la cultura de la información de los dirigentes, la accesibilidad de la tecnología, la confianza de los consumidores en la calidad del servicio y la gestión de las transacciones. En 1989, México se convirtió en la primera nación hispanoamericana en conectarse a Internet (España le siguió en 1990). El Instituto Politécnico Nacional, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad de las Américas (Puebla), la Universidad de Guadalajara y la Universidad Nacional Autónoma de México fueron las primeras instituciones académicas de México.

Por lo que se refiere a la Ley del Impuesto sobre la Renta (ISR), en su artículo primero establece que los sujetos obligados al pago de este impuesto son las personas físicas y

morales, en los siguientes casos 1) residentes en México respecto de todos sus ingresos con independencia de la ubicación de la fuente de riqueza de la que deriven; 2) residentes en el extranjero que cuenten con establecimiento permanente en el país, respecto de los ingresos atribuibles a dicho establecimiento permanente; y 3) residentes en el extranjero, respecto de los ingresos provenientes de una fuente de riqueza ubicada en territorio mexicano, cuando no cuenten con establecimiento permanente, o cuando teniéndolo, dichos ingresos no le sean atribuibles. Dicho de otra manera, en México se gravan los ingresos según la fuente de riqueza y/o el lugar de residencia. Las personas físicas o morales que realicen cualquiera de los actos o actividades antes mencionados dentro del territorio mexicano están obligadas al pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava la enajenación, prestación de servicios, otorgamiento del uso o goce temporal de bienes y la importación de bienes o servicios (artículo primero).

Sin embargo, el comercio electrónico internacional encuentra mucho más fácil cruzar las fronteras en que se basan los actuales sistemas fiscales. Gracias a la revisión de la frontera del conocimiento, se puede proponer un modelo conceptual que integre la investigación sobre la adopción de avances tecnológicos y las fases de adopción del comercio electrónico. Este modelo puede utilizarse para evaluar en el futuro el nivel de adopción del comercio electrónico internacional en diferentes contextos o circunstancias. Se utiliza el término “acto de comercio”, para distinguir aquellos actos jurídicos regulados por el derecho mercantil, de los “actos civiles”, que son los regulados por el derecho civil. La primera de ellas aparece al definir el comercio electrónico internacional, distinguirlo del comercio tradicional, categorizarlo y elicitar sus características. El comercio electrónico internacional es un concepto jurídico que presenta una serie de particularidades y retos. En segundo lugar, existen disparidades normativas en los ámbitos de la propiedad intelectual, la fiscalidad, la resolución de litigios, los conflictos de leyes y los contratos. El desarrollo de nuevos métodos para cumplir con las responsabilidades al celebrar un contrato comercial ha sido posible gracias a los medios electrónicos.

La idea fundamental que inspiró la Ley Modelo (CNUDMI) dado que las legislaciones nacionales en la materia exigen que la expresión de la voluntad conste en un documento escrito, firmado de puño y letra, o que los derechos y obligaciones contenidos en el mismo

se hagan valer mediante la presentación del documento original, el uso de los medios electrónicos de comunicación contemporáneos, como el correo electrónico, el EDI (Intercambio Electrónico de Datos), el fax y el télex, en las transacciones comerciales internacionales puede verse obstaculizado. Para que el comercio electrónico beneficie al mercado de la Unión Europea y garantice la libre circulación de los servicios de la sociedad de la información, la Unión Europea ha aplicado la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, sobre el comercio electrónico, y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia.

Cabe destacar que en México a partir del 2020 entró en vigor la obligación del pago de IVA en servicios digitales realizados por medio de aplicaciones de empresas extranjeras, un gran avance, pues recordemos que una de estas aplicaciones en llegar a México y que a su paso causó gran revuelo fue UBER cuando en 2013 ya se podían realizar viajes de pasajeros vía terrestre en México y no fue hasta el 10/07/2019 en que se inscribió en el RFC según el Diario Oficial de la Federación.

Dado que la actividad comercial es uno de los componentes clave del crecimiento económico de cualquier nación, se hace necesario controlarla a medida que se desarrollan nuevas vías para dedicarse a la actividad comercial. Por ello, la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional empezó a regular esta cuestión creando la Ley Modelo sobre Contratación Electrónica.

Estas ideas jurídicas fueron luego incorporadas a nuestra legislación, dando lugar a las revisiones legislativas del 29 de mayo de 2000, especialmente en el Código de Comercio, que cuenta con un Título Segundo que regula el comercio por Internet. Los principios de la legislación Modelo de la Comisión de Derecho Mercantil de las Naciones Unidas se integraron a la legislación mexicana para brindar mayor seguridad jurídica y previsibilidad en las transacciones electrónicas, tanto a nivel nacional como internacional. Cabe mencionar que en México para la solución de conflictos de leyes se aplica el criterio de

territorialidad absoluta; es decir, las leyes mexicanas sólo se aplican en territorio nacional, a excepción de lo establecido en el Código Civil en sus artículos 12 a 15. De igual manera, el Código de Comercio dispone en su artículo 14 que los extranjeros comerciantes que intervengan en actos de comercio quedarán sujetos al código y demás leyes del país. En materia fiscal, la forma o el medio que se utilice para realizar los actos o actividades gravadas no es esencial como, por ejemplo, no importa si el acto se realizó a través de un contrato escrito o por vía electrónica, ya que tratándose de la materia fiscal es mucho más importante la fuente de riqueza, la residencia, el establecimiento permanente, el momento de acumulación o deducción y la atribución del ingreso. Tratándose de operaciones celebradas a través de los medios electrónicos hay que tener en cuenta en primer lugar si se trata de personas físicas o morales y si son personas que viven en México o en el extranjero con establecimiento de forma permanente en el país, o bien de un extranjero sin establecimiento permanente con fuente de riqueza ubicada en territorio nacional, aplicando los preceptos establecidos en la Ley del ISR.

La definición de establecimiento permanente no presenta grave problema cuando se tiene una presencia física en un país diferente al de residencia. Sin embargo, el comercio electrónico internacional presenta serios retos (en algunos casos) en donde no es fácilmente determinable el lugar en donde residen o celebran sus operaciones, pagan o cobran, sobre todo tratándose de servicios e intangibles.

Además, los cambios en materia fiscal del comercio electrónico internacional en México resaltan pues prevén situaciones tales como la sanción de desconexión de internet para plataformas digitales que no cumplieron con sus obligaciones fiscales.

Dentro de este paquete de reformas a las leyes tributarias para el ejercicio fiscal 2020 publicado en el DOF el 09/12/2019 se agregaron disposiciones para el ISR y el IVA para regular estos servicios extranjeros sin lugar físico permanente dentro del país.

#### 4.4 Implementación de impuestos

El debate se centra en la importancia del criterio de origen o residencia porque llama la atención sobre el conflicto entre naciones con distintos niveles de desarrollo económico que se enfrentan a requisitos fiscales a pesar de tener necesidades de recursos similares pero objetivos distintos. La idea de legalidad se originó como una garantía firme; no se podía promulgar ningún impuesto sin el acuerdo del Parlamento, formado por los representantes del pueblo. En el pasado, determinar si un ordenador, un servidor, una página web o un proveedor de servicios de Internet cumplían los requisitos para ser considerados establecimientos permanentes era uno de los retos más acuciantes, ya que era necesario establecer la autoridad de un Estado para imponer y recaudar impuestos. (Vinicio, 2003)<sup>21</sup>.

Debido a sus características singulares, el comercio electrónico internacional tiene sus raíces en cuestiones relacionadas con el impuesto sobre la renta, concretamente en la identificación del lugar de producción de las rentas y el reto de establecer si un lugar fijo de negocios califica determinados elementos utilizados en dicho comercio bajo el concepto de establecimiento permanente y, por lo tanto, está sujeto a tributación. El término "contratación electrónica" se refiere a cualquier actividad que se lleve a cabo utilizando un componente electrónico que tenga un impacto directo, significativo y decisivo en la creación, evolución o interpretación de un acuerdo. Los contratos por correo electrónico o de adhesión -contratos en los que una parte fija las cláusulas y la otra las acata sin tener la opción de cambiar ninguna de ellas- se utilizan para celebrar contratos electrónicos. A través de ellos, el vendedor hace una oferta, que el comprador tiene la opción de aceptar o rechazar. A partir de ese momento, el contrato está completo y las partes del acuerdo tienen derechos y obligaciones.

Hasta hace poco, la soberanía de un Estado se consideraba desde una perspectiva absolutista, estrechamente alineada con la idea del Estado nacional. Sin embargo, como resultado de diversos procesos como la globalización, la integración económica y el avance tecnológico, esta idea ha ido evolucionando, y hoy en día la soberanía se considera un conjunto de poderes y competencias.

La idea de soberanía estatal otorga al Estado la última palabra sobre todos los demás poderes, pero debemos distinguirla de otra perspectiva de soberanía externa, que otorga al Estado la capacidad de decidir por sí mismo y, en consecuencia, de resolver cuestiones con otros Estados. Según este punto de vista, el Estado ya no se considera supremo, sino igual a otros Estados que también poseen su propia soberanía.

Por tanto, podemos afirmar categóricamente que, a la luz de la evolución política del mundo moderno, nos encontramos ante una nueva concepción de la soberanía. Es novedosa porque se aparta de los marcos convencionales sobre los que se fundó la ciencia política. Estos marcos siempre habían considerado un Estado nacional y absoluto, pero a la luz del mundo moderno, la ciencia política ha tenido que reevaluar sus ideas para conceptualizar la soberanía como un conjunto de poderes que pueden utilizarse de diversas maneras, dependiendo de la situación. Uno de estos poderes es la capacidad de imponer impuestos.

Por lo tanto, identificamos la soberanía fiscal como una expresión de la soberanía estatal, es decir, una capacidad dentro de la gama de capacidades atribuidas al Estado soberano. Se trata de un tema que sigue siendo objeto de debate, lo que hace que cada autor se incline por un término en detrimento de otro. El debate sobre el término adecuado puede reducirse al análisis semántico o a reflexiones de fondo, en particular por parte de los partidarios de la teoría dinámica o funcional sobre el origen de la obligación tributaria. Sin embargo, existe desacuerdo sobre si la soberanía y la potestad tributaria del Estado son sinónimos. Esto se debe a que es difícil distinguir entre ambas, lo que da lugar a corrientes doctrinales que apoyan la idea de que la soberanía y la potestad tributaria están inextricablemente unidas, siendo la segunda una manifestación de la primera. Esto contrasta con quienes sostienen que la soberanía estatal y el poder tributario están totalmente separados, ya que la determinación de los impuestos es una cuestión de supervivencia del Estado, y que la conexión con la soberanía proviene de la concepción absolutista, ya que se consideraba una prerrogativa monárquica.

El reto de identificar físicamente a los participantes en esta modalidad comercial se ve agravado por el hecho de que, por definición, los bienes no viajan necesariamente a través

de las fronteras, lo que dificulta aún más su control, sobre todo si tenemos en cuenta que la mayoría de ellos son servicios. Resulta difícil comprender cómo un Estado puede utilizar su autoridad fiscal fuera de sus fronteras para controlar hechos que tienen lugar en otros lugares gobernados por otras entidades estatales; aún sería más difícil comprender cómo regular una realidad virtual, como es el comercio electrónico internacional.

Resulta útil comenzar con dos ideas muy extendidas que se oponen constantemente entre sí a la hora de debatir los límites que pueden descubrirse en la evolución de la Función Legislativa en relación con el Derecho Internacional. La doble imposición internacional es la consecuencia más conocida de la potestad legislativa ilimitada de cada Estado en virtud del ordenamiento jurídico internacional. La primera se refiere a la supremacía del Derecho internacional sobre la legislación nacional. El hecho de que se encuentren en planos distintos lleva a la contradicción de un poder a la vez restringido e ilimitado. América Latina es un ejemplo evidente de esta imprecisión, pero ello no implica que la zona sea indefinida. El Estado define su territorio por sus limitaciones o fronteras, sin que necesariamente tengan que ser absolutamente exactas. Dado que el territorio es el lugar donde se pueden crear el poder y los poderes del Estado, es a la vez un objeto de poder y un componente del Estado. En México se consolidó la estructura fiscal de impuestos al comercio electrónico internacional en el ISR y el IVA, respecto al ISR se agregó en el Título IV de las Personas Físicas, una sección de ingresos por prestar servicios o la enajenación de bienes realizados por plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares. También contempla que las personas físicas que efectúan estas actividades deben pagar el impuesto por los ingresos obtenidos del uso de las plataformas tecnológicas. Ahora bien para el IVA (artículo 18-B) de su respectiva ley, contempla a; 1) descarga de contenido multimedia <excepto libros, periódicos y revistas electrónicas>, 2) Intermediación entre personas que ofrecen bienes o servicios y los compradores, por ejemplo Mercado Libre, 3) Clubes en línea y páginas de citas; o 4) Clases a distancia como los servicios que causarán impuestos mientras que sean proporcionados por aplicaciones o como contenido digital vía internet u otra red y sean por los que se cobre un precio.

#### 4.5 Comercio electrónico

Se refiere a cualquier tipo de transacción comercial en la que no hay interacción o intercambio físico directo entre las partes, sino un intercambio electrónico. Sin embargo, el espíritu del comercio electrónico global, que surge de los avances tecnológicos y está transformando las prácticas empresariales, no se tiene totalmente en cuenta con este término. El comercio mundial está cambiando la forma en que las empresas se organizan y hacen negocios. También se están eliminando las estructuras jerárquicas, que sirven de barrera entre las empresas y sus proveedores y consumidores, y se están alterando los procedimientos comerciales. Dado que los contratos electrónicos son de ámbito mundial, actualmente no existe una normativa bien definida que los regule. La Ley Modelo sobre Comercio Electrónico es un texto legislativo elaborado por la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la CNUDMI (Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional), pero aún no ha entrado en vigor. El esqueleto que sostiene al sistema está formado por:

- Infraestructura para servicios comunes: tarjetas de crédito seguras, autenticación electrónica de los medios de pago, directorios y catálogos.
- Infraestructura para distribución de información y de mensajes: *EDI*, correo electrónico, *HTTP*.
- Infraestructura para publicidad, multimedia: *HTML*, *Java*, *WWW*, *VRML4*.
- Infraestructura para la red: Internet, cable, *wireless*, intranet, extranet.
- Infraestructura de interfaz: las bases de datos de los consumidores y sus aplicaciones.

Según Forrester Research, una consultora estadounidense que proyecta el comercio electrónico mundial por regiones para 2004, Estados Unidos de América acaparará la mayor parte de este negocio, aunque su dominio será cada vez menor. En cambio, algunas regiones, como Oriente Medio y Europa del Este, experimentarán un crecimiento significativo en los próximos dos años. Esto sugiere que las naciones se dirigen hacia un hiper crecimiento entre 2000 y 2010, lo que demuestra la rapidez con que el mundo se está desplazando hacia la Web. (Enrique, 2001)<sup>22</sup>.

Como en muchas otras industrias, el uso del comercio electrónico internacional ha dado lugar a costes más baratos. Así lo demuestran el descenso de los precios de las comisiones y la disminución media del 85% de los costes de distribución. (Gerardo, 1999)<sup>23</sup>. El valor de esta información y de este servicio en su red de ventas es que puede utilizar su Web para estar siempre en contacto con ella y proporcionarle toda la información necesaria. Puede utilizar su Web para planificar el momento exacto en que su información estratégica se hará pública y puede acceder a este segmento de mercado de forma económica a través de Internet. También permite a las empresas ser más eficientes y flexibles en sus operaciones internas, tanto en los procesos de producción como en los operativos, ya que reciben un mayor contacto con proveedores y clientes respondiendo a sus necesidades con mayor rapidez. Además, las compras realizadas en línea son relativamente sencillas. La competitividad mundial, el aumento de la capacidad de los proveedores y el incremento de la demanda de los clientes son las señas de identidad del comercio moderno.

Como resultado, el comercio mundial está evolucionando tanto en términos de estructura como de función. Se están eliminando las barreras entre las divisiones empresariales, así como entre las empresas, sus proveedores y sus clientes, y se están sustituyendo los anticuados sistemas jerárquicos. Estas barreras se están cruzando en el rediseño de los procesos empresariales. Ya existen numerosos casos de procedimientos que repercuten en toda una empresa, incluidos algunos que se aplican en colaboración entre las empresas y sus proveedores o clientes. La venta electrónica es una forma única de comercio electrónico internacional en México en la que un proveedor ofrece productos o servicios a un comprador a cambio de dinero. Cuando el cliente es un consumidor habitual y no una empresa, se trata de un caso único de venta electrónica. El comercio electrónico mundial es una tecnología transformadora. Las empresas que la consideren un "complemento" de su actual modelo de negocio sólo se beneficiarán de ella de forma limitada; las mayores ganancias las obtendrán las que sepan adaptar su estructura organizativa y sus procedimientos operativos para aprovechar al máximo el potencial que presenta esta nueva forma de comercio. Con respecto a las cifras mundiales de negocio, el 19,5% de las ventas totales minoristas en 2023 son en línea (Según la Asociación Mexicana de Venta Online), además de eso el comercio electrónico internacional de México presentó un incremento de ventas en

un 24% respecto al año 2022, publicado en la novena edición del informe BlackStats. La cobertura de las redes de dispositivos, más que las fronteras nacionales o geográficas, define los límites del comercio electrónico. Incluso los proveedores más pequeños pueden tener una presencia global y realizar negocios a escala mundial gracias al comercio electrónico, ya que las redes más significativas son de alcance mundial. Los proveedores pueden modificar automáticamente sus productos y servicios basándose en información exhaustiva sobre los deseos de cada cliente gracias al compromiso electrónico.

Esto hace que los precios de los productos personalizados en el mercado de masas estén al mismo nivel que los que venden los expertos. Una tienda en línea hecha a medida para lectores individuales sirve como ilustración directa, destacando el hecho de que el comercio electrónico global a menudo permite cadenas de entrega significativamente más cortas. Existen numerosos casos típicos de productores que venden productos directamente a los clientes, evitando retrasos postales, de almacenamiento intermedio y de distribución de los artículos de interés, y omitiendo los que ya se han leído. El ejemplo más extremo es cuando se trata de bienes y servicios que pueden venderse en línea, donde la cadena de suministro podría cerrarse por completo. Esto tiene importantes ramificaciones para los sectores de la información y la educación (incluidas todas las formas de publicidad), las empresas de desarrollo y distribución de software y el sector del entretenimiento (películas, vídeos, música, publicaciones periódicas y periódicos).

Los clientes se benefician de poder adquirir rápidamente el producto exacto que necesitan sin verse limitados por las existencias del distribuidor local. El coste de realizar una transacción comercial electrónicamente puede ser de unos pocos pesos, mientras que el coste de una transacción de persona a persona puede medirse en pesos. Por tanto, es posible reducir considerablemente el coste de diversas operaciones comerciales que incluyen contactos rutinarios, lo que puede traducirse en grandes reducciones de precios para los clientes. Los proveedores pueden modificar automáticamente sus productos y servicios basándose en información exhaustiva sobre los deseos de cada cliente gracias al compromiso electrónico. El comercio electrónico internacional ofrece bienes y servicios totalmente nuevos, además de redefinir los mercados de bienes y servicios ya existentes. Algunos

ejemplos son los servicios de directorios, los servicios de redes y muchas formas de servicios de información en línea, que incluyen la realización de las primeras conexiones entre proveedores y clientes potenciales.

## V. Marco Metodológico

### 5.1 Metodología

Para efectos de esta investigación, se consideró más pertinente el método descriptivo, pues permite conocer al fenómeno, sus consecuencias y relevancias, por medio de las propiedades de las actividades y no se limita a la recolección de datos sino a realizar premisas e identificar la conexión entre las variables, pues consiste en un resumen cuidadosamente y en el análisis de los resultados obtenidos para contribuir a la generación de conocimientos (Deobold B. & Meyer, 2006)<sup>24</sup>. Haciendo uso del método descriptivo se explicó el fenómeno que viven las plataformas en línea de comercio de bienes a raíz de no haberse implementado medidas en materia de impuesto, para obtener un amplio conocimiento de este. Además, por ser una característica del mismo método, se accedió a fuentes de información secundaria existentes para tales efectos. Este método sirve de base para abordar el tema inmediato al objetivo de la investigación. Esto se logra a partir de resaltar las diferencias observadas para llegar a la significatividad del tema en cuestión (Salkind, 1999)<sup>25</sup>. Logrando esto se llega al descubrimiento del objetivo general, pues del cúmulo de investigación se alzarán a la vista, los beneficios contra las desventajas por la falta de regulación de impuestos a las plataformas en línea. El método correlacional es aquel que responde las cuestiones de las relaciones entre las variables o sucesos del fenómeno a investigar.

Este puede proporcionar un índice de relación, este método no determina la relación de causa (Salkind, 1999)<sup>25</sup>. Este método proporciona esclarecimiento entre las variables de los beneficios que reciben las plataformas en línea y la otra variable sobre la afectación de la implementación de impuestos. De este modo, se logrará captar el nivel de conectividad que

poseen ambas para comprender mejor el fenómeno de la implementación de impuestos al comercio electrónico internacional. Este método ayudó a relacionar las ventajas competitivas que poseen las empresas contra las plataformas en línea, independientemente de la implicación que tiene la falta de implementación de impuestos, para después compararse los beneficios económicos, resultados del trabajo de este método aplicado. Método de investigación básica, también llamada investigación pura, es la que no tiene aplicación inmediata después de haberse terminado, el punto final de cada investigación es llegar a una aplicación a corto o largo plazo, aquí la diferencia es que este método no posee la capacidad de ser aplicada posteriormente a la investigación. (Salkind, 1999)<sup>25</sup>.

Este método fue abordado por los límites del avance de la implementación, que es un tema puesto sobre la mesa del gobierno mexicano, para hacerlo oficial y, por tanto, obligatorio, buscando ampliar la visión de ambos lados de la problemática y se registrarán las comparaciones observadas de ambos fenómenos para presentarla de forma ordenada y lograr la comprensión.

## 5.2 Técnicas de investigación

Por la naturaleza de los objetivos de la investigación, se hizo uso de la categoría de las técnicas de investigación bibliográficas, las destinadas a recabar información de fuentes secundarias, de forma específica, la técnica de análisis de documentos (Hugo, 2019)<sup>26</sup>. La técnica que se utilizó fue la técnica de análisis documental tanto como la electrónica (Moreiro, 2002)<sup>27</sup>, por las virtudes del tema en cuestión, pues ayudó a recopilar información centrada en las preguntas de investigación que reforzó el Marco contextual e histórico, para abordar la comparación de las variables. La información obtenida será por fuentes secundarias, tales como consultas bibliográficas, publicaciones de páginas web, publicaciones en portales de carácter mundial, entre otros.

## VI. Resultados (Análisis de Caso)

Mediante la Tabla 1 (Anexo1) se buscó responder a la siguiente pregunta: ¿Qué opinión pública hay respecto a la implementación?, y las preguntas fueron realizadas de tal forma que se pudiera evidenciar la opinión pública, exceptúa a empresarios de negocios físicos y pertenecientes al desempeño del sector público.

Esta tabla fue realizada en forma de entrevista a 10 personas, y desglosando los resultados que atendían al cuestionamiento, se obtuvo que:

Las respuestas obtenidas de la entrevista piloto están influenciadas por la percepción de la economía, comercio y gobernabilidad que cada individuo ha creado conforme el avance del tiempo, tanto en forma y modo de vida que ha llevado en México. La frecuencia de respuestas está a favor de la ausencia de pago de impuestos por parte de empresas de comercio de bienes en línea, ya que estos individuos han comprado en línea o han usado estas plataformas para vender, hay otros que están en contra, y piensan que deberían pagar impuestos al igual que empresas físicas, aunque como resultado tenga que los precios que ofertan puedan verse afectados posteriormente. Por otra parte, destacan los factores principales de la elección de comprar en línea, como el precio, disponibilidad en stock, tiempo de entrega y capacidad del usuario para comprar directamente de la tienda.

Con los resultados de la entrevista piloto, se nota un claro comportamiento inclinado a favor de que las empresas en línea de comercialización de bienes sigan sin pagar impuestos, basándose en la experiencia propia y el margen de beneficios que de esta forma se pueden obtener. Se logró concretar la tendencia de la opinión pública respecto a una implementación de impuestos, considerando si existiría o no, un beneficio para el desarrollo de México, sin dejar a un lado que, la decisión más importante sobre este tema, es la que tome el gobierno en curso para esta modalidad, aguardando que, el mismo tome en consideración los efectos económicos y de competencia de ambos tipos de comercio, ante un escenario de implementación de impuestos y de equilibrio redituable tanto para el sector público y privado.

## VII. Conclusiones y Recomendaciones

### 7.1 Propuesta

Exhortamos a los interesados a revisar y dar seguimiento de esta investigación, con el fin de desarrollar un análisis para el seguimiento y revisión profunda de los avances que hace el Estado en cuanto a la implementación de impuestos, así como sus sanciones para plataformas de comercio de bienes en línea en los diferentes países alrededor del mundo, pero con la concentración de los esfuerzos en México. Finalmente, la propuesta es realizar un análisis de las leyes en México, que aborden los impuestos a plataformas de comercio internacional de bienes en línea, así como las consecuencias que traerá consigo, en el sector público y privado, tomado de la mano, con la recolección de los ingresos y actividades que han realizado las plataformas, enfocada principalmente en los productos y servicios que ofrecen. Lo que se tendrá como resultado de esta investigación deberá considerar los siguientes elementos para su posterior análisis:

#### 7.1.1 Relevancia de los impuestos al comercio electrónico para México

Derivado de la Interpretación de las respuestas a las preguntas de investigación del cuestionario de la entrevista (Tabla 1, Anexo1) enfocada a una muestra de informantes clave no probabilística del estudio de Caso, concretamente en las preguntas, 2 y 7: 2. ¿Cree que si pagaran impuestos beneficiaría a México? El 60% No cree que estos impuestos beneficiarían a México, la mayoría piensa que no existe una justa distribución de los recursos y el otro 40% cree que sí beneficiaría a México, económicamente, pues estos impuestos significarían un aumento de recurso, por lo que México tendría mayor margen para determinar decisiones que deben aportar al mejoramiento de la calidad de vida de los mexicanos. 7. ¿Qué ventajas daría a las empresas el pagar impuestos? El 40% considera que no existirían ventajas importantes para este tipo de empresas (plataformas de comercio en línea) y el 60% opina que las ventajas no las otorga el proceso en sí mismo, sino que, este tendría que ver con las

decisiones del gobierno en curso, y que, además, llevada la implementación, estas empresas causarían mayor confianza en los consumidores pues estarían reconocidas a nivel nacional, como un generador de recursos significativo. Los resultados de estas entrevistas demuestran la opinión de la relevancia de impuestos al comercio electrónico en México, así como el escenario ante la posible implementación, y además se denota la falta de información sobre los beneficios reales para las empresas en línea, abordando sobre los siguientes elementos:

- La recaudación tributaria de México representa un 10-11% del PIB, mientras que los gastos superan el 20%. A las economías latinoamericanas no les gusta cobrar impuestos porque ello representa una pérdida de votos
- Se asignan a bienes y servicios públicos dentro de la misma localidad, es decir, que tanto la carga tributaria como su beneficio recaen en el mismo territorio; esto, en teoría, disminuye la resistencia del contribuyente a este tipo de impuesto, pues los beneficios suelen ser más visibles e inmediatos.
- En México, el 30% de las personas que utilizan Internet están empleadas en el sector informático, el 45% están casadas y el 70% de los internautas son hombres, con una edad media de 35 años.
- Los principales benefactores del comercio electrónico ecuatoriano son las empresas extranjeras. La Cámara de Comercio ecuatoriana informa de que el 95% de los 300 millones de dólares que se facturan anualmente van a parar a cuentas extranjeras, gestionadas por agencias de viajes, aparatos eléctricos, ropa, etc.
- En 1989, México se convirtió en la primera nación hispanoamericana en conectarse a Internet (España le siguió en 1990). El Instituto Politécnico Nacional, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad de las Américas (Puebla), la Universidad de Guadalajara y la Universidad Nacional Autónoma de México fueron las primeras instituciones académicas de México.
- (ISR), en su artículo primero establece que los sujetos obligados al pago de este impuesto son las personas físicas y morales, en los siguientes casos: 1) las residentes en México respecto de todos sus ingresos cualquiera que sea la ubicación de la fuente de riqueza de donde procedan; 2) las residentes en el extranjero que tengan un establecimiento permanente

en el país, respecto de los ingresos atribuibles a dicho establecimiento permanente; y 3) las residentes en el extranjero, respecto de los ingresos procedentes de fuente de riqueza situada en territorio nacional, cuando no tengan un establecimiento permanente, o cuando teniéndolo, dichos ingresos no sean atribuibles a éste. Es decir, la legislación mexicana grava los ingresos sobre la base del principio de residencia y/ o fuente de riqueza.

## 7.2 Conclusiones

La premisa mayor planteada de esta investigación fue: Los preceptos tributarios del comercio electrónico internacional entraron en vigor en México con su estructura nacional, haciendo uso de las recomendaciones de organizaciones mundiales de comercio y además con particularidades del gobierno mexicano para un comercio justo.

Y es entonces que se concluye que se ha cumplido: La investigación demuestra que, México logró dictaminar el entorno para que el comercio electrónico internacional se pudiera desarrollar de forma justa para recaudar sus respectivos impuestos derivadas de actividades por las que las plataformas cobran dinero, como ya se explicó con el ISR y el IVA, y además se describieron como servicios de empresas extranjeras, se detallaron las formas que los medios podían ofrecer, así como tecnológicas o digitales, con mayor notoriedad está la sanción de desconexión por no cumplir con las obligaciones fiscales.

La investigación muestra: • El ingreso económico de las plataformas en línea y el comercio físico • El crecimiento económico del comercio por plataformas y servicios • El crecimiento de las plataformas en línea de comercio de bienes en México.

Hubo respuesta a las preguntas de investigación pues se comprendieron los conceptos de impuesto y su función en el comercio electrónico internacional, también en las iniciativas fiscales ya en vigor en México y no solo las aborda sino que previene acciones para plataformas que se nieguen a cumplir con sus obligaciones fiscales pues si estas mismas no

cumplen estarían perdiendo mucho campo comercial y competitividad cuyo resultado es económico y desaprovechar esta oportunidad de llegar a la mayor cantidad de compradores disponibles en el mundo y en México principalmente.

### 7.3 Recomendaciones

Atendiendo a las propuestas de investigación se derivan las siguientes recomendaciones para una futura investigación que dé seguimiento al presente trabajo de tesis: La propuesta radica en analizar las iniciativas de ley del gobierno de México, que atiendan a la implementación de impuestos al comercio electrónico internacional, así, como la postura y evolución de empresas plataformas de comercio de bienes en línea, a medida de la misma implementación, como bien las repercusiones que trae consigo a los consumidores habituales. Para el análisis contextual se recomienda: Análisis comparativo de los proyectos de ley provisionales ya aplicados en países de América del Sur, para ampliar el panorama de las consecuencias de la implementación.

Para el análisis Teórico se recomienda: Ampliar las referencias que permitan promover con bases jurídicas la implementación provisional o definitiva de la misma.

## VIII. Referencias (Bibliografía)

<sup>1</sup>Guerrero, L. C. (14 de marzo de 1995). *El impuesto: un enfoque integrador*. Cuadernos de Estudios Empresariales, 5, 69-96. [Publicado por Portal de Producción Científica]  
<https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/61989c5449d6133331f4d621>

<sup>2</sup>Trinidad García Leyva M<sup>a</sup>. (2019). *Plataformas en línea y diversidad audiovisual: desafíos para el mercado español*. [Publicado por Universidad Carlos III de Madrid]  
<https://e-archivo.uc3m.es/entities/publication/a15f2e2c-c019-4f07-8066-95d68811e76c>

- <sup>3</sup>Álvarez Moreno, María Teresa. (2021), *La contratación electrónica mediante plataformas en línea*, [Publicado por Editorial REUS] <https://www.editorialreus.es/libros/la-contratacion-electronica-mediante-plataformas-en-linea/9788429024913/>
- <sup>4</sup>Servicio de Administración Tributaria. (22 de enero de 2020). *Conceptos tributarios*. [Publicación del sitio oficial] <https://www.sat.gob.mx/consulta/61977/conceptos-tributarios>
- <sup>5</sup>BBVA México, (07 de diciembre de 2023). *Qué son los tributos y tipos: impuestos, contribuciones y tasas*. [Publicación del sitio oficial]: <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/los-distintos-tipos-de-tributos-impuestos-contribuciones-y-tasas/>
- <sup>6</sup>Vega, M. (5 de abril de 2017). *Plataformas Comerciales de Comercio Electrónico*. [Presentaciones Prezi] <https://prezi.com/arz2yl2nozvr/plataformas-comerciales-de-comercio-electronico/>
- <sup>7</sup>Cerrillo, R. Á. (2012). *La fiscalidad del comercio electrónico*. [Publicado por ProQuest] <https://www.proquest.com/docview/1115010609>
- <sup>8</sup>Armas María Elena. (2006). *La tributación y el comercio electrónico*: [Telos; Revista Científica Arbitrada] Vol. 8 núm. 3 <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318788011.pdf>
- <sup>9</sup>Uckmar, V., Altamirano, A., & Taveira Torres, H. (2008). *Impuestos sobre el comercio internacional*. 2ª edición. Marcial Pons. <https://www.marcialpons.es/media/pdf/100833880.pdf>
- <sup>10</sup>Rastelleti, A. (16 de agosto de 2017). *La economía colaborativa y los retos para la política y administración tributaria*. [Publicado por el Centro Interamericano de Administraciones Tributarias] <https://www.ciat.org/la-economia-colaborativa-y-los-retos-para-la-politica-y-administracion-tributaria/>
- <sup>11</sup>Lobbe, G. C. (25 de agosto de 2019). *Economía digital, reglas de OCDE vs Impuestos Locales*. [Publicado por *El Cronista*] <https://www.cronista.com/fiscal/Economia-digital-reglas-de-OCDE-vs-Impuestos-Locales-20190825-0014.html>
- <sup>12</sup>Huesca, L., & Serrano, A. (2005). *El impacto fiscal redistributivo desagregado del Impuesto al Valor Agregado en México: vías de reforma*. *Hemeroteca*,64(253), 89-122. <https://www.redalyc.org/pdf/601/60125303.pdf>

<sup>13</sup>Méndez Reyes, Jesús, (2004) "*Federalismo fiscal y Convención Nacional Hacendaria*" en Economía Informa.

<http://economia.unam.mx/publicaciones/reseconinforma/pdfs/323/06Jesus%20Mendez.pdf>

Anexos

<sup>14</sup>Bahl, Roy y Jorge Martínez Vázquez, (2007) "*The Property Tax in Developing Countries: Current Practice and Prospects*". [Lincoln Institute of Land Policy]

<https://www.lincolninst.edu/publications/working-papers/property-tax-developing-countries/>

<sup>15</sup>Shoup Carl, (1988), *The Value Added Tax and Developing Countries*. [The World Bank]

<https://documents1.worldbank.org/curated/zh/311821468740700835/pdf/multi-page.pdf>

<sup>16</sup>Ramírez Cedillo, Eduardo. (2007), *Crítica a la estructura tributaria actual en México Contaduría y Administración*. [Hemeroteca SciELO]

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422007000300007&script=sci\\_abstract](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422007000300007&script=sci_abstract)

<sup>17</sup>Ramírez Cedillo, Eduardo. (2011), *Federalismo y finanzas públicas; una discusión acotada para México* Economía-UNAM

<http://revistaeconomia.unam.mx/index.php/ecu/article/view/143/142>

<sup>18</sup>Auerbach Alan, Devereaux Michael P., Helen Simpson (2008), *Taxing Corporate Income*, [NBER Working Paper]

[https://www.nber.org/system/files/working\\_papers/w14494/w14494.pdf](https://www.nber.org/system/files/working_papers/w14494/w14494.pdf)

<sup>19</sup>SCT, 2020. *¿Cuántos usuarios de internet somos en México?*,

<https://www.gob.mx/sct/articulos/cuantos-usuarios-de-internet-somos-en-mexico>

<sup>20</sup>Gariboldi, Gerardo. (1999) *Comercio Electrónico: Conceptos y reflexiones básicas*.

[INTAL] <https://webimages.iadb.org/publications/spanish/document/Comercio-electr%C3%B3nico-Conceptos-y-reflexiones-b%C3%A1sicas.pdf>

<sup>21</sup>Albán Zambonino, Marco Vinicio (2003) *Problemas del derecho tributario frente al comercio electrónico*. Universidad Andina Simón Bolívar;

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/241/1/SM44-Alb%C3%A1n-Problemas%20del%20derecho%20tributario%20frente%20al%20comercio%20electr%C3%B3nico.pdf>

<sup>22</sup>Malca Guaylupo Óscar Enrique. (2001). Comercio electrónico. Universidad del Pacífico. <http://hdl.handle.net/11354/76Malca>

<sup>23</sup>Gariboldi, Gerardo. (1999) *Comercio Electrónico: Conceptos y reflexiones básicas*. [INTAL] <https://webimages.iadb.org/publications/spanish/document/Comercio-electr%C3%B3nico-Conceptos-y-reflexiones-b%C3%A1sicas.pdf>

<sup>24</sup>Deobold B, V., & Meyer, W. (12 de septiembre de 2006). *La investigación descriptiva*. [SCRIBD] <https://es.scribd.com/document/289168735/La-Investigacion-Descriptiva>

<sup>25</sup>Salkind, N. J. (1999). *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall.

<sup>26</sup>Abril Víctor Hugo. (febrero de 2019). *Técnicas e instrumentos de investigación*. [Publicación de red social Academia EDU] [https://www.academia.edu/6964411/T%C3%A9cnicas\\_e\\_Instrumentos\\_de\\_Investigaci%C3%B3n\\_Abril\\_Ph\\_D](https://www.academia.edu/6964411/T%C3%A9cnicas_e_Instrumentos_de_Investigaci%C3%B3n_Abril_Ph_D)

<sup>27</sup>Moreiro, J. A. (enero de 2002). *Criterios e indicadores para evaluar la calidad del análisis documental de contenido*. [Publicación de la hemeroteca virtual SciELO]. [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652002000100006&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652002000100006&script=sci_arttext)

## IX. Anexos

Tabla 1: Pregunta para responder de manera presencial: ¿Qué opinión pública hay respecto a la implementación?

Método de Investigación: Entrevista cualitativa

Técnica de investigación: Entrevista

Preceptos tributarios en actividades lucrativas de las Plataformas de Comercio electrónico de bienes en México.
---

Objetivo del cuestionario: Conocer la opinión pública acerca de la evasión de impuestos de plataformas de compra y venta de productos en línea.	
Agradezco su participación en este cuestionario, su opinión será tratada con respeto y confidencialidad.	
Indicaciones: Conteste con honestidad en el recuadro siguiente a la pregunta.	
<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
1. ¿Está a favor o en contra de la ausencia de pago de impuestos de este tipo de empresas?	
2. ¿Cree que si pagaran impuestos beneficiaría a México?	
3. ¿Ha comprado/vendido en línea? ¿Cuál ha sido su experiencia?	
4. ¿Qué impacto al consumidor cree que tendrá la aplicación de impuestos?	
5. ¿Ha comparado precios de una tienda en línea contra los de una tienda física?	
6. ¿Qué criterios cree que usa una persona para preferir comprar en línea?	
7. ¿Qué ventajas daría a las empresas el pagar impuestos?	

*Elaboración propia*

Derivado de la Interpretación de las respuestas a las preguntas de investigación del cuestionario de la entrevista enfocada a una muestra a informantes clave no probabilística del estudio de Caso, concretamente en las preguntas, 2 y 7:

2. ¿Cree que si pagaran impuestos beneficiaría a México? El 60% No cree que estos impuestos beneficiarían a México, la mayoría piensa que no existe una justa distribución de

los recursos y el otro 40% cree que sí beneficiaría a México, económicamente, pues estos impuestos significarían un aumento de recurso, por lo que México tendría mayor margen para determinar decisiones que deben aportar al mejoramiento de la calidad de vida de los mexicanos.

7. ¿Qué ventajas daría a las empresas el pagar impuestos? El 40% considera que no existirían ventajas importantes para este tipo de empresas (plataformas de comercio en línea) y el 60% opina que las ventajas no las otorga el proceso en sí mismo, sino que, este tendría que ver con las decisiones del gobierno en curso, y que, además, llevada la implementación, estas empresas causarían mayor confianza en los consumidores pues estarían reconocidas a nivel nacional, como un generador de recursos significativo.