



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**“EL IMPACTO ACTUAL Y A FUTURO DEL SISTEMA REGULATORIO DEL  
GOBIERNO MEXICANO ANTE LA  
COMPRA-VENTA DE PRODUCTOS A TRAVÉS DEL COMERCIO  
ELECTRONICO”**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:**

**LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**P R E S E N T A**

**EDGAR POBLANO CHIMAL**

**ASESORA**

**DRA. ERIKA LETICIA GONZÁLEZ RABADÁN**

**Ciudad Universitaria, Cd. Mx., noviembre, 2019.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **Agradecimientos**

*“A largo plazo todos  
estaremos muertos”*

*-John M. Keynes*

Son muchas las personas que han contribuido al desarrollo y conclusión del presente trabajo. Primero quiero agradecer a la Dra. Erika Leticia González Rabadán, asesora de esta tesis y maestra a lo largo de la carrera, apoyándome de manera personal e institucional para concluir este largo proceso.

Agradezco a la Universidad Nacional Autónoma de México y a la Facultad de Economía, donde me he formado profesionalmente y recibido un sinfín de apoyo de cualquier tipo. A los sinodales por darme la oportunidad y el tiempo necesario que me han dedicado para leer este trabajo.

A mis padres, Edgar y Victoria, mi hermano, Alexis y a Margarita, mi novia, los cuales me han apoyado, motivado, dándome lo necesario para seguir adelante como su sabiduría, amor, paciencia, consejos, su tiempo y su honestidad. Gracias a todos ustedes por confiar en mí y darme la oportunidad de seguir adelante en la vida.

Por último, también quiero agradecer a mis amigos de las diferentes etapas de mi vida tanto personal como académica, por pasar a mi lado momentos importantes y siempre apoyarme ante cualquier situación.

Gracias a todos.

## Índice

<b>Capítulo I. Protocolo</b> .....	<b>1</b>
1.1 Planteamiento del problema .....	2
1.2 Objetivo General .....	4
1.3 Objetivos Particulares .....	4
1.4 Hipótesis general .....	4
1.5 Preguntas de investigación .....	4
1.6 Enfoque.....	5
1.7 Conveniencia .....	5
1.8 Relevancia social .....	6
1.9 Contexto histórico .....	6
1.10 Marco teórico .....	10
1.11 ¿Puede llevarse a cabo esta investigación? .....	13
<b>Capítulo II. Antecedentes</b> .....	<b>14</b>
2.1 Después del México independiente .....	15
2.2 Cambio constitucional .....	23
2.2.1 Su impacto en el comercio exterior.....	25
2.3 El Porfiriato .....	31
2.3.1 El comercio exterior .....	32
2.4 Comercio exterior durante y después de la Revolución Mexicana.....	35
<b>Capítulo III. Comercio electrónico</b> .....	<b>40</b>
3.1 Introducción al comercio electrónico .....	41
3.1.1 Tipos de comercio electrónico .....	41
3.1.2 Características del comercio tipo B2C .....	45
3.2 Seguridad y métodos de pago .....	46

3.2.1 Seguridad .....	47
3.2.1.1 PCI DSS .....	48
3.2.1.2 Secure Sockets Layer.....	49
3.2.1.3 Asociaciones mexicano de comercio en línea .....	50
3.2.2 Formas de pago.....	51
3.3 Creciente demanda del comercio electrónico .....	56
3.3.1 Población .....	57
3.3.1.1 Población ocupada y desocupada .....	59
3.3.1.2 Población ocupada segmentada por ingresos.....	61
3.3.1.3 Población segmentada por edades .....	63
3.3.1.4 Población por nivel socioeconómico.....	65
3.3.2 Internet.....	67
3.3.2.1 Acceso a internet.....	67
3.3.2.2 Actividades en internet .....	69
3.3.2.3 Transacciones electrónicas .....	72
3.3.2.4 Compras por internet según su origen.....	74
3.3.2.5 Obstáculos al realizar compras por internet .....	76
3.3.3 Inclusión financiera .....	78
3.3.3.1 Desarrollo financiero de la banca múltiple .....	78
3.3.3.2 Conductos para la inclusión financiera .....	81
3.3.3.3 Tarjetas bancarias .....	84
3.3.3.4 Conocimiento financiero .....	88
<b>Capítulo IV. Intervención gubernamental.....</b>	<b>90</b>
4.1 Regulación del comercio electrónico.....	91
4.1.1 Principales funciones .....	92

4.1.2 Relaciones internacionales .....	96
4.1.2.1 TLCAN y T-MEC.....	96
4.1.2.2 CPTPP.....	99
4.1.2.3 La relación comercial México - China.....	102
4.2 Las aduanas .....	103
4.2.1 Impuestos .....	105
4.3 Impacto económico .....	108
4.3.1 Balanza comercial.....	116
4.4 El caso Correos de México .....	126
<b>Conclusiones.....</b>	<b>133</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>149</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>157</b>

**Capítulo I.  
Protocolo**

## **1.1 Planteamiento del problema**

A finales del siglo pasado y a principios del actual la globalización ha ido creciendo a pasos agigantados, esto se debe en gran medida por los cambios tecnológicos que se han dado, este no es el único factor, pero si uno de los más importantes y de los más relevantes, ya que dentro del ámbito económico tuvo un impacto muy fuerte cambiando patrones ya antes dados.

Al modificarse o crearse nuevas formas de relaciones económicas, la población de todo el mundo tuvo la necesidad de adaptarse a este nuevo orden más unido y comunicado desde cualquier otro tiempo. Este cambio conlleva a una nueva relación más estrecha y compleja entre los gobiernos y principalmente con las empresas transnacionales, ya que ahora este tipo de empresas pueden alcanzar nuevos mercados los cuales antes no era posible, siendo su principal medio el internet.

Con la ayuda de este método de comunicación los consumidores como los productores ahora pueden tener una relación más directa y sin tener a un intermediario de por medio, es en este punto donde se nos presenta ampliamente el problema de esta investigación, saber con total exactitud el papel principal que tiene el gobierno, en nuestro caso el mexicano, ante esta nueva forma de intercambio entre los dos agentes principales para que exista un intercambio.

Esta intersección que hace el gobierno ante el intercambio entre el consumidor local y el productor del exterior debe de ser de suma importancia según transcurre los años, ya que cada vez aumenta la población con acceso a internet por lo que se estima que esto siga creciendo a grandes cifras, entonces si ahora tenemos cada vez más población con acceso a este medio, de igual forma se verá aumentada las compras por internet impactando la economía, por lo que debe de existir un medio regulatorio entre estos dos. Como de cierta manera es una nueva forma de comprar, se deben de poner ciertas restricciones sin tener que perjudicar tanto al consumidor como al que lo produce.

Entonces ante este nuevo escenario de cambio se debe de tomar la mejor decisión para poder aumentar la economía del país, ya que si no se analiza y se toman las



decisiones de una forma eficiente se pueden tener pérdidas importantes dentro de las cuentas nacionales con un déficit grande dentro de la balanza comercial.

Aunado a esta problemática nos surgen otros problemas con un fuerte impacto económico como es el caso de los productores nacionales y de los intermediarios dentro del país, viéndose estos dos afectados de manera directa con un grave riesgo de poder desaparecer en el largo plazo.

En el primer caso de los productores nacionales, se están viendo afectados y se verán aún más afectados por las ventas en internet, ya que las grandes empresas que venden por este medio se asocian con productores internacionales que venden a precios más bajos teniendo ahora un alcance global, pero en México casi no sucede esto, la mayoría de nuestros productores se están rezagando y este factor es uno de los más importantes.

Si tomamos el papel del consumidor nacional este siempre va a querer comprar al precio más bajo y si le sumamos que este tiene acceso directo a internet, va a dejar de consumir productos que se producen en nuestro país por lo que los sustituirá por productos importados que son de un precio demasiado bajo lo cual ellos piensan que más les conviene, si esto no se regula de una forma adecuada nuestros productores se verán afectados cada vez más, llegando en casos extremos a la quiebra, haciendo que disminuya las exportaciones y aumente fuertemente las importaciones, creciendo de manera constante un déficit comercial grave en el largo plazo.

Ahora si pasamos al segundo caso tenemos a los intermediarios, estos agentes de igual manera se ven afectados de forma directa ya que se podría decir que el intermediario paso a ser el internet, aparte de esto disminuye el costo del producto ya que si no existe un intermediario que cobre una comisión el costo del producto no absorberá este gasto, por lo que es aún más atractivo para el consumidor, entonces el problema de aquí es si es o no necesario un intermediario en las compras y como debe de actuar el gobierno mexicano.

## **1.2 Objetivo General**

Investigar el impacto actual y a futuro del sistema regulatorio del gobierno mexicano ante la compra - venta del comercio electrónico.

## **1.3 Objetivos Particulares**

Analizar y detallar los factores determinantes para que los consumidores le hayan dado conforme pasa el tiempo cada vez más preferencia a los productos provenientes del extranjero.

Conocer las principales formas de pago que tienen las grandes empresas que exportan de forma masiva sus productos a México a través del internet.

Evaluar las medidas que ha tomado el gobierno mexicano para tratar de regular la entrada fuerte de importaciones que se adquieren a través del internet.

Determinar soluciones factibles a la regulación de bienes importados a gran escala para los próximos cinco años.

## **1.4 Hipótesis general**

Los elementos teóricos, metodológicos y de regulación históricos deben de ser tomados en cuenta para realizar la investigación sobre el impacto actual y a futuro del sistema regulatorio del gobierno mexicano ante la compra-venta del comercio electrónico, ya que sin estos sería imposible emitir una buena recomendación para la regulación.

## **1.5 Preguntas de investigación**

¿Cuáles son y serán en el largo plazo los determinantes para que los consumidores les hayan dado cada vez más preferencia a los productos provenientes del extranjero?

¿Las empresas transnacionales que se dedican a la venta por internet tienen una gran diversidad de formas de pago a través del internet principalmente por su carácter transnacional qué tienen?

¿Las medidas que ha tomado el gobierno mexicano para tratar de regular la entrada fuerte de importaciones que se adquieren a través del internet ha sido la más adecuada desde que empezó hasta la actualidad?

¿Cuáles podrían ser las soluciones con mayor viabilidad a la hora de regular bienes importados a gran escala por compras hechas de manera individual a través del comercio electrónico en los próximos cinco años?

¿México ha desalentado a los consumidores a comprar artículos del extranjero por los altos impuestos que ha asignado, decidiendo estos mismos consumidores comprar dentro del país?

### **1.6 Enfoque**

Para esta investigación se utilizara el enfoque tanto cuantitativo como cualitativo, en primera instancia el enfoque cuantitativo se utilizara para poder comprobar, analizar y de forma sucesiva predecir cómo es que serán las expectativas a futuro para la economía nacional, causado por factores que alteran la forma de distribución de producción a nivel mundial, después con el enfoque cualitativo será utilizado ya que partiendo de un análisis de datos dados se podrá llegar a poder describir o explicar que es lo que está aconteciendo en el ámbito económico con el uso de nuevas y más modernas tecnologías a la hora de realizar las transacciones que impactan a nuestro país.

### **1.7 Conveniencia**

Con el análisis de esta investigación sobre el comportamiento económico actual y como se prevé que se desenvuelva en un futuro, se darán diferentes posturas para hacer una buena regulación por parte de las autoridades mexicanas, esto debido al

incremento cada vez más acelerado factores que son determinantes esenciales para la compra de bienes por internet, como el caso de la población, aumento del rango de los medios de comunicación, entre otros. Con esto se tratará de que la economía del país no sufra las consecuencias por un mundo cada vez más globalizado, que no se vea afectada en sus finanzas públicas, sino que se pueda sanar estas finanzas, poder tener una recuperación estable y un buen crecimiento económico.

### **1.8 Relevancia social**

Con la información compilada en este trabajo y las posturas que se lograran crear, son de suma importancia para la sociedad mexicana, ya que al tener nuevas formas a la hora de aplicar la regulación, los consumidores nacionales ya no tendrán la visión negativa sobre comprar cosas en el extranjero, como bien se sabe la actual regulación no alienta este tipo de compras, es atractiva para los compradores pero esto disminuye cada vez más al entrar al país y aplicarse la regulación de los bienes del exterior. Entonces esta investigación dará alternativas a los filtros actuales que entorpecen la compra de bienes importados a través del internet.

Tendrá un gran impacto específico en la población entre 19 y 32 años de edad, esto se debe a que esta población ha tenido el hábito del cambio desde su nacimiento, esto quiere decir que están acostumbrados al cambio constante de los medios de comunicación, el cambio tecnológico, las transacciones internacionales, etc., por lo que en mayor medida esta población será la que mayor compre o realice transacciones económicas a través del comercio electrónico, siendo estos mismos los que deberían de tener mayor importancia sobre la intervención por parte del gobierno mexicano y cómo es que se ven beneficiados o perjudicados por la imposición de impuestos.

### **1.9 Contexto histórico**

Para entender con mayor claridad la presente investigación debemos de conocer el contexto global histórico, desde la visión política, económica, social, cultural,

etcétera. Nos remontaremos a partir de la segunda mitad del siglo XX donde principalmente existieron varios fenómenos imprescindibles para el desarrollo del comercio electrónico.

Uno de ellos es la conocida “Guerra fría” o también llamado como “Sistema Bipolar”, en donde el mundo entero se vio dividido en bloques del este o del oeste a través de las grandes potencias que en ese momento era Estados Unidos y la Unión Soviética, se quiere decir que las grandes potencias tenían desacuerdos entre ideologías dadas después del fin de la segunda guerra mundial, teniendo raíz en la nueva estructuración del sistema internacional.

Este acontecimiento provoco cambios en el resto del mundo, como por ejemplo el caso de Europa en donde se estaba dando el desarrollo del estado-nación quedo parado por la división de los bloques, pero uno de los acontecimientos más representativos de este tiempo fue la creación de un muro en Alemania por las dos potencias mundiales, también se conoce como muro de Berlín, el cual separó la ciudad durando entre aproximadamente 28 años.

Fue hasta finales de los ochenta y principios de los noventa que dio fin esta guerra por las revoluciones que se habían dado en años posteriores, teniendo como efecto el derrumbe que se había creado en la Unión Soviética, perdiendo sus zonas que había mantenido después de 1945.

Pero lo que fue un parte aguas en esta situación fue la caída del muro de Berlín en noviembre de 1989, como efecto por el libre acceso en las fronteras de Austria y Hungría unos meses atrás los alemanes hicieron presión con tal de poder obtener el libre acceso. Este acontecimiento marco el fin de una estructura social, ahora estando enfocada a la libertad, con esto quiero decir que los habitantes de diferentes países ya tenían una mayor posibilidad de viajar a diferentes países disminuyendo las restricciones entre las naciones, esto provocó que cambiara paulatinamente el panorama económico que se había usado con anterioridad, pero antes de explicar en mayor medida esta forma, debemos primero conocer otro fenómeno fundamental

que se dio paralelamente y relacionado con la guerra fría, el cual es el cambio tecnológico mundial.

La tecnología juega un papel fundamental dentro de esta investigación de primera instancia podemos definirlo como “cambio tecnológico”, su definición es muy variada dependiendo de cada autor, pero una de las más precisas a mi punto de vista es la de Yéndez, ella nos menciona que el “cambio tecnológico es el conjunto de actividades científicas, tecnológicas, financieras y comerciales que permiten introducir nuevos productos...servicios...procesos productivos...” (Yéndez, 2000).

Se dijo anteriormente que iba al margen de la guerra fría, esto se debe a que las potencias se estaban enfocando en la competición de diferentes áreas que involucran a la tecnología, por lo que había una lucha de quien podía lograr más que el otro, impulsado así varias industrias a gran pasó.

En 1951 empezó la comercialización de la primer computadora en Estados Unidos llamada “Universal Automatic Computes I” (UNIVAC I) la primera utilizándose para realizar censos, con la apertura de las computadoras se dio pie a cada vez más invenciones de categoría electrónica que servirían hasta dentro del ámbito económico, seis años más tarde en ese entonces la URSS realizo el primer lanzamiento del primer satélite artificial circulando alrededor de nuestro planeta, llamado “Sputnik I”, este sirvió para realizar transmisiones de comunicación pero principalmente para obtener información de la ionosfera de la tierra, siendo esta la primera para que posteriormente se pudiera dar el cambio de los medios de comunicación hasta los actuales.

Por ultimo otro ejemplo que se debe de destacar es la invención del celular para la población en general, como se sabe este ya tenía antecesores como la radio, entre otros, pero el celular creado en 1973 hizo un drástico cambio para toda la humanidad, ya que ahora las personas se podían comunicar de un lugar a otro, el problema al principio fue el costo elevado que este tenía, aunque estaba pensado para que cualquier persona lo pudiera ocupar no lo podía por ser demasiado caro, conforme pasaron los años esto fue cambiando, aplicando nuevas tecnologías que

hicieron reducir el costo de este producto, que hasta la actualidad se utiliza más que para realizar llamadas telefónicas como un principio, ahora se tienen una gran variedad de funciones que las llamadas ya no son tan importantes como antes se tenía.

En la actualidad se utiliza tanto la computadora como el celular para realizar compras a través del comercio electrónico quedando implícitamente que también se utilizan para realizar transacciones, en cualquier momento y de una manera espontánea se hacen estas compras y transacciones que una persona puede realizar en cualquier lugar del globo terráqueo, ahora sabiendo lo anterior podemos hablar sobre lo que conocemos como globalización.

De primera instancia debemos definir el concepto de globalización, según el director del Fondo Monetario Internacional “la globalización representa una decisión política a favor de la integración económica internacional... provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, al tiempo del acelerado cambio tecnológico”<sup>1</sup>.

Dada la definición anterior podemos decir que estamos englobando todo lo que se mencionó con anterioridad sobre el fin de la guerra fría y el cambio tecnológico, dándonos como resultado una integración internacional de escala mundial, no solo del ámbito económico, sino también entre las políticas, ideologías, etc.

Otro autor que se me hace importante consultar es Ulrich Beck, nos habla que la globalización significa politización, nos dice esto “porque la puesta en escena de la globalización permite a los empresarios, y sus asociados, reconquistar y volver a disponer del poder negociador política y socialmente domesticada del capitalismo democráticamente organizado” (Ulrich, 2002).

---

<sup>1</sup> Fondo Monetario Internacional. (2002). Working for a better globalization.

Si retomamos ahora nuestro tema de investigación se puede percatar que se encuentra relacionada de manera directa que el desarrollo de la globalización, ya que este concepto fue el que hizo que México se abriera a diferentes países de manera económica, porque las grandes empresas transnacionales son las principales encargadas de dar un rumbo al crecimiento económico de cualquier país, pero al igual que la mayoría de transacciones se debe de tener una regulación, por eso nuestra nación debe enfocarse en poder desarrollar mejor todos estos temas para que los pueda aprovechar como una fuente de crecimiento y no como una salida de capital hacia el extranjero.

### **1.10 Marco teórico**

Para la elaboración de la presente investigación se tomará todo lo referido dentro del comercio como del comercio electrónico en México hasta finales del 2018, ya que a partir de esta fecha es cuando se solidifica el contexto económico global, como la Presidencia Donald Trump, cambiando por completo el esquema del comercio internacional en Estados Unidos, teniendo consecuencias en diferentes países y uno de ellos ha sido México.

Es importante delimitar que solo se hablara hasta finales del 2018, esto se debe por la llegada de Trump como presidente en enero del 2017 año, ya que cuando se encontraba en campaña electoral proponía una renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), entonces al ya tomar el papel como presidente empezó a existir mucha incertidumbre dentro de diferentes mercados mexicanos y moviendo constantemente el tipo de cambio entre el peso y el dólar, es en este punto cuando se ve afectado el comercio electrónico mexicano principalmente por especulaciones ya que se hablara sobre el primer año en donde se plantea la renegociación y se inicia la misma sin tener algo claro hasta diciembre del 2017.

Además de tomar en consideración las medidas de política económica que se ha llevado con Trump y las anteriores administraciones, también nos referiremos a las grandes empresas internacionales que distribuyen su producto a través del internet,



esto se debe a que la mayoría del comercio electrónico que se da en el territorio mexicano son en su mayoría importaciones tanto de países asiáticos como de Estados Unidos con una amplia gama de productos que se pueden encontrar en diferentes portales, esto se logra ver dentro de la balanza comercial de México, por eso mismo se debe saber el comportamiento que ha tenido las grandes empresas transnacionales, cambiando el rumbo de la economía mexicana como ellos decidan si les conviene o no exportar una mayor diversidad de productos.

Como ya tenemos dos factores fundamentales, el gobierno estadounidense y las grandes empresas transnacionales, otro factor clave es por el lado contrario, el gobierno mexicano, se habla de él porque en mayor medida se ve obligado a tomar las decisiones adecuadas principalmente por la toma de decisiones de los primeros dos factores, aunque existen otros más, los que alcanzar un impacto significativo son los mencionados.

Como tenemos diferentes situaciones económicas, se debe de tomar las más adecuadas para tener un crecimiento económico mayor, es por esta razón que el gobierno mexicano entra en juego ya sea restringiendo o abriendo el paso a diferentes productos que vienen del exterior, un ejemplo simple es la aplicación de aranceles a un producto específico para incentivar el consumo local del mismo, todo esto se verá analizado con una relación de lo anterior mencionado.

El último factor a rescatar es la inversión extranjera directa, tiene un papel importante en cualquier economía y va de la mano con las empresas transnacionales por diferentes razones, tal como nos lo menciona Calderón en su texto que "...la inversión extranjera directa ha crecido en forma acelerada, aumentando con ello el peso de la producción internacional en la economía mundial. Así es como la IED pasó de representar el 2 al 14 por ciento de la formación bruta de capital fijo global entre 1982 y 1999 y el valor agregado por las empresas transnacionales se expandió del 5 al 10 por ciento del producto mundial. Además, las ventas de las filiales de las empresas transnacionales crecieron mucho más rápido que las exportaciones globales. A mediados de los años noventa se estimaba que dos terceras partes del comercio mundial de bienes y servicios no factoriales

provenían, de alguna manera, de la estructura internacional de producción de las empresas transnacionales” (Calderón Salazar, 20 años del TLCAN: Su impacto en la balanza de pagos, agricultura y vulnerabilidad externa de la economía mexicana, 2014).

Como nos mencionó Calderón la inversión extranjera directa y las transnacionales tienen una relación directa impactando a cualquier país, ya que si aumentan su participación dentro del producto mundial en el país donde están produciendo tiene un cierto aumento en la formación bruta de capital del mismo, por lo que para esta investigación será fundamental relacionarlo con el comercio electrónico en México.

Por lo tanto con este trabajo se tratara de comprender como es que ha ido cambiando la forma de la distribución de los productos a través de los mercados internacionales y a la misma vez su relación con la innovación tecnológica, ya que si se entiende mejor como se está definiendo el actual mercado internacional el gobierno mexicano podrá entender y estructurar las leyes debidas para no desincentivar tanto el consumo nacional como las ventas de las transnacionales para que no dejen de invertir en esta nación.

Al ser una investigación que abarca campos grandes y complejos de la economía, como las empresas privadas y el papel del gobierno en el ámbito económico, se extraerá información de diferentes fuentes especializadas que se encargan de analizar los campos explicados, siendo esta bibliografía principalmente de carácter local para el caso del análisis del gobierno mexicano y de carácter internacional para comprender a las empresas transnacionales, incluyendo material cuantitativo para comprender con mayor amplitud y de esta manera obtener tanto resultados como soluciones para el crecimiento económico mexicano dentro del comercio electrónico que va en constante aumento.

Explicado lo anterior podemos explicar el tema de la regulación a través de diferentes visiones, primero tenemos la de los consumidores con sus determinadas preferencias a reducir sus costos, una segunda visión es sobre las empresas transnacionales que ven al mercado mexicano como una fuente grande de ingresos

por el tamaño de su población, y por último y la más extensa es la visión que tiene el estado mexicano para los productos importados ya que no desea que los habitantes disminuyan el nivel de consumo sino todo lo contrario deseando subirlo, pero las importaciones son un problema ya que sale dinero de la nación, por lo que debe de regular adecuadamente y siempre con el objetivo de poder tener un crecimiento económico cada vez más alto.

### **1.11 ¿Puede llevarse a cabo esta investigación?**

Se puede llevar a cabo esta investigación, gracias a lo ya mencionado en el marco teórico se utilizarán varias fuentes cuantitativas como cualitativas ya sea con el uso de estadísticos, graficas, libros, noticias, entre otros. Como se tiene una gran variedad de información fragmentada en diferentes formas, al ser juntada, analizada y explicada se podrá llevar a cabo este trabajo.

**Capítulo II.  
Antecedentes**

## **2.1 Después del México independiente**

En este capítulo se analizará cómo ha sido el comportamiento de la economía mexicana después de su independencia, se puede analizar tiempo atrás su comportamiento, pero no se tiene información necesaria antes de 1820. Por esta razón se analizará después del México independiente hasta 1970 cuando el país se abre al comercio internacional con la implementación de varios tratados.

Para el año de 1820 se habían suprimido las reglas del comercio exterior de la anterior Nueva España, no se tienen datos tan precisos para el comercio internacional del país durante este año, pero se puede hablar al respecto de sus puertos, ya que a finales de este mismo existió una apertura de puertos mexicanos únicamente los que se encontraban en el estado de Veracruz. A pesar de que España impuso varios decretos por la reciente independización, el gobierno mexicano años más tarde decidió sancionar a las Cortes españolas por estos, de esta manera se logró que pudieran entrar embarcaciones y mercancías de diferentes partes del mundo, como una introducción a lo que ahora conocemos como comercio internacional.

Como estos eran tiempos después de la guerra, España estableció tres años después una restricción de sus embarcaciones y productos hacia México, aplicando una política proteccionista solo con el estado mexicano, este periodo duro aproximadamente 13 años, ya que para 1836 hubo un tratado de paz entre estas dos naciones que permitió el libre comercio entre las mismas.

Como en 1821 empezó a desenvolverse el comercio de México con diferentes naciones, excluyendo el caso de España, se tuvo que establecer reglas específicas para los productos importados, un ejemplo son los bienes consumibles y los bienes manufacturados, ya que el objetivo que se tenía en ese tiempo era de fomentar y hacer progresar a toda industria nacional que impactara positivamente en el crecimiento económico mexicano.

Como era un país recién independizado los productos que deseaba comercializar no eran tan competitivos como los de varias naciones extranjeras, de esta manera

para que los productores nacionales fueran competitivos se empezaron a gravar varias mercancías a través de los impuestos.

Primeramente, ante una nueva estructura económica el gobierno mexicano decidió no importar bienes alimenticios y manufactureros que al igual se encontraban en nuestro país, también se aplicó las mismas restricciones a los productos que se podían empezar a cosechar o manufacturar dentro de la nación, empezando a producirse nuevos alimentos como mercancías que antes eran importadas ahora se hacían de manera local.

Si hablamos sobre los aranceles que impuso el estado mexicano se pueden destacar varias modificaciones que son los que más impacto tuvo para la nación. El primero se aplicó en 1821 llamado "Arancel general interino para gobierno de las aduanas marítimas en el comercio libre del imperio", dentro del mismo en el primer capítulo se establecieron artículos importantes, como el caso del artículo 1 donde se establece que el nuevo arancel impuesto regirá a todos los puertos mexicanos, en el artículo 3 se establece que se verá aplicado el arancel a algunos frutos y que será de un 25% sobre la tarifa de estos productos, el artículo 5 donde se determina que cualquier buque sin excepción será admitido dentro de la nación siempre y cuando pague los derechos y sigas las reglas prescritas en el primero arancel y por ultimo tenemos el artículo 9 en donde se establece la prohibición tanto de entrada como de salida hacia productos específicos.

Este artículo 9, se observa con mayor amplitud dentro de su capítulo 3 al explicar la prohibición de algunos productos, tales fueron establecidos en artículos como se explica a continuación:

*"Art. 1.- Se prohíbe absolutamente la entrada de tabaco en rama de todas las potencias.*

*Art. 2.- Será prohibida la entrada de algodón en rama de cualquiera procedencia.*

*Art. 3.- En cuanto a la prohibición de comestibles no se hará novedad hasta la resolución del congreso.*

*Art. 4.- Cera labrada.*

*Art. 5.- Pasta en fideo.*

*Art. 6.- Galones, encajes, puntillas, blondas de solo metal, o con mezcla de él, de lentejuela y canutillo de telar.*

*Art. 7.- Ídem de solo seda.*

*Art. 8.- Algodón hilado número 60, o que no entren menos de sesenta madejos en libra.*

*Art. 9.- Cinta de algodón blanca y de colores.* “<sup>2</sup>

Para 1824 a esta lista de prohibiciones se le agrego cualquier tipo de chiles, aguardiente, las hortalizas, gallinas, ajos, cebollas, anís, cebada, centeno, garbanzos y almidón, esto por el lado de productos alimenticios, pero también hubo una restricción para las mercancías ya elaboradas como las maletas, camisas, botas, rebozos, plomo, cobre y cualquier tipo de madera.

El segundo arancel importante que se estableció fue el de 1827, llamado “Aclaración al arancel general de 16 de noviembre de 1827”, en él se establecieron cambios significativos con respecto al primero, algunos productos que para 1821 habían estado prohibidos ahora ya eran admitidos como las hortalizas, el algodón, cierto tipo de pieles y las maderas, con esta primera visión del segundo arancel se puede entender que México ahora era una nación más abierta al comercio exterior pero no lo fue, ya que también se vio aumentada la lista de productos no admitidos, como las mercancías que estaban en contra de la religión, textos específicos que los determinaba tanto la iglesia como el estado, productos que estuvieran hechos de lana de seda, entre otros.

Dentro de este arancel se permitieron productos los cuales, si se producía dentro de la nación, tal es el caso del trigo y del maíz en el sureste del país, esto debido al problema de producción, no se tenía la adecuada cantidad producida por varios

---

<sup>2</sup> (Dublan & Lozano, 1900)

factores externos, lo que obligó al gobierno a admitir estos productos, pero únicamente cierto tiempo hasta que la producción local de estos productos volviera a ser regular.

Podemos hablar ahora del tercer arancel o la tercer modificación que se aplicó a los aranceles, de forma abstracta lo que se hizo con este arancel fue aumentar la prohibición de productos importados, quedando aproximadamente 54 productos y materias primas que no tenían acceso, de las nuevas mercancías importantes que fueron sumadas son los instrumentos para la labranza, brochas para pintar, materiales musicales, dulces, juguetes, derivados de la vaca, sillas de montar, entre otros, pero también fueron afectadas las exportaciones mexicanas, ya que ahora no se podía exportar oro, plata, piedra y mercancías que fueran antigüedades mexicanas.

Dicho esto la economía mexicana en 1829 estaba incrementando su proteccionismo fuertemente, pero al pasar los meses se observó que los resultados que tuvo no fueron los más satisfactorios para el gobierno, por lo que en 1830 se vio modificada para poder admitir productos que desde 1821 habían sido prohibidos, como el caso del algodón que principalmente venía de España, tomado como medida de paz con este país para evitar futuros conflictos y para fomentar a la industria del algodón nacional ya que así serían más competitivos los productos locales.

Como hablamos que se esperaba un aumento de competitividad de la industria del algodón, el gobierno mexicano lo que hizo para fomentarlo fue crear el Banco de Avío, su objetivo era poder impulsar la industria del algodón, primeramente, lo hizo a través de dar préstamos a los empresarios privados para que pudieran adquirir la maquinaria necesaria para el desarrollo de su producción.

Hay varios autores que tienen diferentes opiniones sobre si con la ayuda de este banco hubo un crecimiento dentro de la industria mexicana, por parte de los que no, planteaban que el banco daba prestamos grandes a empresas que no lo necesitaban o que estaban mal estructuradas y que al final de todo fracasaban y ese dinero prestado desaparecía, por el lado contrario el de los optimistas dicen que



la ayuda de este banco fue significativa ya que a pesar de que unas empresas quebraban otras tenían una mejora y hasta alcanzaron una cierta innovación tecnológica.

Con estas dos opiniones se puede rescatar que las dos han sido aceptadas, sólo que el costo de oportunidad de obtener una mejora de la industria, en este caso la del algodón, se logró, pero no se puede mantener este sistema de préstamos sólo por ser empresas, lo que también solidifica este argumento es el tiempo de vida del banco, cerrando en 1839 al no poder sostenerse económicamente, durando solo un plazo de doce años.

Siguiendo con el tema de los aranceles, el que se aplicó en 1830 con la admisión del algodón, también se abrió paso a los materiales de madera y víveres, todo esto hizo aumentar fuertemente el crecimiento económico del país, por lo que hacienda pública ahora cargaba con una mayor responsabilidad.

A pesar de que se había tenido un crecimiento significativo con la apertura de nuevos productos al país, el gobierno decidió volver al sistema contraccionista para 1837 centrándose en el “Arancel General de Aduanas Marítimas y Fronterizas”, en el que ahora se admitía cualquier embarcación siempre y cuando no estuviese en guerra con México, los puertos que eran habilitados para el comercio eran lo que se encontraban en el seno mexicano<sup>3</sup>, en el mar del sur<sup>4</sup>, en el golfo de California<sup>5</sup> y en el mar de la Alta California<sup>6</sup>.

Si bien se liberaron productos que eran alimenticios para poder ser importados, había una extensa gama de mercancías manufacturadas que ahora eran prohibidas, tal como nos lo menciona Barney en su texto con respecto a los metales

---

<sup>3</sup> Lo formaban los puertos de Sisal, Campeche, Tabasco, Veracruz, de Tamaulipas y de Matamoros.

<sup>4</sup> Lo formaban los puertos de Acapulco y San Blas.

<sup>5</sup> Lo formaba únicamente el puerto de Guaymas,

<sup>6</sup> Lo formaba solo el puerto de Monterrey.

se debía de pagar un impuesto para su exportación ya que antes se había cerrado su comercio, ahora el oro acuñado se debía de pagar un 2% de impuestos, el oro labrado un 2.5%, la plata acuñada un 3.5% y la plata labrada un 4.5% (Cruz Barney, 2005).

Un dato interesante que llevo el gobierno mexicano fue en 1838 en donde una flota de origen francés bloqueo la entrada de varias embarcaciones que se dirigían hacia el puerto de Veracruz, el gobierno tuvo una singular respuesta a esto, el cual estableció un premio ya sea a las empresas como a los consumidores que compren azogue, que es lo mismo que mercurio, que no fuera de origen francés, sin importar de donde provenga el único requisito es que no sea de esa nación.

En los primeros años de 1840 aumento el proteccionismo nacional, primeramente y de forma corta fue con la "Ley de 1843" en el que se prohibía la importación de bienes de transporte como los carruajes y los automóviles, las mercancías que se consideraban de valor por tener oro o plata y todo lo que estuviera relacionado con arte como la pintura, etc.

A partir de la segunda mitad de 1840 se establecieron dos leyes nuevas que alteraban la aplicación del arancel, como en ese tiempo la economía mexicana se encontraba en mal estado el gobierno siguió con la solución debía de ser un aumento de impuestos a los bienes importados, por lo que con estas leyes aumento en mayor proporción los bienes prohibidos o con un alza al impuesto que los bienes permitidos, podemos tomar nuevamente el caso de la industria del algodón, ya que gracias al Banco de Avió había mejora esta industria nacional algodонера el gobierno decidió en estos años dejar de importar productos que estuvieran hechos con algodón, además de otros tipos de productos que se tiene la cifra que fueron 174 artículos en total con la ley de 1845.

Dentro de esta segunda mitad mencionada, un factor clave para tratar de aumentar la economía nacional a través del comercio exterior fue por la situación económica que se estaba viviendo con Estados Unidos ya que pretendía que se le anexara Texas y las Californias por lo que fue una época difícil para el estado mexicano, lo

cual lo logro en 1848 al empezar las negociaciones para ceder estos territorios, obteniendo el país una indemnización aproximadamente de 15 millones de pesos (Cruz Barney, 2005).

A este punto ya había finalizado la época de guerra, aunque la nación perdió casi la mitad de su territorio, pero se siguió con la idea proteccionista de los años pasados, estableciendo derechos protectores para fomentar la industria nacional, el cual no estaba funcionando por el tema del contrabando ya que entraban cada vez más productos de manera ilegal.

Ante esta situación en 1851 en una región comercial del país se decidió cambiar por completa el arancel que se había regido por muchos años, esto cambio por completo porque se dejaba a un lado la idea proteccionista, se quería atraer tanto a comerciantes como a más consumidores, lo que hizo este arancel fue la modificación de los requisitos y las cuotas a la entrada de embarcaciones extranjeras, así logrando aumentar los productos que llegaran de otros lados, también se vieron beneficiados los productos prohibidos, muchos de estos ahora pasaron a ser permitidos, entre los que más destacan son los textiles como la ropa y sus materiales ya sea algodón o de otro materias que estuviera fabricado.

El gobierno mexicano desconoció por completo las modificaciones del arancel, estallando una serie de conflictos dentro del país, a medida que paso el tiempo y ante la buena respuesta que tuvo esta región comercial por la modificación del arancel, se le fueron sumando otros estados como Tampico y Veracruz en 1852 donde empezaban a admitir productos de algodón importados y la harina.

Al tener una situación donde cada puerto comercial importaba y exportaba lo que quisiera fue un problema ya que al no estar regulado por el gobierno no se tenía establecida una estructura de crecimiento económico, se puede poner el caso de Gran Bretaña ya que casi la mitad de sus exportaciones se dirigían a México sin medida, más los otros países. (Cruz Barney, 2005)

El gobierno al no estar conforme con esta situación decidió crear un nuevo arancel llamado “Arancel de Aduana Marítimas y Fronterizas” en 1853, en el que se habilitó varios puertos como el de Campeche y también se habilitaron las aduanas fronterizas en el norte, sur y en el golfo de México, abriéndose cada vez más al comercio exterior. Dentro del mismo además de varias zonas de comercio habilitadas, se permitieron productos que los estados ya los habían permitido con anterioridad, pero también se perdieron varias libertades los productores nacionales a través de las exportaciones, esto debido a la prohibición de exportar animales para ganado como los toros y las vacas, que posteriormente también se prohibieron algunos tipos de maderas.

Dentro de este arancel se declararon libres de derechos varias mercancías que eran importadas, de las destacadas son algunos productos de fierro y acero, animales exóticos vivos o cuyo destino eran los museos, varios tipos de carbón, mapas geográficos, algunos libros, máquinas e instrumentos para la ciencia, agricultura, etc. (Vélez Lizarraga, 1953)

Así con el paso del tiempo se fueron abriendo más puertos como zonas fronterizas si eran necesarias, que lo mismo ocurría cuando productos eran prohibidos algunos puertos y zonas fronterizas se vieron a la necesidad de ser cerradas.

En 1856 se creó una ley para regular el comercio exterior, se llamó la “Ley para la Deuda Pública y la Administración de las Aduanas Marítimas y Fronterizas”, esta ley creó un grupo para poder lograr los objetivos planeados, los cuales eran tener un mayor control dentro de las aduanas marítimas como las fronterizas, recaudar lo obtenido a través de los derechos aduanales, escoger los empleados que llevarían a cabo los procesos aduanales, llevar la contabilidad aduanal y por último elaborar la balanza comercial, esto significó un gran cambio para el comercio exterior ya que el gobierno ahora tiene un mayor control y lo puede regular de una manera más eficiente.

De lo destacado que hizo esta ley fue establecer impuestos adicionales a diferentes mercancías para poder importar, estos fueron divididos dependiendo al área que

iban a ser enfocados, en total fueron cinco llamados impuesto municipal, impuesto de mejoras materiales, de internación, de contra registro y de amortización de la deuda publica liquidada y consolidada, como los nombres lo expresan se diferenciaba el impuesto y hacia dónde es que iba a ser dirigido.

De los impuestos anteriormente mencionados se puede poner dos ejemplos para poder comprenderlo mejor, tenemos el impuesto municipal, lo que hacía este impuesto es recaudar lo proveniente de las aduanas marítimas destinado a los municipios en los que se encontraran los puertos para las aduanas marítimas. El segundo ejemplo es el de mejoras materiales, en el que se recibía una cierta cantidad por los derechos de importación que se destinaría a la inversión de los capitales del país, que principalmente era la construcción de medios de transporte como el ferrocarril, de los demás como sus nombres lo dicen se enfocaron a pagar la deuda publica vigente, etc.

## **2.2 Cambio constitucional**

Como anteriormente hablamos de 1856 sobre una ley establecida, paralelamente el gobierno mexicano se encontraba en una difícil situación en donde diferentes grupos políticos tenían visiones diferentes para el rumbo del país, por lo que se estaba tomando cartas en el asunto a cerca de establecer una nueva Constitución o si es que se debía de reestablecerse la de 1824 para unificar estos grupos y no crear guerra como anteriormente se habló contra Estados Unidos, todo esto debido por temas religiosos si era positivo o no la libertad religiosa de la población.

Primeramente, el congreso mexicano decidió el que hacer, si es que se debía restaurar la constitución pasada o la creación de una nueva, tomo la decisión a través de votos de volver a utilizarse la Constitución de 1824. Varias personas que se encontraban en cargos públicos importantes, como el presidente, no estaban de acuerdo con esta decisión, por lo que la idea se pasó a una comisión hecha por estos representantes que por obvias razones se iba a terminar creando una nueva constitución sin instaurar la ya pasada.

A principios del siguiente año, fue aprobada la “Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos de 1857” que con ideología liberal primeramente fue cambiada a una ideología conservadora a través del conocido “Plan de Tacubaya”, con eso se logró imponer lo conservador, pero los que se encontraban en contra de esta institución ideológicamente conservadora, principalmente los que tenían cargos públicos y sabían cómo había llegado a establecerse esta nueva constitución fueron encarcelados incluyendo a Juárez.

Como se esperaba desde la inauguración de esta constitución al no ser impuesta de una manera democrática, fueron creciendo los levantamientos que había en contra de la misma, así es como varias personas que estaban encarceladas lograron salir, entre las más destacadas tenemos a Benito Juárez, que con la ayuda de los que se encontraban en contra de la constitución en 1858 estableció su gobierno y gabinete en Guanajuato.

Manifestándose por la actual administración empezó la conocida Guerra de Reforma, que por un lado se encontraba los liberales y por el otro los conservadores, tras una serie de peleas por estos grupos ideológicos en diferentes estados de la republica los vencedores por decirlos así de cierta forma fueron los liberales de Juárez, como se vivió una etapa difícil para el comercio internacional, el gobierno tuvo que reestablecer negociaciones con el exterior, principalmente con Estados Unidos y con España, ya que habían sido los países que fueron afectados por esta guerra ideológica interna.

Así para 1859 fueron aprobadas las famosas “Leyes de Reforma”, en el que se estableció la nacionalización de los bienes eclesiásticos, el matrimonio y el registro civil, la secularización de los cementerios, los días festivos y la libertad de culto, destacándose que ahora ya se encuentra separada la iglesia y el estado basado en una ideología liberal.

Como tenemos una época de transición de constitución política, era de esperarse que se dejara a un lado la situación económica que se tiene en el comercio exterior, por lo que se degrado, dejándose de importar como de exportar varios productos no

por la imposición de aranceles como en décadas pasados, sino por la incertidumbre que existía tanto fuera como dentro del país si es que se quería comercializar, aunque también hubo cambios de la constitución que impactaron al comercio exterior.

Por esta razón en 1860 al tener un país ya políticamente estable se retomó varios ámbitos económicos que eran determinantes para poder tener un mejor crecimiento, como el comercio con el exterior, más a parte poder aprovechar los derechos que ahora se poseía con la nueva constitución, este comportamiento se podrá observar en el siguiente capítulo y cómo es que se ha ido desarrollando después de la guerra de Reforma.

### **2.2.1 Su impacto en el comercio exterior**

Al momento de que se llevaba a cabo la guerra de reforma, específicamente en 1857 fue establecido el dominio del poder Ejecutivo por parte del Legislativo esto hizo que los gobiernos de cada localidad siguieran teniendo su autonomía para poder gobernar, por el lado contrario la federación tenía como obligación establecer los derechos de importación, de exportación y todo lo derivado con la acuñación de monedas y el papel sellado.

En ese momento se tenía dos entidades públicas divididas, lo cual no era la mejor manera de hacer crecer la economía del país, ya que si estas entidades tienen diferentes objetivos nunca se logrará un crecimiento económico nacional. Tal como se dijo el principal afectado fue la federación ya que solo obtenía ingresos de la producción de monedas y billetes como de ciertas partes importadas que llegaban, es por esta razón que busco alternativas para poder ser más fuerte, las que destacan es a través de las contribuciones directas por parte de los estados o también conocido como Hacienda, las contribuciones percibidas por los bienes de la iglesia y una serie de acuerdos que tenía la federación con diferentes estados.

Detallando principalmente a los estados, son las zonas donde se encuentran las relaciones comerciales, podemos hablar sobre la situación que hubo entre los puertos, ya que en este mismo año de 1857 se apertura el puerto de la Navidad en

el Pacífico para el comercio de altura y cabotaje, mientras que en este mismo año se clausuro el puerto de Tampico.

Al punto mencionado como la “Clasificación de rentas de 1857”, en él se establece las distribuciones fiscales que tiene la federación con cada uno de los estados ya que de esta manera se podía estructurar más eficientemente la economía del país, así quedo determinado que la federación percibía y tenía el control de los derechos aduaneros, las percepciones por servicios públicos en todo el país y las ventas de tierras, mientras que los estados percibían y tenían control sobre todos los impuestos que sobraban, principalmente los impuestos aplicados al consumo, al comercio y a la producción.

Como fue planteada primeramente la Constitución de 1857 sobre la federación y su relación con los estados esto había sido casi removido por la clasificación de renta, ya que lo que hizo fue regresar al mismo ambiente que se tenía antes de la nueva constitución y que había dominado con anterioridad por mucho tiempo, por esta razón intervino Benito Juárez con una serie de reformas para darle dominio necesario al por Federal y al Ejecutivo, tenía ciertas ideas planteadas para poder lograrlo pero sus reformas al final no fueron aceptadas tanto por el gobierno y los estados ya que en ese tiempo aún Juárez no ganaba la guerra y existía un ambiente de incertidumbre.

Tiempo más tarde el Congreso como las legislaturas de los estados en materia de los impuestos determinaron que se debía de permitir al gobierno federal poder gravar los recursos que tenían los estados, principalmente eran el oro y la plata, aunque también se permitió gravar los productos agrícolas que eran exportados, esto dio pie a cambiar la forma de la relación entre la federación y los estados.

Ya terminada la guerra de reforma, para finales de 1861 se estableció la llamada “contribución federal”, con ello se empezó a modificar nuevamente la relación que tenía la federación con los estados, ahora en lugar de gravar a los estados se tomó la idea de gravar, pero a los contribuyentes como tal.



Por esta razón se estableció que en su artículo 10 aumentaría un 25% de impuestos a los productos importados, elevándose la cantidad total a un 60% de impuestos con respecto a su precio inicial, esta nueva cantidad de impuestos un 10% era dirigido hacia los estados que llegaban las importaciones, mientras que el 50% lo percibía la federación, también debe destacarse que se modificaba los derechos de venta de bienes importados en la capital del país, ya que si se tenía ya un derecho de venta en cualquier estado si deseaba ahora el vendedor estar en la capital debía de pagar nuevamente estos derechos, lo que empezó a dar problema la estructura económica que tenía el país a la hora de querer realizar comercio exterior, ya que no lo fomentaba como debía de serlo, solo tenía el objeto de que la federación pudiera percibir cada vez más.

Esta contribución planteada en 1861 quedo formalmente establecida al siguiente año, conforme pasaron los meses como era de esperarse empezaron las irregularidades por parte de los comerciantes que importaban, llegando a un punto donde se decía que el país había entrado a una monarquía en todo lo referido con el comercio exterior, de esta forma países europeos que tenían un volumen importante de exportación a México decidieron intervenir en este proceso del gobierno mexicano.

Se tiene registrado por Barney que eran representantes de España, Inglaterra y Francia, los cuales eran Prim, sir Charles Wike y Dubois de Saligny, mientras que del lado mexicano el representante nacional lo designo Juárez llamado Manuel Doblado, reuniéndose en un puerto de Veracruz poniendo las reclamaciones pendientes de las otras naciones. (Cruz Barney, 2005)

Al final de este debate entre los representantes europeos contra México, el que resulto el ganador fue este último con el argumento de que la nación no necesitaba de alguna potencia del exterior para poder fortalecer a su gobierno, lo que empezó a existir un ambiente de tensión ya que estas naciones autorizaron que sus tropas ocuparan ciudades dentro del país. Al final de todas unas tropas salieron del país en unos cuantos meses, no por una causa mexicana sino por un pacto existente entre estas naciones que termino en el retiro de tropas primero de España y

después de Inglaterra, por último, la tropa francesa, aunque se retiró de una parte del país seguía teniendo tropas en México lo que hizo que el país se alzara en armas comenzando el conflicto armado entre México y Francia. Con respecto al comercio internacional, se siguió utilizando una política economía proteccionista por parte del país, concentrándose más en la producción como en el consumo local como manera de crecimiento económico.

Al ser tiempos de guerra con Francia existieron muchas irregularidades por parte del comercio exterior, ya que entraban más productos ilegales por diferentes áreas que no estaban siendo vigiladas por el gobierno, esto lo aprovecharon tanto vendedores nacionales como del exterior. Por esta razón dejó de ocuparse el puerto de San Blas en 1862, ahora este se encontraba más a las embarcaciones de guerra, tuvo que migrar el comercio que se recibía por este puerto a la boca del río de Santiago Iscuintla esperando mantener el mismo desarrollo comercial.

El gobierno juarista decretó una bajada en los derechos de importación durante varios años, pero en 1863 un cuerpo expedicionario francés elaboró un decreto en el que estableció que los productos importados que lleguen a través de los puertos y durante el gobierno de Juárez fueran controlados por los franceses, también estableció una disminución significativa de los derechos de importación sólo los productos que entraran en el puerto de Veracruz se debían de regir, el gobierno mexicano primeramente desconoció este decreto francés por los términos que se establecía, pero después de unos cuantos meses entró en vigor sólo la parte de los productos importados que llegaban a Veracruz.

En 1864 existieron modificaciones al comercio exterior, destacaba el pago del derecho a ciertos productos importados que fue de la cantidad del 30% más al valor inicial del producto pagado en dos diferentes monedas. En este mismo año con la entrada de Maximiliano y Carlota a la Ciudad de México terminó el bloqueo en varios puertos encontrados tanto en el Pacífico como en el Golfo mexicano abriendo nuevamente el paso a las embarcaciones extranjeras.

En 1865 hubo cambios dentro de la estructura política nacional por el imperio establecido, lo importante en términos de comercio internacional se destaca la pronunciación de 32 nuevos impuestos de los cuales la mitad se referían al tema del comercio.

Para el siguiente año siguieron los cambios económicos dentro del comercio por parte del imperio, se destaca una reducción del 40% de los derechos a mercancías importadas según lo establecido en la Ordenanza de 1856, aunque sólo se aplicó en algunos puertos de Campeche y de Yucatán.

Por otro lado, tenemos la situación de las exportaciones, los que tuvieron un cambio fueron principalmente los frutos ya que se les reduciría los derechos a exportar, quedando solo un 5% de su precio, se debe advertir que no sucedió lo mismo con todos los frutos, pero si con la gran mayoría.

Los que tenían el poder en ese tiempo, se percataron de que la logística que se seguía para el transporte como el pago de derechos y los impuestos no era lo más eficiente ya que al no estar bien regulado podían existir muchas deficiencias y problemas severos en el futuro, por esta razón es que se vieron modificados los derechos de internación y de contra registro, ahora estos dos debían de pagarse al mismo tiempo y en el mismo lugar dejando las irregularidades que se pudieran dar, después de que se realizaba el pago establecido de los derechos ahora si se podía proceder a la descarga de las mercancías importadas en los puertos establecidos.

Esto debía ser realizado en ese entonces por la Administración de Rentas, ella llevaría las percepciones de los derechos como la regulación eficiente de esta logística nueva. Todo lo anterior quedo formalmente establecido y con mayor rigidez en el Reglamento del decreto de 1866 con varios artículos que explicaban con detalladamente lo anterior y con un mayor análisis.

Dentro del decreto de 1866 también se determinaron los puertos que se encontraban sujetos al nuevo sistema aduanero, como nos lo menciona Barney tenemos divididos los puertos en dos vertientes, la primera son los del Golfo de

México que con los conforman, Veracruz, Tampico, Matamoros, Sisal, Campeche, Tabasco, Carme, Tuxpan y Alvarado. Mientras que los del pacifico son Mazatlán, San Blas Manzanillo, Acapulco y Guaymas. (Cruz Barney, 2005)

Después de una serie de conflictos que duro varios años entre naciones, a principios de 1866 Francia se dio cuenta que la situación que tenía con México era complicada porque tenían ideologías muy distintas y lo mismo sucedía con sus objetivos, por lo que empezaron a retirarse las tropas francesas de territorio mexicano, terminando esta intervención a principios del siguiente año.

Al estar en un tiempo donde no había conflictos y estando Benito Juárez en la presidencia en 1872 se expidió una nueva orden al “Arancel de Aduanas Marítimas y Fronterizas” cambiando por completo la nueva en que se recababa los aranceles a través de estos medios, de los que más se destacan son los que Barney nos menciona a través de la siguiente lista.

*“1. Refundir en una sola cuota los diversos derechos que con diferentes nombres pagan las mercancías extranjeras a su importación al país.*

*2. Establecer el derecho de importación como regla general como cuota fija, dejando la base del valor de factura o aforo solamente para aquellos casos en que no sea posible establecer una cuota fija.*

*3. Aumentar la tarifa en más de trescientos artículos no considerados en la Ordenanza de 1856.*

*4. Abolir las prohibiciones.*

*5. Aumentar de 34 a 73 la lista de mercancías libres, exceptuándolas de todo derecho.*

*6. Abolir las restricciones onerosas para el tráfico en el interior del país de aquellas mercancías extranjeras que hayan pagado sus derechos de importación.*

*7. Establecer derechos uniformes sobre las mercancías extranjeras.*

*10. Conceder todas las franquicias posibles al comercio extranjero, facilitando la exportación de productos nacionales y abriendo las costas al comercio de exportación.*

*11. Autorizar la exportación de metales preciosos en pasta.*

*12 autorizar el tránsito de mercancías extranjeras en el territorio nacional.” (Cruz Barney, 2005)*

En la orden de Benito Juárez solo se destacan los puntos más importantes ya que Barney nos menciona otros más pero solo son pequeñas modificaciones estructurales y de logística dentro de las exportaciones e importaciones, pero de los puntos citados con anterioridad fueron establecidos por una razón, esta es porque el comercio exterior mexicano no había tenido un buen desempeño como se tenía esperado, a pesar de que con anterioridad se modificó la ordenanza para aumentar este tipo de comercio no sirvió, principalmente porque en México se estaba llevando a cabo la intervención francesa, haciendo que los productos no estuvieran interesados en venderle al mercado mexicano y en ese momento el estado no hacía nada para fomentarlo.

Pero con Benito Juárez con los puntos de esta orden lo que quería era lograr un desarrollo del comercio exterior, haciendo que la balanza comercial jugara una parte fundamental para la economía del país, abriendo tanto las importaciones pero su verdadero objetivo era aumentar en mayor medida las exportaciones del país tal como se establece en el punto diez al facilitar la exportación de productos nacionales y poder transportarlos a través de las costas, ahora si se estaba fomentando el comercio exterior tanto para los inversionistas extranjeros como los productores nacionales que querían expandirse por el globo terráqueo.

### **2.3 El Porfiriato**

Primeramente, para poder hablar sobre lo sucedido dentro del comercio exterior en la época del Porfiriato, debemos de plantear brevemente porque se llama de esta manera este periodo de tiempo y que años abarca, posteriormente se hablara de forma detallada como se fue desarrollando el comercio exterior y como fue la intervención por parte del estado en este tiempo, expresando si fue lo más eficiente o no la manera en que lo manejaba el gobierno porfirista.

El Porfiriato fue un periodo que abarco desde 1876 hasta aproximadamente 1910 con la revolución mexicana, se le llamo de esta manera porque fue cuando estuvo

a cargo de la presidencia Porfirio Díaz, aunque en los años de 1880 hasta 1884 el presidente fue Manuel Gonzales, pero después de la salida de él, ganó las elecciones Porfirio Díaz, quedando nuevamente con el poder, en total estuvo 30 años en la presidencia mexicana.

Al describir este periodo tenemos dos perspectivas sobre su mandato, tenemos las negativas en esta destaca las clases trabajadoras, ya que ellos no vieron ninguna mejora en su nivel de vida y como mayormente estos trabajadores eran indígenas no tenían la misma libertad de expresión que otras clases, provocando al final la llamada Revolución mexicana la cual mencionaremos posteriormente, pero esta perspectiva negativa fue aumentando conforme pasaban los años de su mandato. Por el otro lado tenemos la perspectiva positiva, principalmente enfocada al desarrollo económico mexicano, este logro crecer significativamente por dos factores determinantes, primero tenemos que permitió la entrada de la inversión extranjera directa como la inversión nacional y el segundo factor es la facilitación de transporte a través de la creación del ferrocarril, estas dos son las principales que ayudaron económicamente a la nación, existen otros factores políticos pero no tuvieron un alto impacto como los ya mencionados.

En este periodo tenemos muchas opiniones y diferencias entre diversos autores, unos mencionan que durante este mandato fue solo de aspectos negativos que afectaban a los habitantes nacionales y principalmente a las clases bajas, pero tenemos otros que nos dicen que es más grande el crecimiento económico logrado que el descontento social, por esta razón no se debe de considerar este periodo si fue bueno o malo para el país ya que es más complicado que esto, debido a que hubo muchas causas que dieron como resultado consecuencias tanto positivas como negativas para el país.

### **2.3.1 El comercio exterior**

Al segundo año de ser electo como presidente Porfirio Díaz, se expidió un reglamento llamado la “Contabilidad de los Almacenes de las Aduanas Marítimas y Fronterizas”, en él se establecía puntos que quedaban sin responder por el Arancel

de 1872, como por ejemplo la forma en que se debía de llevar acabo la contabilidad para el movimiento de mercancías que eran depositadas o extraídas en los almacenes aduaneros, esto se logró a través de los llamados alcaides o de los empleados ya que ellos tenían la obligación de llevar un libro que debían de anotar diariamente la entrada y la salida de bultos en los almacenes de su cargo, también debían de abrir una cuenta a los buques importadores desde su primer arribo. (Dublán & Lozano, 1912)

También se tomó mano dura con el caso del contrabando, ya que existían muchos de estos productos aunque la mayoría provenían del rio Bravo, por lo que este gobierno decidió enfocarse en este lugar y crear un decreto llamado “Decreto sobre represión del contrabando”, en este se explicaba con exactitud que se debían de tomar acciones fuerte para que no se realizara estas actividades ilegales, como era de esperar aumento la regulación en esta parte pero siguió existiendo el contrabando pero en una mucho menor proporción.

A finales de su primer periodo como presidente se expidió un nuevo “Arancel de Aduanas Marítimas y Fronterizas” que no entro en vigor hasta en 1882 donde se tenía otro presidente en México, de lo más destacado de este nuevo arancel son varios puntos, como la simplificación de la nomenclatura de la tarifa sin tener que alterar las cuotas de pago, la unificación de diversos impuestos a las mercancías del exterior en una sola cuota, ajustar las cuotas a la unidad de peso décima, etc.

Con este nuevo arancel se buscaba generalizar y simplificar el procedimiento y el pago de los productos que venían del exterior, ya que este era un obstáculo por lo que varios comerciantes no entraban al país o sucedía lo contrario que productores locales no tenían los conocimientos suficientes para poder comprender y llevar acabo el procedimiento para poder exportar, pero esto lo fue solucionando con este nuevo arancel.

Lo anterior fue lo que hizo Porfirio Díaz durante su primer mandato, siendo lo último dicho entre lo más destacado, ya que después entraría otro presidente, pero para el año de 1884 regresaría a la presidencia a través de la reelección.

Desde que Porfirio Díaz tomo el poder siempre estuvo muy a favor de mejorar las relaciones con el exterior, sin importar las consecuencias que eso conlleve, por lo que empezando su segundo periodo como presidente expidió una nueva Ordenanza muy compleja que contaba con varios capítulos y documentos aduanales importantes.

En esta nueva Ordenanza se destaca los derechos que deben de pagar las mercancías importadas por las aduanas del país, quedando descritas aproximadamente 700 bienes abiertos a importar con el pago de estos derechos, también se menciona la aplicación de una tarifa para que los puertos y las aduanas puedan ser abiertas a ciertas embarcaciones extranjeras, de lo más importante es que se revoca toda la prohibición a la importación de bien con una excepción de los materiales de guerra, por último la logística que deben llevar acabo las exportaciones como las importaciones le corresponde únicamente a la Secretaria de Hacienda según el artículo 10 establecido.

Años más tarde se expidió otra Ordenanza de 1891, en ella se establecieron nuevas tarifas de derechos de importación, se determinó la lista de aduanas abiertas que se encontraban en el Golfo de México, en el mar pacífico y en la zona fronteriza del norte. Como era de esperarse durante su mandato hubo muchas modificaciones a esta Ordenanza de 1891 dependiendo la situación económica, pero la más importante es en 1905 en donde se creó una tarifa a la “Ordenanza General de Aduanas de los Estados Unidos Mexicanos” cambiando la forma del comercio exterior.

Porfirio Díaz quería que la nación tuviera un gran crecimiento económico a través de su balanza comercial y específicamente en las exportaciones ya que este se encontraba rezagado por los competidores externos, por eso decidió traer a las grandes empresas que provenían de países muy avanzados tecnológicamente y que de esta manera el país también avanzara con su tecnología, lo cual logro ya que en todo su periodo de presidente las exportaciones crecieron aproximadamente cinco veces, pasando de 28 millones de dólares al principio del cargo para que en



1910 fuera de 150 millones de dólares, una cifra muy grande para este periodo de tiempo.

Estados Unidos fue uno de los principales mercados para las exportaciones mexicanas, por esta razón es que con las ordenanzas aplicadas facilitaron más estas exportaciones, pero también se crearon varios tratados con México y otros países pero no tan estrecha como la del vecino sur, un ejemplo fue la creación de la Delegación de la Comisión Europea en México la cual era la responsable de conducir las relaciones entre todos los países, otro fue el Acuerdo Marco de Cooperación firmado entre México y Europa en 1991 donde se llevaban a cabo los aspectos comerciales entre estas naciones aumentando de esta manera las exportaciones mexicana y las importaciones, recalcando que fueron en diferentes proporciones.

Por ultimo con respecto al Porfiriato se puede decir que fue un periodo que trajo grandes ventajas para el comercio exterior, ya que con Porfirio Díaz abandonó casi por completo la idea conservadora y proteccionista que se tenía con gobiernos pasados, ahora lo que se buscaba era que el país tuviera una mayor interacción con el exterior y lo logro primeramente con inversión extranjera directa haciendo que los productores nacionales absorbieran toda la tecnología que venia del exterior para poder aprovecharla y así que los productos que se produjeran dentro del país fueran más competitivos en el exterior lo cual lo obtuvo, pero también se destaca las relaciones internacionales que logro porque también necesitaba el visto bueno de otros países para que se puedan exportar los productos, de esta manera la aduana jugo un papel fundamental para el juego del comercio exterior siendo más amigable con las exportaciones como con las importaciones, por lo que el Porfiriato fue un factor clave para el comercio en general.

#### **2.4 Comercio exterior durante y después de la Revolución Mexicana**

Como era de esperarse ciertas clases sociales ya no estaban de acuerdo que Porfirio Díaz siguiera en el poder, ya que a pesar de que logro un crecimiento económico grande lo hizo acosta del bienestar principalmente de las clases más

bajas, todo lo anterior tuvo su punto de quiebre en 1910 en donde Díaz fue propuesto nuevamente para presidente por su partido, causando un fuerte descontento que terminaría en la llamada “Revolución Mexicana” tratando de derrocar a la dictadura de Díaz.

En esta parte nos enfocaremos únicamente lo que sucedió con respecto al comercio exterior y no tanto a los acontecimientos históricos de la revolución, sólo se utilizara para explicar ciertos procesos, consecuencias, etc.

A partir de 1910 se estaba viviendo un ambiente muy tenso dentro del país por la Revolución debemos sumarle un acontecimiento que contribuyo a esta incertidumbre en 1914 la Primera Guerra Mundial, todo esto provoco que la totalidad del comercio exterior se viera afectada fuertemente, desde inicios de la revolución hasta una década después se tuvo registro que disminuyo las percepciones que se recaudaban a través de las aduanas, el gobierno mexicano trato de recuperar el anterior crecimiento con la aplicación de políticas públicas y con la contratación de empréstitos pero no logro su objetivo principal.

Por esta razón en 1916 decidieron modificar la estructura establecida para el comercio exterior, se creó una nueva tarifa para los aranceles, dejando pasar a todos los productos importados, únicamente había uno que se mantuvo prohibido el cual fue el opio, también fue modificado los gravámenes hacia ciertos productos, los que eran de necesidad básica fueron reducidos mientras los que eran de lujo fueron incrementados.

Para el siguiente año el Partido Liberal Constitucionalista gano las elecciones, quedando a cargo de la presidencia Venustiano Carranza, con él se cambió nuevamente la manera de hacer comercio exterior, ya que estableció solo cobrar las percepciones de este comercio en metálico y no en papel, otras actividades se siguieron cobrando con regularidad ya sea en papel o en metálico, se debe de destacar que redujo los derechos de importación aún más que en 1916, se volvió a reducir a los productos básicos, a los que no eran producidos en el país y los que si se producían pero tenían una oferta muy pequeña comparándola con su demanda.

Lo que el gobierno de Carranza aplicó tiene un arma de doble filo, ya que se logró que entraran más productos al mercado mexicano y así darles confiabilidad a los productores del exterior, pero a costa de que, ya que se le dejó de dar la importancia necesaria a la gran industria mexicana que tanto crecimiento se había logrado durante el Porfiriato.

En este mismo año fue decretada formalmente la “Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917”, cambiando la forma de hacer política económica y por obvias razones se reestructuró el comercio exterior ya una vez terminada la revolución, al ser promulgada por Carranza era de esperarse que se estableciera una ideología de libre cambio dentro del comercio, ya que pensaban que de esta forma las nuevas industrias que se estuvieran creando dentro del país en un plazo de tiempo ya fueran competitivas con el exterior.

Más importante que los cambios que creó esta constitución fue remitir el llamado “Decreto Ley” en 1918, impactando las aduanas porque ahora debía de existir una persona llamada agente aduanal que era la encargada de regular de una manera eficiente las operaciones aduanales y este mismo agente se encontraba regulado por la Secretaría de Hacienda.

Después de este decreto no hubo grandes cambios aplicados en el comercio exterior que impactaran el rumbo económico del país, ya que el gobierno de Carranza y el predecesor se enfocaron más al desarrollo de la explotación del petróleo.

Es hasta 1927 donde se retoma por parte del gobierno los procesos aduanales como importantes, publicándose en este año la llamada “Ley de agentes aduanales” en ella se cambió por completo la función del agente aduanal ya que ahora pueden laborar libre e independientemente de la agencia aduanal y se modificó los requisitos para poder ser uno de estos agentes.

El año siguiente se decretó la “Ley Aduanal”, es importante señalar esta ley ya que es la primera vez que se toma el tema del tráfico de mercancías a través de vías aéreas y por postales.

Para 1930 se descubrió que a pesar de tener una economía abierta se seguía con el proteccionismo de décadas pasadas, esto se obtuvo al comparar datos de 1891 y de 1930, en el primer año no había productos importados prohibidos, los que tenían el libre acceso era 115 y los que se encontraban gravados solo eran 920, se contrasto que en 1930 se tenía cuatro productos importados prohibidos, de libre acceso solo eran 38 y los gravados eran aproximadamente 2,800, cifras alarmantes que a pesar de recibir mayores ingresos no fomentaban el comercio exterior.

Como siempre se quería proteger los productos nacionales que a los extranjeros se obtuvo lo anterior mencionado, por eso en ese año se estableció una tarifa en la que se determinaba que un arancel debía de ser aplicado siempre igual a los productos de todos los países con los que México tenía una relación estrecha, con esto se buscaba un aumento dentro del comercio exterior principalmente dedicado a las importaciones.

Seis años después de la aplicación de este arancel al ser rígido no se podía realizar las modificaciones necesarias dependiendo del contexto nacional como internacional, por esto mismo se creó la “Ley de Presupuesto”, con la cual ahora se podía realizar movimientos de los derechos de importación como de exportación, dependiendo de las necesidades que tuviera la nación, con esta ley se volvía a caer en que el comercio exterior solo es determinado por la necesidad de recursos fiscales.

Desde 1936 hasta 1940 fueron decretadas una serie de enmiendas que lo que buscaban era fomentar el comercio exterior ya sea el de las importaciones como el de las exportaciones, principalmente con subsidios hacia ambas partes, dar facilidades para las transacciones comerciales, como disminuir el arancel a ciertos productos.

Durante la primera mitad de la década de los cuarentas hasta principios de los setentas fue implementado el “Modelo de Sustitución de Importaciones” que como su nombre lo dice se reorientaba al desarrollo nacional a través de la industrialización sustituyendo los productos manufacturados que eran importados, todo esto debido a la depresión que se vivía por la segunda guerra mundial y un problema interno de la balanza de pagos.

Durante este periodo fue muy difícil el desarrollo del comercio exterior, ya que con la aplicación del Código Aduanero en 1951 se establecía lugares muy pocos y específicos donde se podía importar como exportar mercancías, se determinaron los productos prohibidos que era una gran lista de mercancías manufactureras y la documentación necesaria para poder importar, como era de esperarse este código no fomento para nada el comercio exterior, se tenía en ese entonces una idea proteccionista en el cual se hizo a un lado las exportaciones, se tiene datos que se disminuyó a más de la mitad las importaciones recibidas.

No es importante entrar más en tema en este periodo ya que se des fomentó este comercio y lo que se centró el gobierno fue al crecimiento de la gran industria nacional, pero al existir una economía globalizada a principios de los setentas empezó a ir en declive este modelo ya que había un aumento en la pobreza, el desempleo y la inflación al no permitir entrar a las importaciones como a la inversión extranjera directa que diera un apoyo económico al país, por eso en ese tiempo se terminó con este modelo y empezó ahora un periodo de comercio exterior más complejo y más globalizado por los medios de transporte como los de comunicación, que dieron como resultado al comercio electrónico y su nueva regulación que debe de beneficiar al gobierno sin desincentivar el consumo de los habitantes.

**Capítulo III.**  
**Comercio electrónico**

### **3.1 Introducción al comercio electrónico**

Una vez determinado como ha sido el proceso del comercio internacional y la intervención histórica que ha tenido el gobierno mexicano, ahora debemos de adentrarnos al tema del comercio electrónico, una parte fundamental para el desarrollo de esta investigación.

Al “Comercio Electrónico” también se lo conoce como “Electronic Commerce” en inglés, aunque la mayoría le llaman “e-Commerce”. Este comercio como cualquier otro consiste en la compra y venta de productos y servicios, pero la diferencia resalta en que se realiza a través de los medios electrónicos, principalmente el internet, pero sin olvidar que existen otro tipo de redes informáticas que realizan este tipo de transacciones.

Como punto esencial para el comercio electrónico, se requiere el uso de internet ya que sin esta herramienta no funcionaria, aunque primeramente el internet no estaba enfocado para la realización de transacciones, sino que se utilizaba para el intercambio de datos de un lugar lejano a otro, pero al darse cuenta de que no sólo se podían transferir archivos y mensajes a diferentes lugares de manera instantánea, las grandes corporaciones empezaron a utilizar este medio, para la realización de transacciones monetarios que conforme al paso del tiempo se fue haciendo cada vez más común hasta el punto en que se expandió a los consumidores para realizar transacciones de manera individual.

#### **3.1.1 Tipos de comercio electrónico**

El mundo actual se ha diversificado tanto que las formas de realizar este tipo de comercio que se han tenido que separar para poder comprender mejor su funcionamiento.

Primero, tenemos el caso del comercio electrónico “Business to Business” o también conocido como “B2B, en el sólo se realizan transacciones entre una empresa a otra, principalmente ocurre cuando una empresa busca proveedores para la elaboración de sus productos, aunque también se utiliza para otros casos, como por ejemplo las

interacciones que tienen los intermediarios con las grandes empresas, con tal de poder ofrecer un buen producto al consumidor final. Este tipo de comercio al realizarse de manera muy formal son muy bajas las probabilidades de errores como de inseguridad en la transacción, aumentando la eficacia de este tipo de comercio.

Como segundo tipo de comercio tenemos el llamado “Business to Employee” o “B2E”, que como su nombre en inglés nos menciona son las transacciones que realiza una empresa a el empleado, esto se ha dado en diferentes países ya sea para el pago de salarios para los trabajadores, realizar facturaciones, comprobantes de pago, etc.

En el caso de nuestro país se ha ido utilizando paulatinamente, poniendo el ejemplo del gobierno de la Ciudad de México, ya que a finales del 2010 se empezó a cambiar la forma de pago, pasando de ser efectivo a una cuenta bancaria, un salto importante para el comercio electrónico en México, pero esto no sólo se ha mantenido sino que se ha ido profundizado cada vez más, otro ejemplo es cuando en el 2015 donde los trabajadores del gobierno de la Ciudad de México, empezaron a realizar transacciones, revisar sus comprobantes de pago y derivados, todo esto a través de una plataforma digital, lo cual aumento el uso del comercio electrónico B2B en México.

El tercer tipo de comercio electrónico se llama “Government to Consumer” o “G2C”, el cual nos indica una relación entre el gobierno y sus ciudadanos, principalmente se realizan trámites a través de ciertas páginas de internet, manejadas por el gobierno, algunas con un costo para poder obtener cierta información deseada.

En México después del 2010, esto se ha ido implementando en diferentes estados a diferentes tiempos, pero cada vez es más común, tenemos una gran variedad de ejemplos como el pago de servicios, el pago del suministro de agua potable, etc.

Pero no sólo se realizan pagos, sino que también se hacen trámites importantes para los ciudadanos, uno de los más destacados en los últimos años en nuestro país, es poder imprimir una copia certificada de un acta de nacimiento desde



cualquier lugar con un dispositivo con conexión a internet, siempre y cuando se realice el pago correspondiente. También se tiene otros tipos de documentos como la expedición de la cédula profesional, la realización de trámites por parte de los ciudadanos hacia el Servicio de Administración Tributaria, como el pago de impuestos, declaraciones anuales, etc.

El Cuarto tipo de comercio electrónico es llamado “Consumer to Consumer” o “C2C”, en el cual no hace ninguna intervención tanto el gobierno como una empresa privada, ya que son las transacciones de un consumidor a otro. Este tipo de consumo ocurre, cuando el consumidor final de un producto o servicio ya no quiere o no necesita ese bien, pero aún tiene utilidad a un menor precio, por lo que otro consumidor adquiere este bien ya usado.

En nuestro país existe una gran variedad de páginas de internet que nos brindan este servicio, pero el problema es que estas páginas en vez de ser un medio únicamente para el intercambio muchas se han vuelto intermediarias con ganancias utilizando diferentes formas de pago o seguridad, con cierta variación en los costos, pero de las que aún conservan el estilo “C2C” ya son pocas, las dos más conocidas son “eBay” y “Vivanuncios”, en estas puedes encontrar una gran variedad de productos desde un celular usado hasta casas en venta, pero todo esto se realiza de manera gratuita.

Se debe de resaltar que eBay es la única página que se encuentra a escala mundial por lo que se puede encontrar aún más productos de diferentes partes del mundo siendo estos importados, pero no siempre se puede comprar lo deseado, debido a las normas jurídicas de comercio exterior en el cuál se establecen ciertos productos que son prohibidos para su importación.

Con el paso del tiempo también ha ido creciendo el uso de las redes sociales para este tipo de comercio, como el caso de Facebook, ya que en los últimos años habilito una opción denominada “Marketplace”, en el cual las personas pueden vender o comprar productos, pero sólo sirve como medio de comunicación.

El quinto tipo es conocido como “Business to Administration” o “B2A” en el cuál se ofrece cierta administración a quien lo necesite ya sea el gobierno, una empresa o cualquier consumidor para poder realizar ciertos tramites y agilizar todo el proceso de los mismos. Aunque casi no sea muy conocida este tipo de comercio se utilizan en la vida cotidiana con mayor regularidad, principalmente por los consumidores finales quienes necesitan en ciertos casos un contrato o cualquier formato para realizar un trámite y a través de este medio se logra cumplir el comercio B2A.

El penúltimo es un poco desconocido, pero de los más importantes se le llama “Business to Government” o “B2G”, se le dice desconocido porque no se realiza las transacciones de manera directa como otros tipos de comercio, sino que este se encuentra inmerso en diferentes páginas de internet ya sea de una empresa o institución pública.

Para explicar detalladamente como funciona este tipo de comercio, se pondrá un ejemplo breve pero simple, tenemos el caso del “Instituto Mexicano del Seguro Social” o “IMSS”, esta institución brinda un servicio público para la ciudadanía, se encarga de todo lo relacionado con la salud, por ende necesita mejores instrumentos y una mejor calidad de medicamentos, esto lo puede lograr a través de su página de internet, ya que si una empresa proveedora de estos productos para poder aumentar sus ganancias necesita vender más, buscaría a compradores principales y entre ellos puede ser el IMSS, pero el medio de contacto será en la página oficial de la institución pública y de ahí empezara todo el proceso de compra venta realizado por el método B2G, por ultimo este tipo de comercio se puede plantear al revés en donde el gobierno fuera proveedor a una empresa privada y seguiría siendo el mismo tipo de comercio electrónico.

Por último, tenemos al tipo de comercio que en ingles se le denomina como “Business to Consumer” o “B2C”, se dejó hasta el final este tipo de comercio ya que es el más conocido y ocupado por los usuarios de internet, como su nombre lo dice es la relación directa que se logra entre un negocio hacia el consumidor final. Este tipo de comercio se centrará para la elaboración de esta investigación, ya que las

principales tiendas virtuales del mundo utilizan este medio para poder expandirse al mercado mexicano que cada vez sigue aumentando de manera acelerada.

### **3.1.2 Características del comercio tipo B2C**

Dentro del tipo de comercio B2C siendo el más utilizado por los consumidores a escala mundial, la principal característica es que con el uso de internet el consumidor puede acceder a cualquier tienda virtual del mundo y poder comprar lo que desee siempre y cuando esa tienda maneje envíos a su país, esto es de gran ayuda a diferentes consumidores que desean comprar algo que no lo encuentren a su alrededor y de esta manera lo puedan adquirir de manera fácil y rápida.

Otra característica clave para este tipo de comercio y que más personas comprenden a través de este medio es la atención a clientes, ya que los consumidores pueden realizar las preguntas necesarias a la tienda antes, durante y después de realizar su compra, de esta forma se busca que los consumidores vayan perdiendo el miedo a la hora de realizar estas compras y que cada vez sea más común comprar por internet, brindando un mejor soporte técnico hacia el cliente.

La siguiente característica es la actualización de los precios de manera instantánea dependiendo de la oferta y de la demanda que la tienda virtual posea, esto trae consigo una gama de ventajas como desventajas tanto para el consumidor como para el productor. Primero el consumidor se puede ver afectado o beneficiado de los movimientos de los precios, si está buscando un cierto producto que le sea de utilidad a través de una tienda virtual y logra encontrarlo, este producto estará a cierto precio, pero si decide comprarlo ya sea un día, hora o hasta un minuto más tarde este precio puede variar.

Aquí es cuando entran las ventajas del productor, ya que al vender de manera virtual es más sencillo cuantificar las ventas como las personas que vieron su producto, además de saber en tiempo real su stock de productos disponibles. Por ende, si el productor observa que existe una demanda muy grande de ciertos productos aumentara el precio de estos para obtener más ganancias y también para contar

siempre con un stock y no quedar fuera del mercado hasta que sus proveedores le vuelvan a proporcionar otros productos.

También se puede analizar de manera inversa, en donde los bienes alcanzan precios muy bajos, esto principalmente se debe a que las tiendas virtuales están sacando todo lo sobrante que tienen en sus almacenes y de esa manera recuperar los costos para proveerse de nuevos productos, viéndose beneficiado el consumidor ante este efecto, existen ciertas herramientas que puede utilizar el cliente para observar los cambios de precios, estando en algunos casos por debajo del precio en los establecimientos físicos, lo cual se vuelve aún más atractivo para el consumidor.

### **3.2 Seguridad y métodos de pago**

El comercio electrónico al ser un tipo de comercio nuevo para la sociedad, ha confrontando varios problemas y uno de los más importantes es la incertidumbre que provoca si un consumidor desea comprar por este medio.

Existen por lo menos dos incertidumbres que destacan en la conducta de los consumidores, estos son sobre la seguridad y los métodos de pago, la primer vertiente los futuros consumidores tienden a pensar que sólo se realizan estafas por este medio y que cuando llegue el producto no sea lo que esperaba, o en el peor de los casos que no reciba nada y que también haya perdido todo su dinero, la segunda vertiente habla sobre los métodos de pago, ya que los que desean realizar compras tienen miedo de que tanto su información personal y bancaria sea expuesta a empresas o personas que realicen un mal uso.

Al principio era muy difícil poder realizar pagos a través de internet, por dos principales razones ya mencionadas, la seguridad por algún tipo de fraude y la segunda razón es que no había formas de pago tan flexibles para que cualquier persona pudiera hacer uso de estos medios, la única opción que se tenía era pagar específicamente con tarjetas de crédito y que el banco tuviera habilitada la cuenta para realizar transacciones en línea, esto ocurría a mediados de los noventa en el

mundo, pero en México llegó tardíamente y no en una cierta fecha sino que con la ayuda del Banco de México y los bancos fueron habilitando paulatinamente estas opciones.

Por esta razón, es importante conocer la seguridad al comprar en tiendas virtuales y los métodos de pago eficientes para evitar filtraciones por parte de terceros, se debe de resaltar que actualmente en México ha aumentado la seguridad para poder comprar a través del internet por parte de los dos sectores importantes, tanto del sector privado y más recientemente por gubernamental.

### **3.2.1 Seguridad**

La seguridad es un tema importante, para poder realizar las transacciones bancarias de una manera eficiente y poder atraer nuevos consumidores como productores al mercado virtual.

Con el paso del tiempo se ha ido aumentando la seguridad para garantizar un mejor servicio en las diferentes tiendas, ya que de manera inicial cuando se vendían productos por internet no se tenía certeza si llegaría y nadie se hacía responsable del mismo, lo que produjo que no fuera atractivo para el consumidor.

Por esta razón, las tiendas decidieron cambiar la forma de vender, la principal modificación que realizaron fue a través de sus términos y condiciones, así podrían garantizar que tanto los proveedores como los consumidores recibieran sus ganancias y sus productos, por lo que paso de ser un medio para la compra de productos a un intermediario que garantiza la satisfacción de ambas partes, pero al tener un costo, se empezaron a cobrar comisiones para mantener este servicio.

Al ser las tiendas virtuales tanto proveedoras de seguridad como intermediarias, se vieron en la necesidad de comprar certificaciones para comprobar que se logra la seguridad de cualquier persona o empresa.

### **3.2.1.1 PCI DSS**

Una de las certificaciones más importantes es el “Estándar de Seguridad de los Datos de la Industria de las Tarjetas de Pago” o también conocido como “PCI DSS”, la cual asegura y administra toda la información bancaria, esta certificación la brinda el “Consejo de Estándares de Seguridad de PCI” integrada por American Express, JCB International, Discover Financial Services, MasterCard Worldwide y Visa inc. Esta certificación se aplica a escala mundial a todas las páginas de internet que se dediquen recabar, procesar y transmitir datos bancarios como datos confidenciales sin importar si es un proveedor, un cliente o hasta un trabajador de la misma compañía.

Para garantizar aún más la seguridad con el uso de esta certificación, las tiendas virtuales deben de realizar una evaluación constantemente para poder mantener su PSI DSS, si por cualquier razón no alcanza la certificación o la renovación se le imponen multas, auditorias o en casos graves la pérdida de esta certificación.

Para ser uso del PCI se deben de seguir una serie de requisitos específicos. Como el uso de “firewall” para bloquear el acceso no autorizado a terceros y mantener segura su red local, cifrar la información que reciba sobre cuentas bancarias e información personal cuando los consumidores y proveedores se conecten a través de redes públicos y no exista una filtración, mantener su red segura con el uso de antivirus y siempre actualizándose ante nuevas amenazas, mantener delimitado el acceso a la información restringiendo así que ningún usuario pueda obtener datos bancarios de otros usuarios, comprobar todos los requisitos anteriores para tener total seguridad y por último se debe de contar con una política de seguridad de información donde la tienda especifique como se va a regir en ese tema.

Muchas tiendas como sitios bancarios de internet se rigen por esta certificación que sigue aumentando a gran proporción, ya que esta es la mayor certificación de seguridad que puede garantizar una tienda virtual para poder desarrollarse actualmente.

En México han aumentado las empresas que cuentan con tienda virtual, con este tipo de certificación, las más importantes son Amazon.com.mx con su certificación AWS donde ya se encuentra integrado con PCI DSS, MercadoLibre y su página bancaria Mercado Pago. Esas son a escala nacional, pero tiendas de otros países que venden sus productos en México se hace aún más extensa esta lista, tales tiendas con eBay, Amazon.com, Wal-Mart USA, etc.

### **3.2.1.2 Secure Sockets Layer**

La certificación PCI a pesar de ser una de las más importantes existen variaciones de esta que brindan la misma seguridad, pero en lugar de certificación es en forma de servicio, así los consumidores y la misma empresa mantienen altos estándares de seguridad informática. De los más comunes tenemos la encriptación “Secure Sockets Layer” o “SSL”, este permite que realizar transferencias de información de un lugar a otro y viceversa de manera segura, lo logra cifrando y descifrando datos a la hora de la transferencia de información. Muchas páginas de internet utilizan este servicio para proteger datos importantes de los mismos o de la comunidad que lo conforma, pero detalladamente con las tiendas virtuales protege la información de los consumidores tanto personal como bancaria. La que más destaca en el mercado virtual mexicano es Linio, la cual brinda una amplia gama productos de proveedores nacionales como internacionales para el mercado mexicano, también en el uso de este servicio podemos hablar sobre las grandes asociaciones mexicanas de venta en línea.

Podemos seguir explicando una amplia gama de certificaciones como de servicios que brindan seguridad en las compras virtuales, pero en nuestro país hace más de veinte años se han desarrollado asociaciones con diferentes empresas para poder abrir más el mercado virtual dentro de las empresas mexicanas y no sólo predominen las transnacionales.

### 3.2.1.3 Asociaciones mexicano de comercio en línea

Primero tenemos la asociación “Sello de confianza asociación de internet.mx”, esta brinda un sello especial en las diferentes tiendas virtuales participantes, sirve para generar confianza en las ventas en línea para cualquier futuro consumidor. El sello se logra al entrar en esta asociación, pero antes debe de cumplir con ciertos estándares de seguridad, los más destacados son:

- La finalidad del uso de los datos personales.
- Las opciones y medios que el responsable ofrecerá a los titulares de la información para limitar el uso o divulgación de sus datos.
- El uso de cookies<sup>7</sup> y otras herramientas de rastreo.
- Especificar si se realizan transferencias de información con terceros.
- Una cláusula que informe a los usuarios sobre el derecho de ejercer de acudir al Instituto Nacional de Transparencia si estos consideran que ha sido vulnerado su derecho a la protección de datos personales.

El uso de este sello ha logrado que varias empresas mexicanas pueden integrarse a nuevos mercados usando la tecnología y a la vez no sufrir de incertidumbre los futuros consumidores, las empresas que participan son más de 250 que garantizan resguardar información personal. De las empresas más importantes tenemos Elektra, Office Depot de México, Coppel, Deportes Martí, Tiendas Soriana, etc. Mientras por el lado de las instituciones tenemos INFONAVIT, CONEVAL, Universidad Digital del Estado de México, etc.

Otra asociación importante es “AMVO” o “Asociación Mexicana de Ventas Online”, se encuentra orientada a impulsar y consolidar el comercio electrónico dentro de nuestro país a través del desarrollo de herramientas para tiendas virtuales, como el uso de estudios sobre los movimientos de los mercados y colaborar con las

---

<sup>7</sup> Cookies son los datos almacenados por los sitios web para identificar a sus usuarios.



autoridades e instituciones financieras para que estos brinden facilidades para crecer rápidamente en este innovador mercado. Esta asociación es la encargada de guiar a las nuevas empresas por los estándares de seguridad que se deben de regir las ventas en línea, también brinda información importante de cómo debe lograrse por las modificaciones del mercado virtual internacional, pero al ser una asociación no se puede recabar más esta información ya que sólo tienen accesos las empresas participantes.

El sello de AMVO lo puede tener cuando una empresa ya tiene una posición importante dentro del mercado o en otras palabras cuando ya maneja un mínimo de transferencias por año y un mínimo de nuevos usuarios mensualmente. Esta asociación cuenta con más de 250 miembros, los comercios, proveedores y membresías más importantes son Amazon.com.mx, Aeroméxico, MercadoLibre, Telcel, SegundaMano, Oxxo, Visa, BBVA, Best Buy, etcétera.

Con esta asociación se trata de fomentar el comercio virtual de las grandes empresas a las pequeñas empresas que se quieren posicionar, pero cumpliendo con la seguridad necesaria de transferencias de información y no sufrir ningún ataque o incertidumbre por parte de sus consumidores.

### **3.2.2 Formas de pago**

Conforme paso el tiempo las tiendas virtuales han diversificado los medios de pago para poder aumentar su demanda a nivel mundial, ya que algunos consumidores desean comprar, pero no tienen los medios de cómo lograrlo, también han ayudado los banco facilitando las maneras para adquirir una tarjeta de crédito o débito, y por último la creación de sistemas de pagos online que han ayudado a facilitar las compras en línea. En este apartado mencionaremos las principales formas de pago que están disponibles en México sin importar si las tiendas virtuales son locales o de otros países.

La forma más conocida y común para realizar transacciones electrónicas son a través de las tarjetas de crédito o débito emitidas por los bancos, se debe de resaltar

que es una de las formas más inseguras ya que se está dando información directa sobre una cuenta bancaria, por ende, sólo se debe de utilizar en páginas con ciertas certificaciones de seguridad o con el sello de ciertas asociaciones de ventas por internet. A pesar de esto es la forma de pago más aceptada por diferentes tiendas a escala mundial, las tarjetas más comunes son Visa, MasterCard y American Express, por ende, cualquier página con certificación "PCI DSS" aceptara este método de pago.

El uso de estas tarjetas fue de las primeras formas para pagar en línea por eso el mercado virtual se encontró mucho tiempo limitado a los consumidores que contaban con este recurso financiero, ya que para poder obtenerla se necesitaba cumplir ciertos requisitos bancarios que no toda la población podía lograr y que se expresara más adelante. En la lista de tiendas que aceptan este medio de pago es muy amplia, pero nos delimitaremos a mencionar sólo algunos ejemplos como Aliexpress, Amazon.com, MercadoLibre, etc.

La segunda forma de pago son las transferencias bancarias, en este caso el comprador realiza el procedimiento para adquirir un producto de una tienda virtual, pero el proceso de entrega por parte de la tienda se detiene hasta que el individuo, con un número de cuenta proporcionado debe realizar el pago en una institución financiera para poder hacer efectivo el pago y que la tienda realice él envío, es muy seguro este método de pago, pero no es la mejor opción para el consumidor ya que si ocurre cualquier problema es difícil demostrar con el comprobante de pago. También puede suceder lo contrario, que la tienda ya tenga preparado el artículo para enviar y que el consumidor nunca pague y no se concrete la compra, ya que esto provoca pérdidas de tiempo que se transforman en monetarias por la gestión del inventario.

Al igual que con el uso de tarjetas bancarias es muy común encontrar esta forma de pago en diferentes tiendas como MercadoLibre, Linio, etc. Pero es importante destacar que cae un valor extra al producto final debido a que el banco realiza la función de intermediario.

Esta segunda forma de pago tiene una vertiente importante que flexibiliza más las compras por internet, se diferencia que en lugar de realizar una transferencia en un banco se realiza en tiendas de autoservicio, esto se empezó a utilizar debido a que hay más tiendas de autoservicio en el país que instituciones bancarias por lo que facilita aún más la manera de pagar las compras virtuales, esta es de las formas más sencillas de pago pero de igual manera se agrega un valor extra porque estas tiendas tienen la función de intermediación.

Este medio de pago es uno de los más importantes en México ya que ha hecho aumentar la población dentro del mercado virtual considerablemente. De las más importantes son tres, MercadoLibre que con su sistema financiero llamado Mercado Pago entablo una relación con las tiendas de conveniencia Oxxo para agilizar el proceso de pago y aumentar la población virtual con personas no bancarizadas. La segunda es Amazon.com.mx y su relación con ciertos establecimientos comerciales, como Farmacias del Ahorro y Circle K, en esta opción las personas que no cuentan con una cuenta bancaria pueden acudir a estas tiendas y fondear sus cuentas de Amazon.com.mx para comprar productos sólo en esta tienda. Por último, tenemos a Linio la cual ofrece la opción de pagar en Oxxo, funcionando de la misma manera que Mercado Pago.

La tercera forma de pago la cual ha tenido un impacto importante a nivel mundial es el uso de sistemas financieros en línea, pero el más destacado es PayPal Holdings, Inc. Esta empresa opera a escala mundial y funciona como un sistema de pagos en línea, las funciones más importantes que realiza es la de transferencias bancarias entre sus usuarios sin importar de que parte del mundo sea, ya sea una persona de México puede realizar una transferencia a una persona de España, llegado a este punto llegamos otra función de PayPal, la cual es realizar la conversión entre diferentes monedas utilizadas en el mundo, como por ejemplo cambios euros a pesos mexicanos y viceversa.

La historia de PayPal es larga ya que sus orígenes fueron en 1998 e inicio con el nombre de Confinity, pero después de su fusión con "X.com" en el 2001 tomo el nombre de PayPal, para el siguiente año la compro eBay por ser uno de los métodos

de pago más utilizados por sus usuarios. A partir de este punto fue creciendo exponencialmente por el uso de los consumidores como las empresas que aceptaban este método de pago con ciertas comisiones, pero se garantiza la seguridad para ambas partes de la venta.

Actualmente maneja más de 26 monedas lo cual hace que sea una de las más utilizadas a escala mundial. En México son muchas empresas que aceptan este medio de pago como eBay, Best Buy, Elektra, Forever 21, Estafeta, etc.

Existen otros sistemas financieros como PayPal tales son MercadoPago proporcionado por MercadoLibre y AliPay proporcionado por Alibaba, pero se resaltó el caso de PayPal porque es más utilizado dentro del mercado mexicano.

La cuarta forma de pago es el uso de Bancos en línea, esta opción es una innovación a las ya mencionadas tarjetas de crédito o débito, ya que ahora no se necesita ir a una institución bancaria para poder abrir una cuenta y que se otorgue una tarjeta, sino que todo este proceso se realiza por bancos que sólo operan por internet y no cuentan con un lugar físico. Es más, cómoda y flexible esta opción para los nuevos usuarios de internet, porque puede obtener tarjetas de manera virtual sin tener que pagar altos montos por comisiones, esto a nivel mundial ha sido recibido positivamente por los consumidores haciendo que las tiendas virtuales acepten esta innovación bancaria.

El caso mexicano es una historia diferente, a partir de la última década empezó la apertura de este tipo de bancos esperando aumentar el número de consumidores, pero esto no fue así ya que según la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera del 2018 más del 90% de la población mexicana cuenta con cobertura para utilizar un sistema financiero, pero esta encuesta arroja que el 42% de esta población no utiliza la banca en línea ya sea para integrarse a nuevos bancos que funcionan de esta manera o utilizar la banca en línea que sus bancos físicos actuales.

El principal problema es que los bancos no han sabido como introducir esta innovación bancaria al mercado mexicano, esto provoca que las personas prefieran

ir a los bancos físicos porque no saben cómo es que funciona la banca en línea y mucho menos como es que debe de ser utilizada, agregando de que existe cierto miedo por el robo de información personal. Esta forma de pago es parecida a las tarjetas de crédito y débito que mencionamos antes, pero la diferencia es que estos bancos no cuentan con un lugar físico y operan sólo por internet tales como Broxel, Vexi, Albo, Bankaool, Weex wallet y los bancos físicos que se han innovado a este medio es Grupo Financiero Banorte, etc.

La quinta forma de pago es el uso de monedas virtuales, el uso de las criptomonedas se ha ido popularizando en el mercado mundial en los últimos 4 años, no ha tenido gran impacto para que las grandes tiendas virtuales hagan uso de estas, esto se debe al gran problema que ha tenido su popularidad a nivel mundial ya que al no estar regulada provoca cierta incertidumbre financiera entre los países, uno de los casos más conocidos es el de China que decidió prohibir el uso de las transacciones de criptomonedas en su país y que con casos similares se ha ido afectado y disminuyendo el uso de estas monedas.

Repercutiendo primero en las tiendas virtuales y al final en los consumidores que tenían este tipo de monedas. Si eran pocas tiendas que ofrecían este medio de pago ahora han disminuido más, un ejemplo es el de Steam<sup>8</sup> que aceptaba como método de pago la criptomoneda Bitcoin, pero esto dejó de suceder hasta finales del 2017 que decidió dejar de aceptar esta moneda debido a las altas tarifas para su movimiento y la gran fluctuación que tenían.

El caso mexicano no es indiferente al mundial, son muy pocas las tiendas físicas o casi nulas que aceptan este método de pago, pero de las tiendas virtuales no hay ninguna que acepte de manera oficial las criptomonedas, la única manera de poder utilizarlo en el país es a través bancas en línea que realiza la conversión de

---

<sup>8</sup> Steam es una plataforma para comprar videojuegos virtualmente.

criptomonedas a moneda mexicana, como PayPal y otro tipo de bancas. De los únicos lugares físicos que aceptan esta forma de pago en Café Punta del Cielo, Cafetería Calzada de Tlalpan, etc.

La última forma de pago abarca varios métodos, pero que se utilizan con menor proporción, son el pago contra entrega, el cual un trabajador de la tienda asiste a la casa del consumidor para hacer la transacción en efectivo, este método no es muy positivo debido a que existe gran inseguridad por ambas partes. Otro método de pago es el cargo a un servicio que tenga el consumidor, a pesar de que hay muchas empresas que utilizan este método no es muy conocido por el consumidor mexicano, ejemplos de esto es la compañía AT&T la cual ofrece hacer compras en diferentes tiendas virtuales cargo a la factura del consumidor, otro ejemplo es Claro Shop manejando como forma de pago un cargo al recibo de TELMEX.

En México los últimos 10 años se ha diversificado mucho los medios de pago para realizar transacciones bancarias de forma virtual, pero el problema recae en el que los consumidores tienen miedo que sus datos sean robados y la falta de conocimiento para hacer uso de estos servicios, propiciando que no crezca a gran escala el comercio electrónico en nuestro país, sin importan si la tienda es nacional como del exterior.

### **3.3 Creciente demanda del comercio electrónico**

Una vez determinado como es que funcionan las tiendas virtuales en el mercado mexicano, debemos de abordar que es lo que está sucediendo en esta población a través del uso de diferentes indicadores, que nos pueden ayudar a conocer la situación actual como las expectativas que se tendrá con el uso de las tiendas virtuales y conocer el impacto que pueda tener en los consumidores como en la economía mexicana.

### 3.3.1 Población

El primer indicador a analizar es la población mexicana y su tasa de crecimiento, es importante debido a que la demanda del comercio electrónico se encuentra limitada al crecimiento poblacional, entonces si existe una fluctuación importante en la población repercutirá directamente en la demanda de este comercio en el largo plazo.

Tabla 3.1 “Población Total de México”

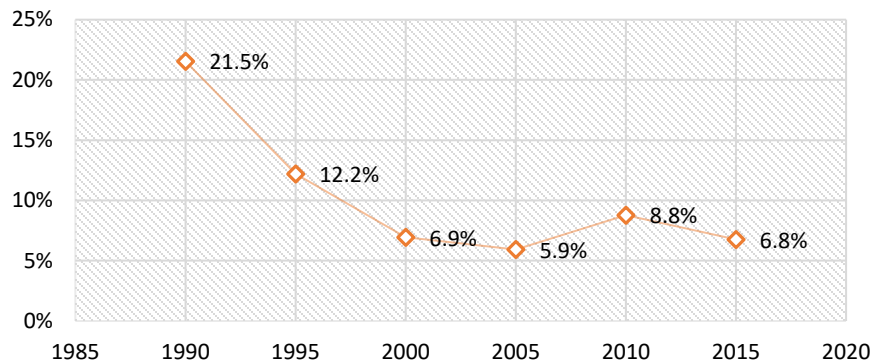
Año	Población (Millones de habitantes)	Tasa de crecimiento (Porcentaje)
1990	81,249,645	21.5%
1995	91,158,290	12.2%
2000	97,483,412	6.9%
2005	103,263,388	5.9%
2010	112,336,538	8.8%
2015	119,938,473	6.8%

Fuente: INEGI. Censos y Conteos de Población y Vivienda.

En la tabla 3.1 se aprecia la población mexicana desde 1990 hasta el 2015, se tomó 1990 como el año inicial debido a que en el presente las personas que compran por internet en mayor proporción son los que tienen un rango de edad de 10 a 30 años, también es importante mencionar que los resultados obtenidos de un periodo a otro son con un plazo de 5 años por el Censo que realiza el INEGI.

Analizando la información se obtuvo que la población mexicana sigue aumentando año con año, pero por el lado contrario la tasa de crecimiento ha disminuido drásticamente de la situación inicial hasta el 2015, bajando más de 14 puntos, una cifra muy importante. Se logra observar la siguiente información en la siguiente gráfica.

Gráfica 3.1 “Tasa de crecimiento poblacional de México”  
(Porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos y Conteos de Población y Vivienda del INEGI.

Con la Gráfica 3.1 se facilita conocer la caída en la tasa de crecimiento poblacional, es importante destacar que sólo en el 2010 hubo un pequeño crecimiento, pero la tendencia es a la baja debido a la vida en pareja y principalmente por las mujeres que han disminuido más de la mitad del tiempo de su vida a la crianza de los hijos. En promedio se tiene registrado que tasa de crecimiento de México es del 10%, pero si hacemos este mismo promedio desde el año 2000 que es cuando se mantiene una tendencia constante por el nuevo cambio de vida, el promedio de la tasa pasa al 7%, por ende podemos calcular que en el 2019 la población mexicana será aproximadamente 140 millones de habitantes, si restamos la población a partir de 1990 obtenemos que aproximadamente 60 millones de personas tienen menos de 30 años, lo cual hace que la mitad de la población sea joven, esto es muy atractivo para las tiendas virtuales ya que quienes lo utilizan son principalmente el público joven, entonces las tiendas si pueden tener una demanda de consumidores muy alta en México a comparación con otros países, pero es importante analizar los problemas que ocurren en esta población por la cual no están inmersos en el comercio electrónico y cómo es que el gobierno mexicano no fomenta lo necesario para que crezca ya que pueda impactar positivamente en la economía.



### 3.3.1.1 Población ocupada y desocupada

Una vez analizada la población total se debe separar esta variable en segmentos para tener un buen análisis de la población mexicana y su interacción dentro del comercio electrónico. Dividiremos la población mexicana en dos grupos importantes, el primero abarca a los trabajadores empleados y obreros que reciben una remuneración fija o determinada dependiendo del tiempo que trabajen, este grupo se le denominará población ocupada, mientras que el segundo grupo es la población desocupada que abarca las personas que están buscando incorporarse a cualquier actividad económica pero aún no lo han logrado.

Es importante conocer el comportamiento histórico sobre este indicador, ya que las personas que se encuentran laborando tienen una cuenta bancaria como mínimo, por lo cual hace más fácil la inmersión al mercado virtual. En la tabla 3.2 observamos el comportamiento de la tasa poblacional ocupada y desocupada en los últimos 9 años.

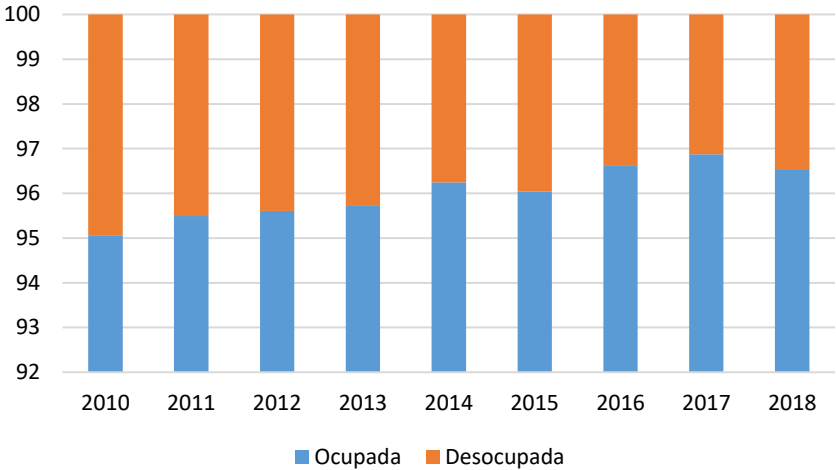
Tabla 3.2 “Tasa poblacional de ocupación en México de 2005 al 2018”  
(Porcentaje)

<b>Año</b>	<b>Ocupada</b>	<b>Desocupada</b>
<b>2010</b>	95.06	4.93
<b>2011</b>	95.49	4.50
<b>2012</b>	95.60	4.39
<b>2013</b>	95.73	4.26
<b>2014</b>	96.24	3.75
<b>2015</b>	96.03	3.96
<b>2016</b>	96.62	3.37
<b>2017</b>	96.87	3.12
<b>2018</b>	96.52	3.47

Fuente: INEGI, Banco de Información Económica

Observando la tabla 3.2 la población ocupada tiene una tendencia del 95% al 97% una variación sólo del 2%, mientras que la población desocupada sigue una tendencia del 2% a casi el 5%, una variación superior que la población ocupada. De forma gráfica podemos expresar la tasa poblacional de la siguiente manera.

Gráfica 3.2 “Tasa poblacional de ocupación en México del 2010 al 2018”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos de los Censos y Conteos de Población y Vivienda del INEGI.

En la gráfica se logra observar con mayor detalle como es el comportamiento principalmente de la población desocupada, primero observamos que su tasa era del 4.9% en el 2010 pero en el 2018 se observa una mejoría importante al disminuir al 3.4 Si se ve por completo la gráfica se observa una tendencia al alza el cual el punto más alto fue en el 2017 y llegando a su punto más bajo en el 2010, posteriormente subió casi al 97% en el 2017, para el siguiente año disminuye la población ocupada.

Esta cifra es clave para la inclusión de la población en el mercado electrónico, ya que a pesar de aumentar la tasa de la población desocupada, el 95% se encuentra laborando y recibiendo ingresos facilitándole esta inclusión, entonces el gobierno mexicano debe de poner énfasis en el comercio electrónico ya que las personas cada vez cuentan con más entradas hacia las tiendas virtuales, es importante

explicar que no se necesita contar con altos ingresos para poder realizar una compra por internet, pero si es necesario conocerlo, este indicador nos puede mostrar que rango de la población tiende a comprar más por este medio y en el sector que debe de poner énfasis el gobierno mexicano.

Ahora segmentaremos aún más la población que se encuentra laborando, esta segmentación para nuestra investigación debe de ser por el nivel de ingresos que perciben, esta manera podemos lograr ver el comportamiento de la población ocupada y como se segmenta el nivel de ingresos, esto impacta dentro del comercio mundial y específicamente en el electrónico.

### **3.3.1.2 Población ocupada segmentada por ingresos**

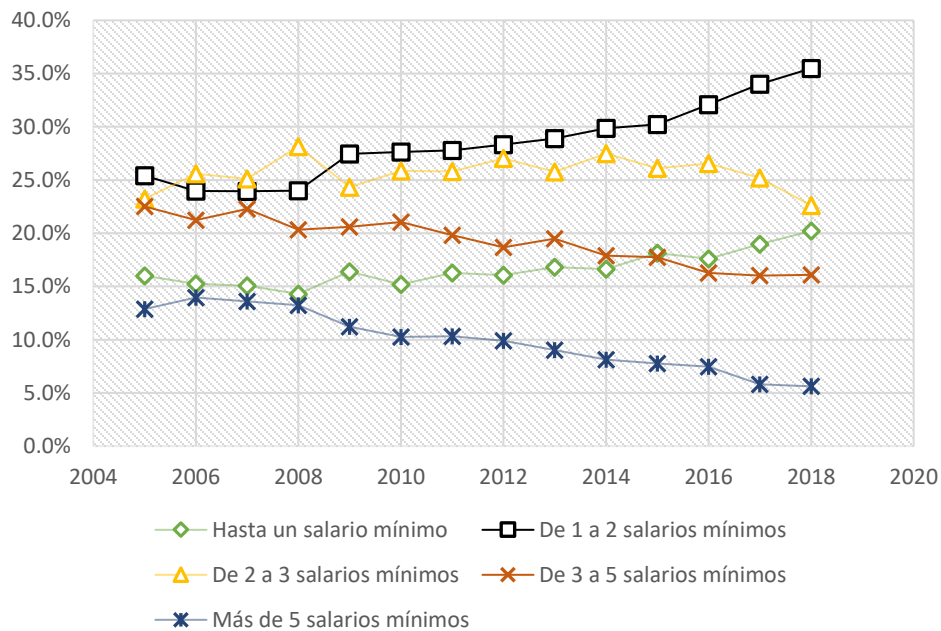
Para poder analizar este apartado debemos de separar la población ocupada en 5 vertientes, la primera comprende las personas que reciben un sólo salario mínimo<sup>9</sup>, la segunda mayor de un salario a 2 salarios mínimos, la siguiente de 2 a 3, la cuarta de 3 a 5 y por ultimo las personas que perciben más de 5 salarios mínimos al día.

Con este análisis se busca conocer si la población cuenta con los ingresos suficientes para realizar compras con mayor frecuencia por internet, si una persona percibe ingresos bajos no realizara o será su mínima participación en el comercio electrónico, pero las personas con un ingreso mayor pueden realizar muchas más compras lo cual impactaría a la economía mexicana. Para este análisis se utilizarán datos del INEGI de los últimos trece años sobre la percepción de los salarios mínimos.

---

<sup>9</sup> El salario mínimo vigente a partir del 2018 es \$88.36 pesos mexicanos acordado por la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos.

Gráfica 3.3 “Tasas de percepción de salario mínimo en México del 2005 al 2018”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos del Banco de Información Económica del INEGI.

En la Gráfica 3.3 podemos observar dos tendencias importantes, la primera es la reducción de importante de las personas que perciben de dos en adelante salarios mínimos por día, destacando el caso más marcado de las personas que perciben más de cinco salarios mínimos por día ya que del 2005 al 2018, se tiene registrado una pérdida aproximada del 7%. La segunda tendencia es el aumento en las vertientes de población ocupada que perciben hasta dos salarios mínimos, como se logra ver en la gráfica el caso en el que más aumento fue en el de las personas que perciben de uno a dos salarios mínimos por día, aumentando aproximadamente el 10% de la población ocupada.

Con estas tendencias marcadas en los últimos 14 años, se puede decir que la brecha ya existente en el 2005 la desigualdad de los salarios se ha ido agudizando de una manera muy extrema perjudicando a la economía y a la población mexicana con menor percepción de ingresos.

Este indicador es determinante para el comercio electrónico mexicano, a simple vista se puede interpretar esta información en que la población mexicana conforme avancen los años disminuirá el uso de tiendas virtuales ya que no contará con los recursos suficientes para realizar estos procesos de compra venta.

La realidad es que no es así, como se habló con anterioridad las tiendas virtuales quieren aumentar su número de consumidores ofreciendo diferentes formas de pago sin importar los ingresos que perciban, pero la desigualdad tan marcada de los salarios provoca cambios importantes dentro del comercio electrónico, esto quiere decir que los consumidores actuales y los futuros al recibir menores ingresos trataran de obtener los bienes necesarios para ellos a un menor precio, pero como estamos hablando que el comercio electrónico es a escala mundial, la mayoría de las tiendas virtuales que manejan los precios más bajos son los que se encuentran en el continente asiático, por ende los consumidores mexicanos, principalmente los jóvenes, se les hará más atractivas las tiendas que manejan menores precios sin importarles si son nacionales e internacionales. Esto provoca un aumento fuerte a las importaciones que tiene un impacto en la economía nacional, por esta razón debe de ser muy importante la intervención del gobierno mexicano ante esta nueva situación.

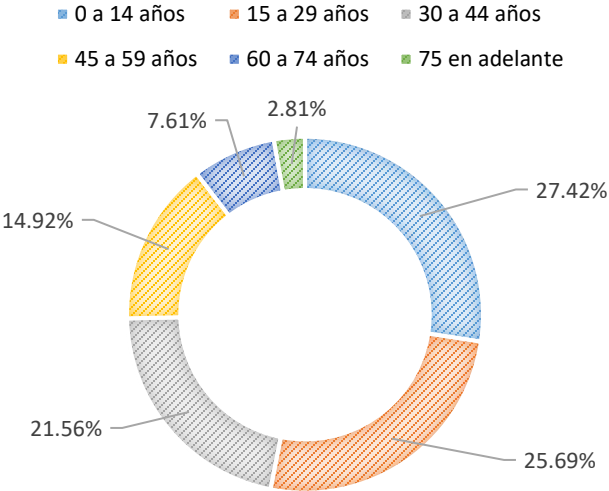
### **3.3.1.3 Población segmentada por edades**

Otro indicador para analizar es la población dividida por edades, muy importante para las grandes empresas virtuales ya que aquí es donde tratan de buscar nuevos consumidores enfocándose principalmente en el rango de edad con mayor proporción de personas. También sirve para una buena intervención gubernamental, para conocer cómo es que se modificara este comercio en los años siguientes, ya que una persona mayor a 50 años no comprara con la misma frecuencia que una persona de 20 en las tiendas virtuales, por esta razón se debe analizar detalladamente.

En la siguiente gráfica se observa el comportamiento de la tasa poblacional por edades en el 2015, es importante mencionar que sólo se utilizara este año censal

ya que no es necesario hacer un análisis histórico de este tipo de datos para esta investigación.

Gráfica 3.4 “Población por edades en el 2015”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos de los Censos y Conteos de Población y Vivienda del INEGI.

En la Gráfica 3.4 tenemos varios resultados interesantes. Primero, la población de 60 años en adelante es una minoría sólo representando el 10% de la población total, esta cifra es positiva para las empresas que realizan ventas virtuales debido a que este tipo de personas no están interesados en comprar por estos medios, sino que prefieren asistir a un lugar físico para hacer cualquier compra.

El punto clave en esta gráfica, es la población que represente desde los 0 años hasta los 44 años de edad, debido a que representa el 75% de la población, mexicana una cifra atractiva para las tiendas virtuales, con esta información las tiendas se pueden enfocar en un mercado específico para realizar compras por internet. Profundizando, la edad más atractiva es de 0 a 29 años debido a que estas personas crecieron conforme avanzó el uso de la tecnología de manera cotidiana, conociendo como es que se utiliza este medio y cómo es que deben de realizar compras en tiendas virtuales.

Aunque parezca raro en este análisis también se involucran a los niños, ya que ellos crecieron utilizando diferentes tecnologías como las tabletas, teléfonos celulares, y muchos más. Por ende, las grandes empresas saben cómo vender su publicidad a este público joven a través de estos medios y a pesar de que no cuentan con los elementos necesarios para realizar compras, intervienen sus padres que realizan la compra de estos productos para satisfacer las necesidades de sus hijos.

#### **3.3.1.4 Población por nivel socioeconómico**

Por último, integrando todo el tema de la población dentro de la creciente demanda del comercio electrónico obtenemos el nivel socioeconómico de la población nacional, un estudio denominado NSE (Niveles Socioeconómicos), nos ayudará a conocer mejor el desarrollo y comportamiento de los consumidores nacionales, de esta manera poder establecer una evaluación digna al comercio electrónico en México.

Este estudio se encuentra realizado por tres instituciones el Consejo Nacional de Población, la Secretaria de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, y por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Determina el nivel de satisfacción de las necesidades más importantes de los hogares mexicanos, para lograrlo determina seis variables fundamentales, la escolaridad, cuartos de la casa, baños, número de personas ocupadas, numero de autos y si cuentan con internet. Por ende, si las familias cuentan con la mayoría de uso de internet y el número de personas ocupadas es elevado, el desarrollo del e-Commerce será mayor.

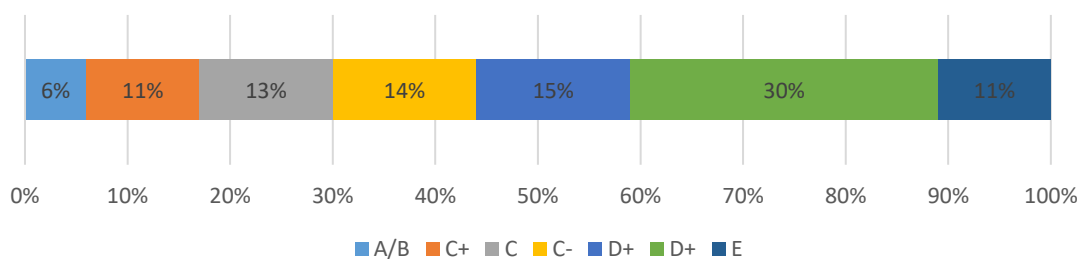
Clasifica a los hogares por siete niveles, estos son los siguientes pero detallados en el caso del internet en la vivienda:

- A/B. Cuenta el 98%.
- C+. Cuenta con 91%.
- C. Cuenta con el 73%.
- C-. Cuenta con el 43%.
- D+. Cuenta con el 19%.

- D. Cuenta con el 4%.
- E. Cuenta con el 0.1%.

Con esta información se puede interpretar la distribución de los hogares del país clasificados por nivel socioeconómico del 2016 de la siguiente manera.

Gráfica 3.4.1 “Clasificación de los hogares mexicanos por nivel socioeconómico en el 2016”  
(Porcentaje)



Fuente. Cálculos del AMAI con datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2016.

En la gráfica 3.4.1 observamos la distribución de los hogares mexicanos por nivel socioeconómico en el 2016, los datos relevantes para el e-Commerce se encuentra en el nivel C- hasta el nivel A/B debido a que la mayoría de estas familias cuentan con acceso a internet.

Del nivel A/B al C- representa el 44% del total de los hogares mexicanos y retomando las características de cada uno de estos niveles se tiene que aproximadamente el 71% de esta muestra cuenta con internet, una cifra bastante alta, ahora si en lugar de tomar la muestra más representativa se calcula el uso del internet en todo el país la cifra disminuye aproximadamente al 40%, a pesar de este resultado es una gran parte de la población nacional que cuenta con internet fijo, sin considerar otras variables que toma en cuenta el estudio del AMAI ayudaría a determinar la frecuencia y el uso que le dan los hogares mexicanos al internet.



Por esta razón debe de intervenir el gobierno mexicano, que a pesar de brindar los medios de comunicación importantes, como el internet, debe de crear un conocimiento mediante la educación a temprana edad de los niños para que conozcan cómo es que se comporta el internet y los riesgos que conlleva realizar compras sin la intervención de un adulto, esto por el lado de las nuevas generaciones, pero por otro lado con las personas de 15 a 44 años debe de establecer ciertas medidas de prevención de desestabilización económica, ya que al ser la población más grande es la que mayor puede influir en el aumento de importaciones, esta parte se verá más específica y a detalle en el siguiente capítulo.

### **3.3.2 Internet**

Determinada y analizada la población mexicana en varios índices relevantes para esta investigación, ahora hablaremos sobre las “TIC” o las “Tecnología de la Información y las Comunicaciones” haciendo énfasis en el tema del Internet, esto porque el comercio electrónico sólo se desarrolla a través de este medio no existe un mercado físico para las transacciones, por lo que se debe de estudiar su comportamiento dentro del territorio mexicano y cómo es que ha impactado a la población.

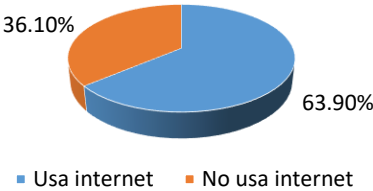
#### **3.3.2.1 Acceso a internet**

En México el uso general del internet se ha ido diversificando, primero fue con las computadoras, pero en la actualidad existen una gran diversificación de productos que hacen uso de esta herramienta, de esta manera a las personas se les hace más común utilizar el internet. La forma en que se distribuye al principio fue con las empresas que brindan los servicios de comunicación y entretenimiento, pero cada vez más empresas enfocadas únicamente en internet tratan de adentrarse a este gran mercado.

Los mexicanos han ido aumentando el uso de este servicio, pero se debe de recalcar que aún existe mucha población que no lo utiliza tal como se explicó anteriormente, los principales topes son la falta de infraestructura para llegar a lugares lejanos, zonas de difícil acceso y la falta de información para poder utilizarlo,

existen otros más pero no tan importantes. En la siguiente gráfica se logra observar el porcentaje de la población que utiliza y no utiliza el internet con datos del 2017.

Gráfica 3.5 “Población mexicana con acceso a internet en el 2017”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos del ENDUTIH, INEGI.

En la Gráfica 3.5 observamos que casi dos terceras partes de la población mexicana hacen uso del internet que se traduce en un aproximado de 71 millones de personas, mientras que una tercera parte que equivale a 40 millones de personas no hacen uso de este servicio. Estas cifras vistas desde la perspectiva del comercio electrónico son positivas debido a que existe o puede existir una gran demanda de consumidores, conveniente para las empresas mundiales y nacionales, así obtienen más ganancias que en otros países de Latinoamérica. Se hace una delimitación, debido a que las tiendas virtuales expanden su mercado pensando en los costos que tiene la implementación de un nuevo idioma, las políticas comerciales de cada país y la infraestructura que esto provoca.

Cabe mencionar que la gráfica 3.4.1 es un estudio elaborado por el AMAI el cual sólo considera el uso del internet fijo, no considera los módems portátiles o los dispositivos celulares que cuentan con acceso a internet, mientras que el estudio realizado por el ENDUTIH si contabiliza otros dispositivos que tengan acceso a internet de manera autónoma.

Nuestro país tal como se observó en las gráficas 3.4.1 y 3.5 es atractivo dentro del comercio electrónico, por esa razón en la última década ha aumentado de forma drástica las tiendas virtuales del exterior que hacen envíos a México. Primeramente, se ve como un beneficio a la población mexicana, ya que puede adquirir ciertos

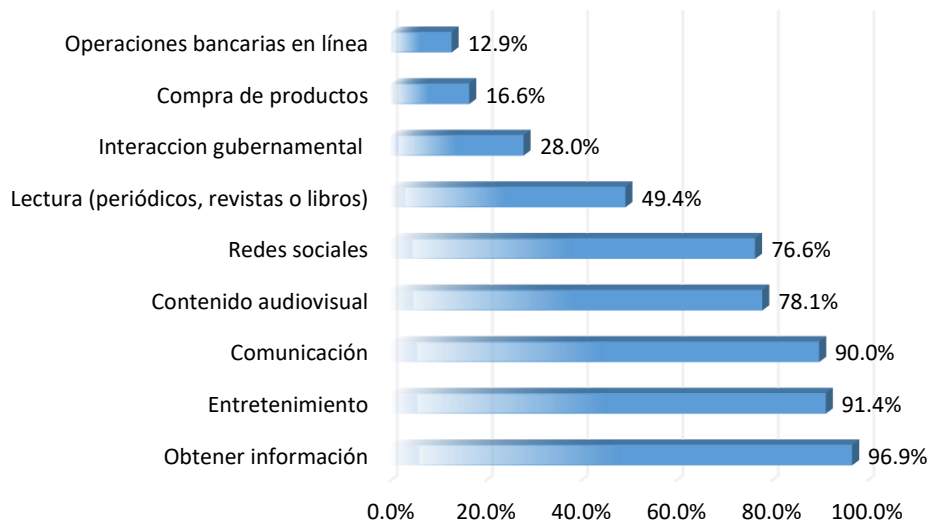
bienes con un precio muy accesible, pero si es observado económicamente estos productos son importaciones lo que hace que la economía nacional sea débil.

Dentro de la población que cuenta con acceso a internet debemos de segmentarla más para conocerla a detalle, con datos del INEGI en el 2017 se reportó que el 85% de las personas con acceso a internet viven en zonas urbanizadas, mientras que el sobrante 15% viven en zonas rurales. El porcentaje de las zonas rurales al ser demasiado bajo nos está indicando que no cuentan con la infraestructura para poder hacer uso de este servicio, en el país aún existen muchos lugares los cuales no cuentan con el servicio de electricidad y mucho menos tendrán internet. Entonces los principales consumidores son lo que se encuentran en las grandes ciudades o en los alrededores, este factor puede indicar que tipo de productos se puede vender en las tiendas virtuales por parte de las empresas.

### **3.3.2.2 Actividades en internet**

Sabemos que en la actualidad el internet se utiliza de diferentes maneras, como encontrar información sobre una fecha histórica, para ver videos de cualquier tipo, como medio de comunicación, compras, etc. Es por esto que se debe de fragmentar el uso del internet, ya que no será la misma proporción dedicada a la compra de productos que al uso de las redes sociales. Lo que se trata de encontrar con esta información es saber cómo las personas hacen uso de este medio y como ha sido la evolución de las compras de productos en las tiendas virtuales. El INEGI en sus “Estadísticas a propósito del día mundial del internet” que realiza anualmente, establece una lista de las actividades en internet más utilizadas en México, retomaremos esta lista y el porcentaje dedicado por la población establecido en la Gráfica siguiente.

Gráfica 3.6 “Actividades realizadas por internet en el 2017”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos del INEGI, ENDUTIH 2017.

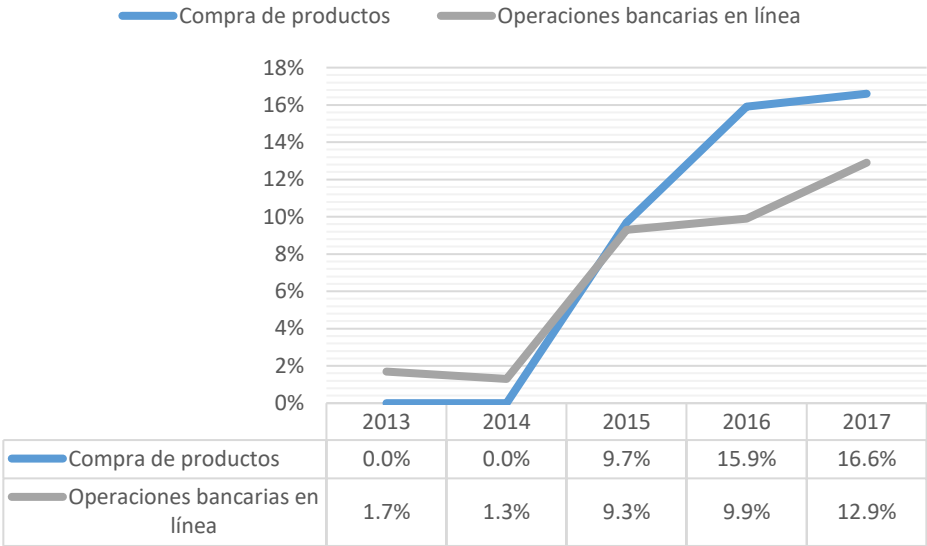
En la Gráfica 3.6 tenemos que en general la población mexicana en general hace uso de 9 actividades que brinda internet, para lo que más se utiliza este medio es para obtener información casi con el 97% de su población mientras que lo que se realiza con menos frecuencia son las operaciones bancarias que como se ha mencionado con anterioridad muchas personas no hacen uso de estos recursos por miedo al robo de información o por la falta de información para poder utilizarlos con facilidad.

Tenemos que más del 90% de personas que utilizan internet sólo lo hacen para poder obtener información, para entretenimiento y la comunicación, un caso especial es el de las redes sociales en México ya que se esperaría que se encontrará en los primeros lugares por el gran avance que las telecomunicaciones han logrado en los últimos 8 años, pero en promedio sólo lo utilizan tres cuartas partes de las personas.

A lo que se le debe de hacer énfasis es a las actividades que se realizan con menor frecuencia, las cuales son la compra de productos en línea y el uso de operaciones bancarias. Aproximadamente un 15% de esta población hace uso para comprar

productos en línea, es una fracción muy baja con respecto a otros países, aunado a esto sólo sabemos que es uno de los más bajos en las actividades, pero lo que no sabemos es como se ha comportado en los últimos años, por esta razón se debe de hacer un análisis histórico del uso de internet para realizar compras en México como la siguiente gráfica.

Gráfica 3.7 “Compras y operaciones bancarias del 2013 al 2017”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos del INEGI, ENDUTIH y MODUTIH.

En la Gráfica 3.7 observamos varios casos particulares, primero las operaciones bancarias las cuales del 2013 y el 2014 no representaba más del 2% de uso, pero se dispara su frecuencia a partir del 2015 llegando casi al 10% una diferencia muy marcada de un año a otro, debido a que los bancos aprovecharon el uso de internet para realizar transacciones bancarias, con esto ahorrarían costos y el cliente tendría más comodidad, esto se ha logrado con el fomento del uso de aplicaciones móviles a través de diferentes medios. Por ende, en nuestro país se tiene que empezar a estudiar mejor este servicio financiero, ya que al estar creciendo a grandes pasos la inseguridad bancaria aumenta por ataques, interferencias y mucho más. Si se le invierte correctamente por parte del sector público y del privado disminuirá el riesgo al hacer uso de esta actividad económica.

El segundo indicador que es importante analizar son las compras de productos en línea, una característica importante es que en nuestro país en el 2013 y el 2014 el INEGI no registraba las compras en línea como una actividad que se realizara a través del internet en México, ya que no había una muestra considerable para poder ser estudiada y mucho menos ponderada, hasta el 2015 y el 2016 fue cuando creció exponencialmente esta variable pasando del 0% al 16% debido a la inmersión de grandes tiendas virtuales principalmente extranjeras, una de las más importantes es “Amazon.com.mx”, pero existen muchas más que han entrado al mercado mexicano y que ha tenido un buen recibimiento por parte de los consumidores.

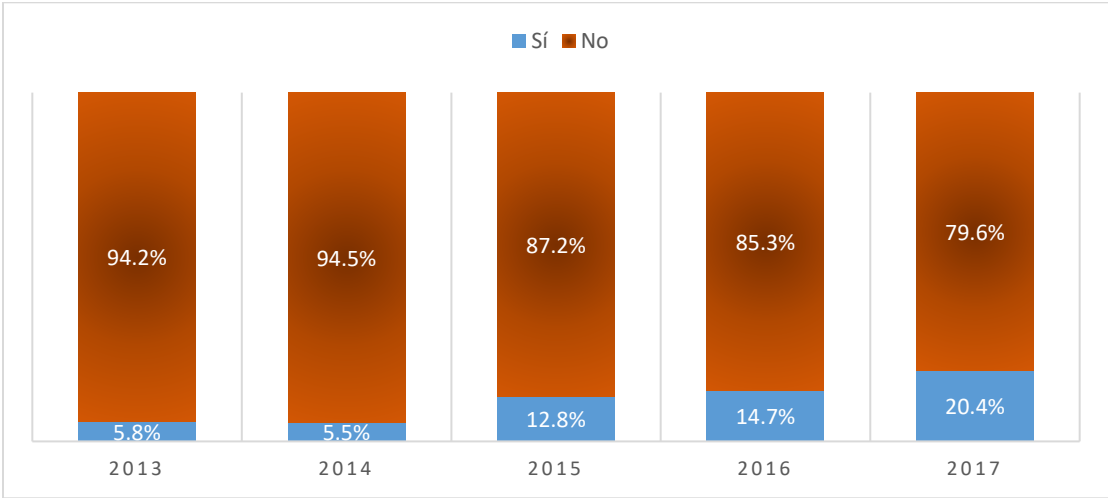
Entonces a pesar de que la Gráfica 3.6 nos arroja que la compra de productos en línea en México es muy baja actualmente y que no representa una fuente de inversión para las tiendas virtuales, la realidad es muy distinta, si se analiza el comportamiento histórico de esta variable desde el 2014 se observa un aumento exponencial, debido a que antes ni era considerada como un indicador significativo. En los últimos 4 años ha crecido fuertemente y con la entrada de más y más tiendas esta variable seguirá en aumento mínimo en los próximos 5 años, por lo que se le debe de hacer énfasis principalmente a los problemas económicos y logísticos que provocará dentro de la economía mexicana y cómo es que debe de utilizar el gobierno esta herramienta para un crecimiento económico óptimo.

### **3.3.2.3 Transacciones electrónicas**

Al hablar sobre las transacciones electrónicas se cae en el error de que este término y las operaciones bancarias en línea son lo mismo, pero esto no sucede así. Las transacciones electrónicas son las transferencias monetarias que se realizan entre diferentes individuos sin prohibición, pero dentro del comercio electrónico son las transferencias de dinero que se realiza del comprador al vendedor o viceversa por el caso de devoluciones. Mientras que las operaciones bancarias en línea son los movimientos que se realizan entre un banco y sus clientes. Esta diferencia en términos generales es que una transacción se realiza en las tiendas virtuales mientras las operaciones en los bancos,

En el apartado pasado hablamos sobre las operaciones bancarias y su transformación en los últimos años en el país, pero no se ha hablado sobre las transacciones electrónicas y como esto impacta a la economía nacional. En la siguiente Gráfica se analiza a los usuarios mexicanos que realizan este tipo de prácticas en los últimos cinco años.

Gráfica 3.8 “Transacciones electrónicas en México”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos del INEGI, ENDUTIH y MODUTIH.

Como se expresó en la gráfica 3.8 en los últimos años han ido creciendo este tipo de transacciones en nuestro país, en el 2013 sólo representaba el 5% de las personas que hacen uso del internet, para el 2017 se da un crecimiento significativo representado ya un quinto de esta población. En muy poco tiempo ha tenido un gran crecimiento por diferentes factores como el fomento gubernamental, la entrada de las tiendas virtuales, la nueva infraestructura para el uso de este servicio, etc.

Estas transacciones se deben de analizar cuidadosamente a la hora de realizar economía pública, ya que al ser una nueva alternativa se debe de tener una regulación adecuada en donde no se desincentive a los consumidores y tenga un impacto positivo a la economía local por el gran crecimiento que se está dando y que en los siguientes años se dé, ya que se espera rebase más del 50% de esta población.

Este indicador dentro del comercio electrónico nos está diciendo que se realiza con más frecuencia movimientos de dinero dentro del internet, por esta razón si los consumidores futuros empiezan a realizar una interacción entre el internet y su flujo de dinero aumenta el porcentaje de transacciones electrónicas y aumentará hasta hacerse común su uso.

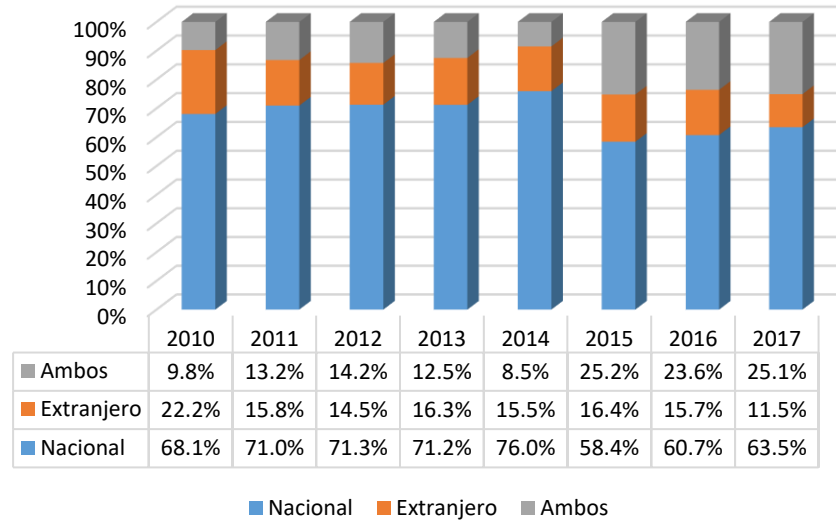
Por último, las instituciones públicas deben de poner cada vez más énfasis en esta variable, ya que no se sabe con exactitud cómo es que se mueve el flujo de dinero, entonces no se registra las causas de pérdida de capital que al final impactaran al país. Temas similares que se deben de analizar más son los objetivos que tiene la realización de las transacciones electrónicas, debido a que se puede ocupar hasta en el mercado negro para obtener ciertos productos ilegales que al final no se registra dentro de la economía nacional, este tema y muchos más faltan ser desarrollados en México para que estos indicadores tengan un mayor peso y contribuyan en mayor magnitud crecimiento económico.

#### **3.3.2.4 Compras por internet según su origen**

Como ya se había planteado anteriormente en nuestro país se tiene tiendas virtuales nacionales como del exterior, por lo que se debe de estudiar qué participación tienen en el mercado mexicano y conocer el impacto que tiene dentro del ámbito económico. En la siguiente gráfica se expresa el comportamiento de los usuarios de internet que realizan compras electrónicas, segmentada por el origen del sitio de compra con datos desde el 2010.



Gráfica 3.9 “Usuarios que realizan compras electrónicas según el origen de la compra, del 2010 hasta el 2017”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos del “Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares” y de la ENDUTH del INEGI.

En la Gráfica 3.9 tenemos tres tipos usuarios que compran por internet, los que compran únicamente dentro del país, los que compran sólo del extranjero y por último tenemos los que compran en ambas partes.

Desde el 2010 las compras predominantes son a través de las tiendas que se encuentran dentro del país a pesar de que ha tenido una disminución en estos años, las tiendas extranjeras han perdido su participación dentro del mercado mexicano disminuyendo aproximadamente un 11% de participación, por último, los usuarios que utilizan ambas partes es la única que ha crecido entre las tres variables, cada vez más personas compran sin importar su origen pasando del 10% al 25% un aumento del 15%.

La Gráfica 3.9 a simple vista nos arroja información positiva para la economía nacional ya que las compras que se realizan dentro del país son mayores y no se tienen pérdidas en las importaciones, pero la verdad no es así, a primera instancia las predominantes compras de origen nacional no se debe por que las empresa

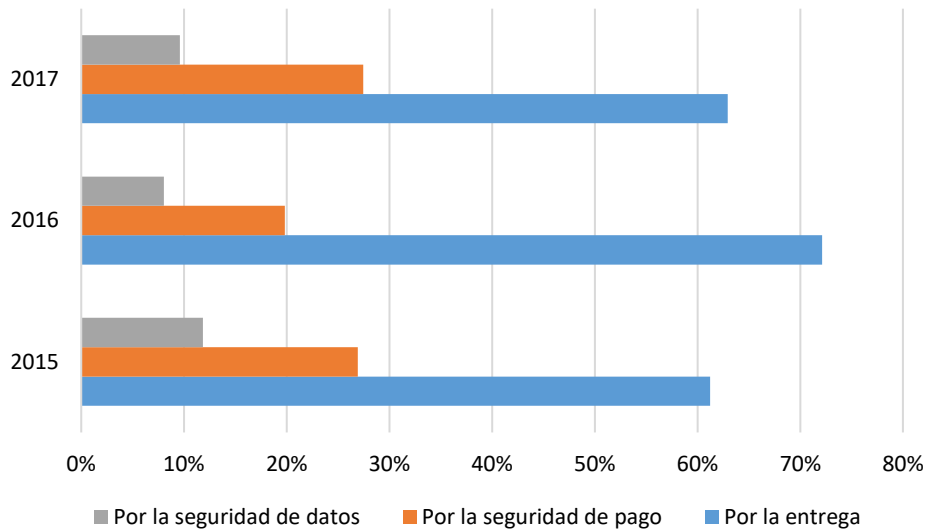
mexicanas se han podido posicionar ante este nuevo mercado, se debe a la introducción de las grandes empresas transnacionales que han puesto sus plantas dentro del territorio mexicano y al comprar a estas empresas el origen es nacional, la más destacada en la actualidad es “Amazon.com.mx” y “MercadoLibre”, también por esta razón es que ha disminuido la participación de los usuarios que sólo compran en el extranjero ya que las empresas que se implantan en nuestro país traen consigo una gran diversificación de productos del exterior que al final su venta es nacional pero la verdad es distinta.

El caso de los usuarios que compran ya en ambas partes debe de ser analizada conforme avancen los años, ahora los usuarios tienen la preferencia de comprar productos a un precio más bajo sin importar tanto la calidad o de donde provengan, por ende si un consumidor desea un cierto producto primero lo buscara en tiendas que se encuentren dentro del país pero si no lo encuentra o su precio es muy elevado, acudirá a tiendas extranjeras y principalmente tiendas asiáticas ya que venden a precios muy bajos haciendo ahí la compra. Se puede poner de ejemplo la página china “Aliexpress”, o “Banggood”. Esto tiene un impacto negativo a la economía nacional haciendo disminuir el crecimiento económico y si el gobierno no realiza una buena intervención este fenómeno seguirá creciendo.

### **3.3.2.5 Obstáculos al realizar compras por internet**

Cuando un individuo desea realizar la compra de un producto vía internet le pueden surgir varios problemas para completar la compra, uno de los más importantes es la inclusión financiera que se verá en el siguiente apartado, pero la población mexicana no sólo tiene este problema, tiene otros que se expresan de manera gráfica a continuación.

Gráfica 3.10 “Obstáculos al realizar compras por internet, del 2015 al 2017”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos de la ENDUTIH del INEGI.

Como se ve en la gráfica anterior predominan tres obstáculos para realizar las compras, la seguridad de los datos, del pago y por la entrega de los productos. Los datos registrados del 2015 al 2014 arrojan que el principal problema es por la entrega, esto se debe a las zonas de cobertura de las principales paqueterías y a la rezagada paquetería que brinda el gobierno mexicano “Servicio Postal Mexicano” ya que los envíos por este medio son tardados y casi una tercera parte de los envíos se pierden en tránsito, por ende, el gobierno mexicano necesita rediseñar el servicio de paquetería nacional para brindar un mejor servicio a la población.

El caso de la seguridad de los datos es el único problema que disminuyó, principalmente porque las tiendas cada vez cuentan con mayor seguridad en la información de sus clientes, que como se mencionó anteriormente se ha logrado con el uso de certificación, asociaciones, etc. Por último, tenemos la seguridad en el método de pago, a pesar de que tuvo una disminución en el 2016 para el 2017 volvió a aumentar este problema.

### **3.3.3 Inclusión financiera**

Dentro de esta investigación es de suma importancia conocer la inclusión financiera de México y como es su desarrollo, se debe de conocer como a lo largo del tiempo se ha ido expandiendo, flexibilizando y facilitando procesos para la población, esto conlleva un uso más racional de las personas debido a que necesitan tener un cierto nivel de conocimiento para aprovechar el sistema financiero actual.

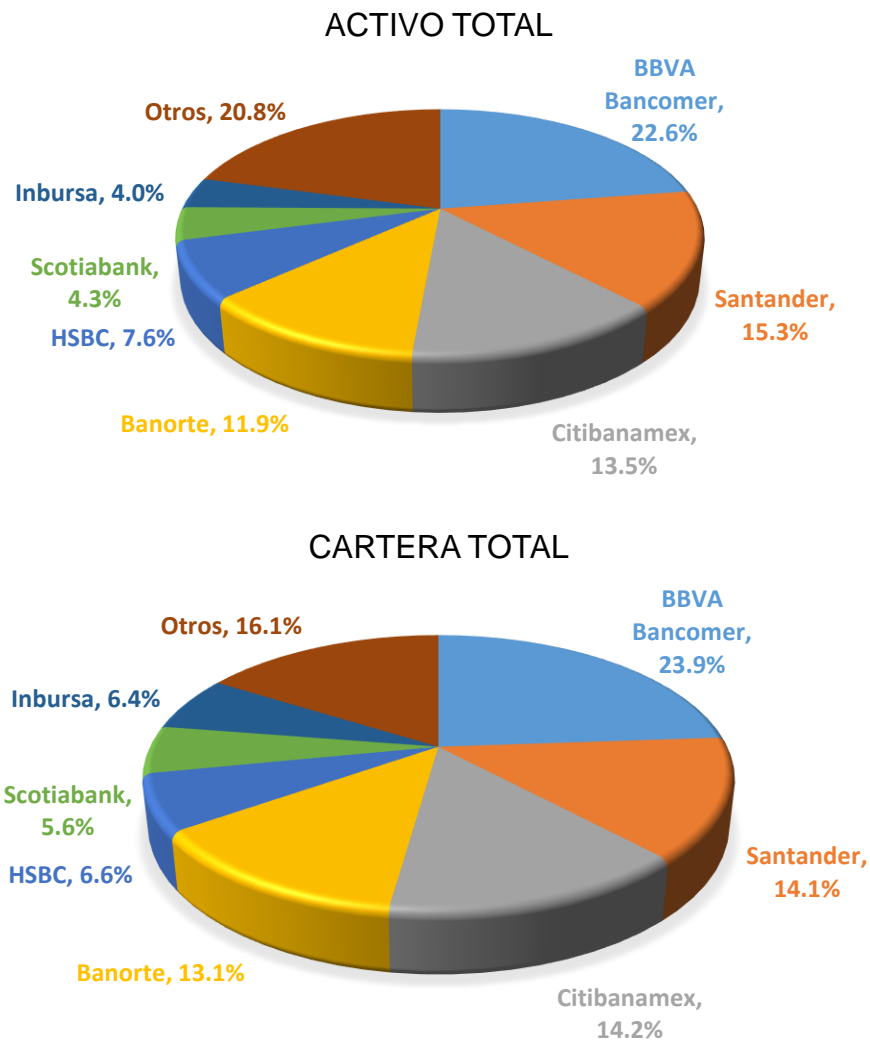
Esta inclusión también ha tenido un impacto dentro del comercio electrónico en México, ya que están relacionadas al facilitar a las personas las formas de pago en tiendas virtuales, todo esto haciendo modificar la economía nacional. En los siguientes subtemas se analizará con mejor detalle ciertas variables de inclusión financiera, como ha repercutido y como impactará en el comercio electrónico.

#### **3.3.3.1 Desarrollo financiero de la banca múltiple**

Dentro de la inclusión financiera tenemos una ramificación por sectores, los cuales son la banca de desarrollo, sociedades cooperativas de ahorro y préstamo, sociedades financieras populares y la banca múltiple. Para esta investigación se hará un énfasis a las instituciones que se encuentren dentro de la banca múltiple, esto se debe a que ofrecen diversos tipos de productos y servicios financieros que son de gran ayuda para el desarrollo del comercio electrónico, como las cuentas corrientes, conversiones a diferentes monedas extranjeras, intermediación del crédito, etc.

A principios del 2017 se tenían aproximadamente 47 instituciones en operación dentro del sector de la banca múltiple, de las cuales siete son los que predominan tanto en el activo total y en la cartera total, tal como se observa en las siguientes gráficas.

Gráfica 3.11 “Activo y cartera total de la banca múltiple mexicana en el 2016”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

En las gráficas 3.11 observamos que son 7 bancas predominantes, siendo BBVA Bancomer, Santander, Citibanamex, Banorte, HSBC, Scotiabank e Inbursa, mientras que los otros tienen una baja participación, pero si se suman quedarían en el segundo lugar quedando debajo de BBVA Bancomer. Entonces éstas son las principales instituciones financieras que son utilizadas para realizar compras en línea dentro de México, esto lo han sabido aprovechar bien las tiendas virtuales ya

que han realizado acuerdos con estas instituciones para poder expandir el mercado y por ende su número de consumidores.

Uno de los casos más destacados fue en el 2015 cuando Scotiabank y Linio presentaron su propia tarjeta de crédito “Linio Scotiabank” con el objetivo de que más personas puedan realizar compras por internet cuando el valor de los productos es muy alto, por lo tanto, esta se encuentra enfocada a la población con altos ingresos. Otro caso más reciente fue en el 2018 cuando hubo una colaboración entre Amazon.com.mx y Banorte para sacar una tarjeta de débito llamada “Amazon recargable”, con ella se tenía el mismo objetivo de aumentar el consumo a través del internet, estando enfocada en la población con un nivel de ingresos bajos y medios, ya que ofrece los mínimos requerimientos para su apertura, una baja tasa de comisiones, entre otras características que hacen más atractiva esta tarjeta.

Por otra parte, los bancos establecidos en el país cuentan con ciertos corresponsables, estos se encargan realizar operaciones bancarias bajo determinadas comisiones, así más personas tendrán acceso a la banca múltiple y por ende al comercio electrónico, esta expansión es una de las que más ha impactado, haciendo crecer este comercio debido a su alta flexibilidad y facilidad para realizar las operaciones.

La CNBV registra las operaciones que realizan los bancos con sus corresponsables, en el 2017 se registró 20 bancos que hacen uso de los corresponsables, los comisionistas más grandes entre todos son Oxxo, 7-Eleven y Telecomm, aún hay ciertas operaciones que no son realizadas en estos establecimientos, pero las más comunes de las operaciones se pueden realizar, como el pago de créditos y los depósitos, siendo de gran ayuda para fondear cuentas al querer comprar en las tiendas virtuales.

Aparte de las ya establecidas instituciones financieras de banca múltiple en el país, existen otras más que se encuentran en proceso para poder establecerse, como es el caso de Banco Sabadell, Banco Finterra e Industrial and Commercial Bank of China México la cuales han iniciado operación en los últimos dos años, enfocada

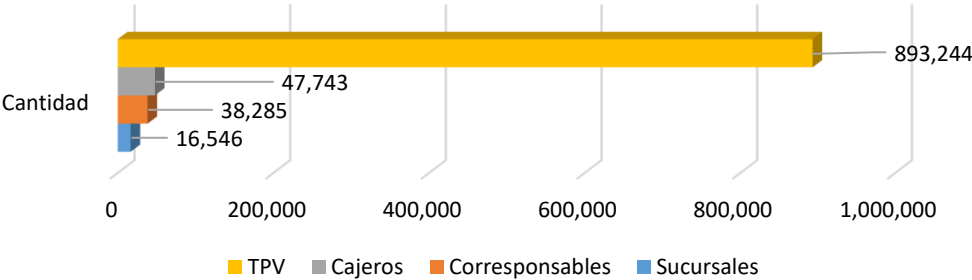
cada una en un segmento poblacional en específico pero que de alguna manera u otra tendrán un impacto en el comercio electrónico mexicano a largo plazo. Tenemos otras instituciones bancarias que a pesar de no estar en operación ya tienen la autorización por parte del gobierno mexicano, como Mizuho Bank, Bank of China, Bano Shinhan de México, etc.

A largo y a corto plazo todo esto tendrá un efecto en el comercio electrónico debido a la tendencia cada vez más común de comercializar por este medio, se debe de establecer rigurosamente ciertas normas a los bancos establecidos y nuevos para que el efecto repercuta positivamente para la economía nacional.

### 3.3.3.2 Conductos para la inclusión financiera

Para lograr una exitosa inclusión deben de existir ciertos canales que ayuden a los habitantes facilitándoles los trámites para la apertura de una cuenta o aceptando diferentes formas de pago, no sólo en efectivo. La Comisión Nacional Bancaria y de Valores establece cuatro canales de acceso, los cuales son las sucursales, los corresponsables, los cajeros y las terminales de punto de venta, cada uno teniendo su propia proporción.

Gráfica 3.12 “Conductos de acceso al sistema financiero en México”  
(Miles de unidades)



Fuente. Elaboración propia con datos del Reporte Nacional de Inclusión Financiera del 2017.

En la Gráfica pasada se observa una desproporción dentro de los conductos de acceso marcada por las terminales de punto de venta o “TPV”, esto debido a que

en los últimos años aumento la proporción de personas que tienen una cuenta bancaria y hacen uso de las tarjetas como medio de pago, diferentes negocios se han ido adaptando a esta transformación paulatina.

A pesar de esto, la información recabada no nos da con exactitud si la población se encuentra cubierta o no dentro del sistema financiero, por esta razón es que el “Reporte Nacional de Inclusión Financiera” del 2017 hace una distribución entre la cantidad de los municipios y el número de adultos. Así el RNIF indica que el 77% de los municipios se encuentran cubiertos por estos servicios financieros, mientras que la población adulta está cubierta contando con más del 97% de su participación<sup>10</sup>.

Estas cifras son muy altas por el aumento cada vez más común de estos servicios, debido al fomento como a la flexibilidad para obtener una cuenta. Pero para nuestro análisis del comercio electrónico debemos de canalizar esta información y tomar los datos más relevantes.

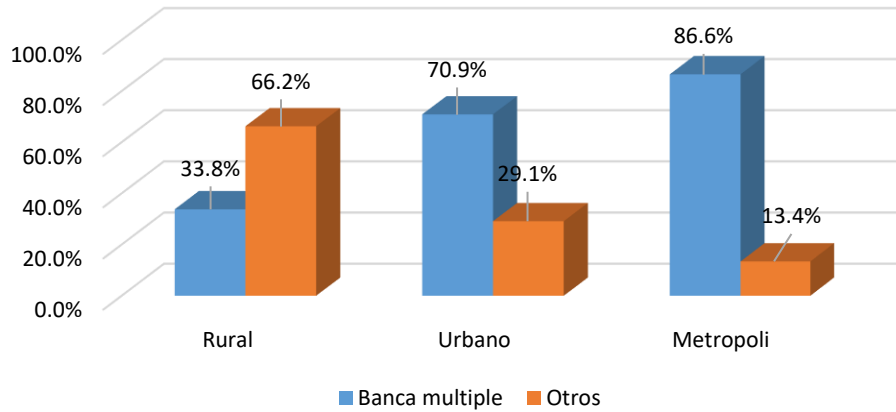
Dentro de los conductos de acceso el que más se utiliza para el comercio electrónico son las sucursales bancarias ubicadas dentro de la banca múltiple ya que son las que ofrecen este tipo de servicios. Si dividimos el territorio mexicano en tres segmentos obtenemos las grandes metrópolis, las ciudades urbanizadas y las zonas rurales, ahora fragmentada por el tipo de institución financiera que cuenta se tiene los siguientes resultados.

---

<sup>10</sup> Reporte Nacional de Inclusión Financiera del 2017 por el CMBV.



Gráfica 3.13 “Sucursales bancarias en el territorio mexicano”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos del RNIF del 2017.

En la Gráfica 3.13 se obtuvo varios datos interesantes, primero la situación de la población rural es el único donde no predomina la banca múltiple, en estas zonas lo que predomina son el uso de cooperativas financieras, ya que al no contar con ciertos servicios básicos se ven obligadas a utilizar el ahorro, crédito y similares para obtener necesidades básicas, pero esta población no se encuentra dispuesta a realizar compras en tiendas virtuales a pesar de que se entran en el sistema financiero.

Se observa otro caso distinto en las ciudades urbanas y en las metrópolis, su tendencia es utilizar las sucursales de la banca múltiple, en ambos casos predomina con más de dos tercios, pero en la metrópoli casi logra un 90% de su población. Entonces las personas que estén inmersas en el sistema financiero mexicano, sólo las que se encuentren en una ciudad urbanizada y en las metrópolis son las que harán uso del comercio virtual ya que cuentan con este tipo de servicios con mayor facilidad que en otras zonas, principalmente por la falta de infraestructura financiera en estos lugares.

En términos generales al hacer la sumatoria se obtuvo que el 64% de la población mexicana tiene algún tipo de acceso a la banca múltiple mientras que el restante

36% no acceso a la banca múltiple sino a otras instituciones financieras, por esto casi dos tercios de la población ya puede realizar compras por internet, esta cifra es importante debido a que determina si el comercio electrónico es viable o no en México, razón por la cual cada vez más tiendas virtuales desean entrar al mercado mexicano.

A pesar de que la mayoría de las ciudades y zonas rurales cuentan con algún tipo de acceso financiero, existen algunos lugares donde aún no cuentan con cobertura siendo estos muy escasos, las causas de este problema son variadas, como la falta de infraestructura y hasta las ideologías de esos lugares, se tienen registrados 4 municipios que no cuentan con acceso, dos en Chiapas, uno en San Luis Potosí y otro en Veracruz, aproximadamente son 160 mil personas que no utilizan el sistema financiero, pero esto sólo es lo que se tiene registrado aún hay más lugares donde sucede lo mismo. Si hacemos una comparativa entre las zonas de cobertura y de no cobertura la diferencia es muy grande, casi todo el país ya tiene una manera de acceso al sistema financiero sin contemplar que el crecimiento al acceso sigue en curso.

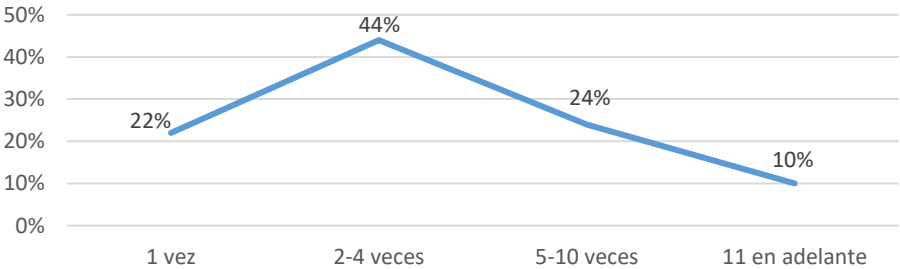
### **3.3.3.3 Tarjetas bancarias**

Las instituciones financieras en la mayoría de los casos hacen uso de las tarjetas bancarias para que sus usuarios realicen operaciones bancarias, son dos tarjetas que se utilizan, primero tenemos las tarjetas de débito y después las de crédito.

El caso de las tarjetas de débito en el territorio mexicano se encuentra registrado por la “Encuesta Nacional de Inclusión Financiera” o “ENIF” que se realiza desde el 2012 y con una periodicidad de 3 años. En la primera encuesta sólo el 29% de la población adulta contaba con una tarjeta de débito, la segunda encuesta del 2015 arroja un crecimiento 8%, ahora el 37% de la población ya maneja este tipo de tarjetas bancarias, si se hace una estimación para los resultados del 2018 se espera que esta variable siga aumentando alcanzando el 40% al 45% debido a la inclusión de nuevos bancos y la disminución de requisitos como de comisiones.

La frecuencia de uso de la tarjeta de débito es un determinante que sirve para conocer el desarrollo del comercio electrónico acompañado por el rango de edades que lo utilizan, la frecuencia de uso se divide en dos segmentos, la población que la utilizan mínimo una vez al mes y la que no la utiliza una vez al mes, la que si hace uso en el 2015 representa el 49% mientras la que no es el 51%, casi la mayoría de personas cuenta con una tarjeta de débito, pero no hace uso de esta.

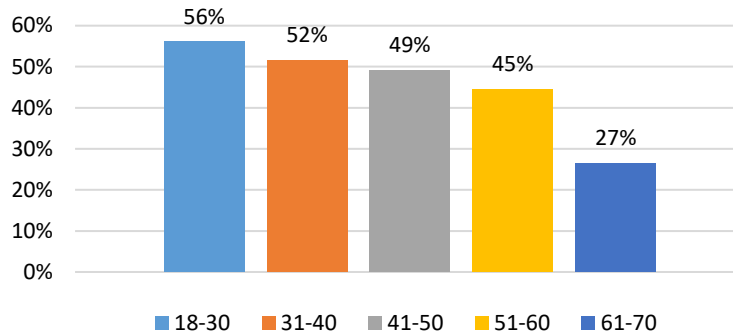
Gráfica 3.14 “Frecuencia de uso mensual de las tarjetas de débito en el 2015”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos del ENIF 2015.

La frecuencia de uso de una tarjeta de débito mínimo una vez al mes es baja, como se observa en la gráfica 3.14 dos terceras partes de esta población sólo la utiliza de dos a cuatro veces por mes, mientras quienes la utilizan más de 11 veces sólo representa el 10%, entonces si retomamos las personas que la utilizan y no la utilizan del porcentaje de la población total que cuenta con este tipo del tarjeta en el 2015, poco más del 18% la utilizan, una cifra bastante baja a pesar de ser de débito. Otro factor a considerar es el rango de edades de la población que hace uso de estas tarjetas.

Gráfica 3.15 “Rango de edad poblacional con uso de tarjeta de débito”  
(Porcentaje)

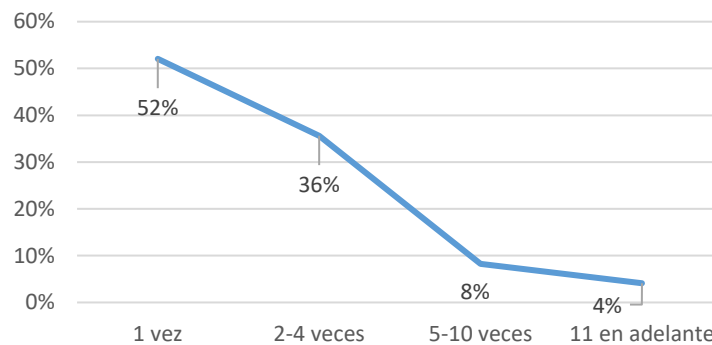


Fuente. Elaboración propia con datos del ENIF 2015.

En la gráfica 3.15 observamos la tendencia que conforme aumenta la edad de las personas utilizan en menor proporción las tarjetas de débito, entonces la población que más utiliza esta tarjeta es entre 18 y 30 años, a lo largo de esta investigación se ha planteado que la mayoría de las personas que compran por internet tienen un rango de edad entre 18 y 29 años, esto se ve fuertemente relacionado con el uso de las tarjetas de débito ya que es la misma población que utiliza estas tarjetas y siendo la forma de pago más utilizadas en las tiendas virtuales.

Planteado el caso de las tarjetas de débito ahora pasaremos a su otra vertiente, las tarjetas de crédito, su diferencia radica en que esta tiene la opción de pedir prestado al emisor de la tarjeta mientras que la de débito no ocurre esto. Las personas que cuentan con una de estas tarjetas según registros del ENIF, en el 2012 es del 23.8% mientras que los resultados de la encuesta del 2015 arrojaron un aumento sólo del .4% pasando la cifra al 24.2%. Su uso es variado, las personas que cuentan con una tarjeta de crédito y si la utilizan es del 73% mientras que no la utilizan es el 27% para el 2015 con datos del ENIF.

Gráfica 3.16 “Frecuencia de uso mensual de las tarjetas de crédito en el 2015”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos del ENIF 2015.

En la gráfica 3.16 se observa la frecuencia de las personas que hacen uso de la tarjeta de crédito, más de la mitad de esta población sólo la ocupa una vez, una tercera parte sólo de dos a cuatro veces y el resto de cinco en adelante, esta cifra es sumamente baja comparada con las tarjetas de débito, debido a que no son tan atractivas las tarjetas de crédito por el pago mensual que se hace a los prestamistas bancarios al realizar ciertas compras, mientras que las de débito sólo se utiliza con lo que cuente en su fondo bancario.

El rango de edad que utilizan estas tarjetas es contrario al de las de débito, ya que la población de 18 a 35 años no utiliza las tarjetas de crédito, es casi nula su participación, mientras que la población de 36 en adelante ya aumenta la frecuencia de uso, teniendo un comportamiento adverso a las de débito.

Es importante conocer cómo es que se comportan las tarjetas bancarias porque es la forma principal de pago en la actualidad para realizar compras por internet, y como se observa en el caso mexicano aún es muy baja la proporción de personas que utilizan este medio de pago, pero conforme a los estudios realizados en el 2012 y en el 2015 por la ENIF existe un crecimiento cada vez más acelerado al uso de las tarjetas en nuestro país, impulsada principalmente por la población joven, con ello viene de la mano el crecimiento del comercio electrónico por la facilidad que se

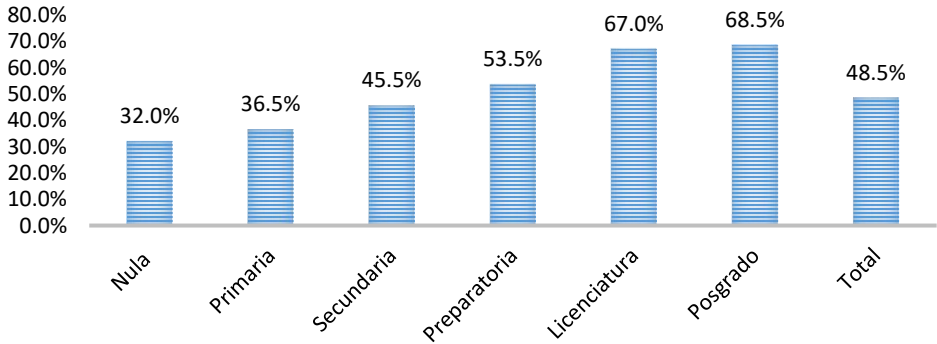
puede comprar por estos medios, este factor a pesar de ser positivo para el país puede impactar severamente la economía.

### 3.3.3.4 Conocimiento financiero

Para lograr la inclusión total de la población mexicana en el sistema financiero necesita fomentar las herramientas para todos estos servicios, si bien esta tarea no es fácil debido a que la población no es la misma en cualquier parte del territorio. El gobierno mexicano en los últimos 10 años ha incrementado el fomento a inclusión del sistema financiero mexicano con el uso de nuevas herramientas de análisis, la más destacada es la Encuesta Nacional de Información Financiera que se aplica desde el 2012, al darle más énfasis se provoca que las personas tengan un mejor manejo de sus recursos, impactando al comercio electrónico haciéndolo crecer o viceversa.

El conocimiento de las cuentas bancarias es un indicador indispensable para que las personas puedan convertirse en un posible consumidor del comercio electrónico o que no lo sean, entre más alto conocimiento tenga mayor probabilidad de su consumo.

Gráfica 3.17 “Conocimiento de las cuentas bancarias en México por escolaridad”  
(Porcentaje)



Fuente. Elaboración propia con datos de la ENIF 2015.

En la gráfica 3.17 se presenta por rango de escolaridad de la población mexicana el conocimiento que tienen sobre las cuentas bancarias, como era de esperarse las

personas que cuentan con menor escolaridad son las que desconocen los temas bancarios, mientras que las personas con estudios de preparatoria hasta posgrado conocen estos temas.

De esto parte podemos sacar dos resultados, primero de la población total, la mitad de los habitantes conoce estos temas, en materia financiera y comparada a nivel mundial es una cifra muy baja, ya que algunos países cuentan con un conocimiento mayor al 70%, por ende nuestro país se encuentra rezagado pero se debe de recalcar que los estudios del sistema financiero nacional tienen muy pocos años en desarrollo acompañado con un nuevo fomento de inclusión financiera, desde el 2012 que se empezó a crecer a grandes cifras y se espera que en los siguientes años más de dos terceras partes de la población tengan un mayor conocimiento.

El segundo resultado se encuentra más enfocado con el comercio electrónico, a primera vista se pensaría que las personas con mayor escolaridad son las que más compran por estos medios, esta cifra es cierta, pero a la vez no, ya que al tener un mayor conocimiento se tiene más edad, pero a la población de 40 años en adelante prefiere realizar compras en tiendas físicas y no por internet debido a que tienen costumbres establecidas. Mientras que la población que cuenta con menor conocimiento la podemos fragmentar en dos partes, en la que es nula su participación en este comercio y la que, si compra por este medio, pero no conoce los problemas en las compras por la falta de conocimiento, por esta otra razón las tiendas virtuales se centran más en la población joven ya que es la más susceptible a comprar en mayor proporción.

Al analizar el mercado mexicano dentro del comercio electrónico sabemos que, si es un buen lugar para su desarrollo, pero lo que aún no sabemos es la intervención gubernamental que tiene el país ante este nuevo mercado, en el siguiente capítulo se explorará ahora el comercio electrónico visto desde el ángulo del gobierno, analizando si su participación ha sido exitosa o no para el crecimiento económico nacional.

**Capítulo IV.**  
**Intervención gubernamental**



#### **4.1 Regulación del comercio electrónico**

Al conocer la inserción del comercio electrónico dentro del mercado mexicano, existe una intervención gubernamental para que no se produzca un efecto negativo económico. La regulación, definida por la Secretaría de Economía afirma que “son una serie de normas emitidas por el Estado teniendo la finalidad de proteger diferentes aspectos como los económicos, sociales, políticos y técnicos” (Secretaría de Economía, 2019).

Al establecer diferentes formas de regulación el gobierno mexicano destaca tres que son de prioridad nacional, primero la regulación económica la cual tiene el objetivo de regular el mercado para que este pueda ser competitivo, después tenemos la regulación social en donde se busca la protección humana, animal y del medio ambiente, por ultimo tenemos la regulación administrativa en la cual se establecen los lineamientos de la administración pública.

Para que la regulación del comercio electrónico tenga éxito y un efecto positivo en el país, se debe de cumplir con las tres formas de regulación que marca la Secretaría de Economía, la encargada de revisar que se cumplan con estos parámetros para la regulación es la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER).

Por ende, al tener la inserción del comercio electrónico en el mercado mexicano se deben de seguir una serie de reglas ya establecidas por el gobierno, con las cuales se garantiza un efecto positivo en varios ámbitos.

Ante esta situación en este cuarto capítulo se explicará la forma en que el gobierno mexicano ha intervenido en el comercio electrónico, ya sea a través de diferentes tipos de regulaciones como el cobro de impuestos, prohibición de importaciones, acuerdos comerciales, etc. También se analizarán algunos acuerdos internacionales que impactan al mercado mexicano, se explicara un caso aplicado para que de forma final se pueda realizar un balance con toda la información sobre la situación actual y tratar de dar diferentes alternativas que pueda hacer el gobierno mexicano para aprovechar este comercio exponencial.

#### 4.1.1 Principales funciones

La principal forma de intervención del gobierno mexicano como ya se había mencionado es a través de la regulación comercial. Esta regulación debe de cumplir ciertos objetivos tal como lo dice la Secretaria de Economía, por esta razón la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), donde México es miembro, estableció un comité denominado “Comité de Políticas del Consumidor”, plasmando de qué manera se debe de regular y que funciones llevar acabo en el comercio general constituyendo también el electrónico.

En este comité se plantearon tres objetivos fundamentales para que la regulación tome un camino y se pueda llevar acabo. Estas son:

- Expansión sólida de la economía, el empleo y el nivel de vida de los países miembros.
- Expansión económica de todos los países no miembros.
- Expansión del comercio mundial no discriminatoria.

Estos objetivos fueron aceptados por todos los países miembros en diferentes años, en México fueron aceptados y firmados el 18 de mayo de 1994.

Las recomendaciones para la buena regulación que da este comité para el tema del comercio electrónico son seis, cumpliendo siempre la protección al consumidor. Estas recomendaciones son las siguientes (OCDE, 2019):

- Establecer un sistema nacional para combatir prácticas comerciales transfronterizas fraudulentas y engañosas en contra de los consumidores.
- Promueva un apoyo mutuo en materia de notificaciones, intercambio de información e investigación.
- Mejorar la capacidad de proteger a los consumidores extranjeros de proveedores nacionales por prácticas fraudulentas.
- Proteger a los consumidores nacionales de proveedores extranjeros dedicados a las prácticas fraudulentas.
- Asegurar el resarcimiento efectivo a los consumidores víctimas.
- Cooperación con entes del sector privado pertinente.

De esta manera la OCDE está haciendo énfasis total en el consumidor, ya que en la mayoría de casos es el que sale más afectado como ya se ha analizado en el capítulo tres a través del robo de información; por lo tanto, la regulación que maneja el gobierno mexicano también está enfocado hacia los consumidores, estableciendo una serie de parámetros para que sea beneficiado.

De las recomendaciones planteadas por la OCDE, solamente dos no incluye al consumidor, el primero es proteger a los consumidores extranjeros por consumidores fraudulentos y la segunda es la cooperación del sector privado ante cualquier situación. Se debe de recalcar que estas recomendaciones son las que menos se llevan a cabo tanto en el país como en el extranjero, ya que en la mayoría de los casos aumentan los impuestos de los productos importados ocasionando que no se fomente la práctica comercial en el mundo.

Esto es por el lado internacional que principalmente está enfocado al consumidor, pero las funciones regulatorias importantes las da el gobierno mexicano tomando en cuenta las recomendaciones que emite la OCDE, por esta razón se debe conocer los actores que hacen posible la intervención gubernamental en el comercio electrónico y la función que tienen cada uno de ellos.

Empezaremos con la Secretaría de Economía (SE) ya que este ente público es el que tiene mayor participación en materia de comercio internacional, su función fundamental para esta investigación la podemos encontrar en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en el artículo 34 fracción quinta, nos dice que es la encargada de “analizar y determinar los aranceles tomando en cuenta las medidas tomadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), determinar las restricciones para los artículos de importación y exportación, y participar en la fijación de los criterios generales para el establecimiento de estímulos al comercio exterior” (Diario Oficial de la Federación, 2019).

También en este artículo es relevante resaltar la sexta fracción, porque determina las reglas retomando los montos globales establecidos por la SHCP, el comercio interior, el exterior y los subsidios sobre impuestos de importación, a la vez que

establece las reglas, por último, también debe de vigilar que se cumpla como una evaluación de los resultados.

Por ende, la Secretaría de Economía juega un papel fundamental dentro del comercio electrónico ya que es la institución encargada de determinar qué productos tanto del exterior como del interior pueden ser comprados por los consumidores mexicanos.

Principalmente se enfocará al comercio electrónico de carácter internacional, ya que los consumidores locales tienden año con año a comprar más productos por internet en otros países por los bajos precios, aquí es cuando entra la Secretaría de Economía ya que determina los productos que están prohibidos, los que sí pueden entrar y los permitidos con un cierto pago de impuestos por diversos criterios que estableció con anterioridad con la ayuda de la SCHP y la situación económica que tenga el país. Un ejemplo sencillo, cuando el consumidor mexicano adquiere un producto por internet a través de una tienda en línea y que es permitido, llegando el bien al país tendrá que pagar el consumidor un impuesto determinado dependiendo el producto, si compro una prenda vestir y la economía nacional está fomentando la producción textil nacional se elevará el impuesto a pagar y viceversa, se puede hacer demasiado de estos ejemplos con diferentes productos.

La Secretaría de Economía como lo explica en la ley, no trabaja de forma independiente, sino que se ayuda con otras dependencias gubernamentales para la mejor toma de decisión. Ahora es cuando entra el segundo actor es conocido como la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), es la encargada de realizar todas las acciones implementadas por la SE, para esta investigación sus funciones principales son el cobro de impuestos, derechos aduaneros, servicios aduanales de inspección y prácticas de reconocimiento en los almacenes. Las funciones explicadas las podemos encontrar en la Ley Orgánica de la Administración Pública en el artículo 31, fracción sexta y séptima.

Por lo tanto, la SE plantea los criterios generales de comercio y la que se encarga de realizar las acciones en materia económica y fiscal es la SCHP, a diferencia de

la SE, la SHCP se encuentra descentralizada, esto quiere decir que se encuentra estructurada en diferentes subsecretarías como la de ingresos, egresos y de hacienda, permitiéndole tener una serie de funciones extra que no son de importancia para este trabajo.

Teniendo a estos dos actores trabajando en conjunto nos queda explicar al tercer y último actor gubernamental, llamada Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE). Cumple con una serie de funciones particulares a diferencia de los dos actores pasados, ya que involucra más variables cualitativas que cuantitativas por las relaciones existentes con diferentes países.

Esta secretaría, como su nombre lo dice es la encargada de llevar a cabo las acciones pertinentes para establecer contacto con otros países considerando diferentes objetivos, en el ámbito del comercio electrónico tiene la función de intervenir en la creación de acuerdos, convenios y tratados que realice el país con el exterior.

Se retomará la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, debido a que explica detalladamente todas las funciones de la SRE, dentro de esta ley en el artículo 28 tenemos dos fracciones que causan impacto en el comercio. En la primera fracción nos dice que se debe “conducir la política exterior, para la cual intervendrá en toda clase de tratados, acuerdos y convenciones en los que al país sea parte” (Diario Oficial de la Federación, 2019). La segunda fracción explica que tiene la función de cobrar derechos consulares y otros impuestos, tomando como referencia el inciso A de la segunda fracción, el cual dice “Coadyuvar a la promoción comercial y turística del país a través de sus embajadas y consulados” (Diario Oficial de la Federación, 2019).

Por lo anterior el comercio electrónico se logra en el territorio mexicano con la ayuda de sus tratados ya que al tener relaciones estrechas con otros países pueden llegar a acuerdos comerciales con beneficios mutuos, por esta razón en el siguiente subtema se hablará sobre los tratados comerciales más importante del comercio electrónico que cuenta el país.

#### **4.1.2 Relaciones internacionales**

Se han visto ya las acciones que toma el gobierno mexicano como regulador para el comercio electrónico, principalmente basado en sus funciones gubernamentales, pero para que pueda existir este tipo de regulaciones México debe de tener relaciones económicas con otros países, por esta razón en este apartado se analizarán los tratados comerciales más importantes que tiene el país, haciendo énfasis en los impactos dentro del comercio electrónico y las consecuencias que puedan existir en el futuro.

Con información de la Secretaría de Economía se tienen contados:

- 12 Tratados de Libre Comercio o TLC, de los cuales están involucrados alrededor de 46 países, teniendo el objetivo principal de eliminar las barreras al comercio y la promoción de la competencia.
- 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las inversiones o APPRIs de los cuales participan 33 países, con el objetivo de disminuir la incertidumbre política para fomentar las inversiones.
- 9 acuerdos de la Asociación Latinoamericana de Integración o ALADI, teniendo el fin de integrar a varios países para crear un área económica desarrollada.

Al ser una lista de relaciones internacionales muy largas sólo se reducirá a hablar las que tienen importancia para la presente investigación, ya que no tendrá la misma relevancia el nuevo T-MEC que el TLC México-Nicaragua en materia del mercado electrónico.

##### **4.1.2.1 TLCAN y T-MEC**

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte, NAFTA o TLCAN es un acuerdo firmado entre Estados Unidos, México y Canadá, con el fin de que exista un beneficio comercial mutuo entre estos países, el cual entro en vigor el primero de enero de 1994. Este tratado es muy extenso al contar con más de 2,000 páginas por la complejidad de condiciones que pone cada país para fomentar el comercio y obtener una cierta ganancia.

Cabe resaltar que este acuerdo es uno de más difíciles de analizar en los últimos años, esto se debe a que ha sufrido muchos cambios por diferentes razones, pero una de las más importantes es con la llegada de Donald John Trump a la presidencia de Estados Unidos, debido a que llegó a tomar poder en el 2017 con declaraciones en materia del comercio exterior sobre los resultados que ha tenido desde que entró en vigor el tratado, argumentando que los otros países miembros han sido los únicos beneficiados, mientras que en Estados Unidos se vivía una pérdida importante de los salarios como de los empleos y la salida de grandes plantas manufactureras hacia México.

Por lo tanto, se hizo una actualización total de este tratado comercial con la idea de que se mejorará la relación entre estos países y abarcar más temas que fueron omitidos en el pasado, este acuerdo fue firmado en noviembre del 2018 denominado Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá o por sus siglas T-MEC. Entonces si se está hablando del T-MEC en este trabajo nos estaríamos refiriendo a un TLCAN actualizado, por esta razón es que se encuentran en el mismo apartado estos dos tratados, con ciertas diferencias entre ellos.

Es importante conocer el tratado, pero no se caerá en opiniones acerca del mismo, ya que existen una gran inmensidad críticas sobre si fue la mejor opción o no para México, solo se explicará el tema del comercio electrónico dentro del TLCAN y del T-MEC.

Entrando en materia del comercio electrónico en el TLCAN, se debe de resaltar que entro en vigor este acuerdo en 1994 por lo que no fue prevista la evolución digital de la economía y la forma de compra - venta de productos por este medio, provocando un rezago importante sobre una regulación electrónica entre los tres países a largo plazo, pero principalmente la regulación de Estados Unidos a México, ya que ahí se concentra la mayor parte de compras en línea.

Conforme pasaron los años este tema se fue atrasando en el TLCAN, se hacían algunas modificaciones dentro del tratado, pero ninguna significativa al tema del comercio electrónico, esto cambio con el inicio de las conversaciones entre México

y Estados para la creación del T-MEC entre el 2017 y el 2018, ya que a partir de estos hechos se han ido planteando decisiones ante esta nueva y creciente situación.

Se mencionarán las acciones más importantes que se han ido tomando en este acuerdo y que tienen un fuerte impacto comercial. La primera acción tomada es la de prohibir la aplicación de los derechos aduanales a todos los productos digitales que sean vendidos, como son los libros, software, videos, música y videojuegos, por lo que muchas grandes empresas quedaron exentas ante la nueva regulación de América del Norte, tal es el caso de YouTube, Netflix, etc.

La segunda acción tomada en este tratado es asegurar la libertad de las empresas que proveen bienes y servicios digitales con el uso de las firmas electrónicas o autenticaciones para hacer más fácil las transacciones, de esta manera sólo las empresas tienen total libertad como responsabilidad del manejo de información de sus consumidores.

Con la segunda sección obtenemos automáticamente la tercera, se determina que los países que firmaron el tratado tienen la obligación de aplicar medidas de protección para sus consumidores principalmente por las violaciones a la privacidad que se dan por ciertas empresas o el robo de información por grupos delictivos. Esta medida es de gran ayuda para la población mexicana, ya que en los últimos años ha aumentado el robo de información personal y financiera de los consumidores mexicanos, principalmente lo hacen las pequeñas empresas con comercios digitales los cuales se dedican a vender la información personal de sus usuarios en masa, pero con esta acción tomada dentro del T-MEC se tendrá un mejor control sobre la privacidad de la información y en el caso de que exista irregularidades ambos gobiernos podrán intervenir de la mejor manera.

La cuarta medida planteada en este tratado, es la restricción de la divulgación de códigos fuentes o algoritmos de origen privado, esto se debe a dos razones fundamentales, la primera razón es que si se quita esta restricción grupos delictivos pueden encontrar fallas en las tiendas online y aprovecharlas como robo de



información, cuentas, entre otros, y la segunda razón de restricción es la competitividad, ya que si se hace pública esta información diferentes tiendas online utilizarán las mismas interfaces y no se fomenta la competitividad comercial establecido dentro del tratado.

Lo más importante de este tratado es conocer la situación de los productos que son vendidos en Estados Unidos y comprados por los consumidores mexicano, ya que se estableció que estos bienes siempre y cuando estén permitidos no deben de rebasar más de 100 dólares para evitar el pago de impuestos aduanales, en el caso de que rebase susodicha cantidad se llevará a cabo una retención de la aduana mexicana y esta podrá fijar la cantidad extra que deba pagar el consumidor o el proveedor, la cantidad de impuestos a pagar se verá más adelante.

Tenemos datos relevantes en este tratado comercial trilateral, que dentro del comercio mexicano la mayor información se obtiene de las compras realizadas por los consumidores nacionales a empresas estadounidenses, podemos descartar por completo los servicios digitales ya que quedan exentos, pero los productos físicos con un precio mayor a 100 dólares si tendrán un pago aduanal que pueda perjudicar el fomento al comercio electrónico, ya que los consumidores al darse cuenta de esta situación comprarán en otro país el mismo producto y no dentro del país por los precios muy elevados o porque simplemente no existe.

#### **4.1.2.2 CPTPP**

El CPTPP, Tratado de Integración Progresista de Asociación Transpacífico o el TPP-11 es un tratado comercial firmado en el 2016 por los siguientes países:

- Australia
- Brunéi Darussalam
- Canadá
- Chile
- Japón
- Malasia
- México

- Nueva Zelanda
- Perú
- Singapur
- Vietnam

Estos países conforman el CPTPP, aunque a principios de las negociaciones de este tratado también se encontraba Estados Unidos, pero a principios del 2017 el presidente Donald Trump firmo una orden para retirar a su país de este tratado, ya que fue una de sus promesas cuando se encontraba en campaña presidencial argumentando que los estadounidenses no se les toma en cuenta en esos tratados, sino a los demás.

Este tratado es fundamental para el comercio electrónico, ya que al ser reciente su elaboración se le toma la importancia como debería de ser, se ve este comercio como una forma de crecimiento económico y una gran generación de oportunidades si todos los trabajan en conjunto, no como el TLCAN que no tenía un capítulo específico para este comercio, sino que solo se le hacían modificaciones conforme pasaba el tiempo.

El TPP cuenta con alrededor de 30 capítulos tratando diferentes temas, para este trabajo el más importantes es el capítulo 14 teniendo el nombre de “Comercio electrónico”. En este capítulo se reconoce el crecimiento económico y oportunidades nuevas brindadas por este comercio, se toman las medidas necesarias para el beneficio mutuo y las obligaciones necesarias para el funcionamiento del mismo.

En este tratado se toma a consideración las recomendaciones brindadas por la OCDE, ya que es de gran importancia contar con un marco legal fuerte que garantice la confianza de los consumidores y borrar por completo los problemas existentes.

Al igual que con el TLCAN no se le impondrá derechos aduaneros a cualquier medio electrónico comprado por este medio, tal es el caso de los libros digitales, videos, etc. Dentro de estos medios digitales se establece a la no discriminación, ya que no

existirá algún producto digital más favorable que otro por el origen del país o cualquier otra razón que no fomente la competitividad comercial.

Las transacciones electrónicas juegan un papel fundamental en este tratado ya que son la acción de compra y venta de productos tangibles como intangibles que entran al país, por esta razón el artículo 14.6 de este tratado establece la autenticación y el uso de las firmas electrónicas dentro de los comercios digitales, ya que de esta forma se genera una mayor seguridad por todos los actores comerciales.

A pesar de esto se le da mayor protección al consumidor ya que existen artículos del TPP específicos para la protección de este y de la información personal, expresados en los artículos 14.7 y el 14.8.

Al igual que con el tratado anterior se establece un cierto límite al valor de las mercancías que entren al país para que queden exentas del pago de impuestos por parte de la aduana mexicana, esta información se puede encontrar tanto en el capítulo 14 del TPP, pero con mayor amplitud de información en el capítulo cinco del mismo, llamado “Administración aduanera y facilitación del Comercio” ya que ambos temas van relacionados en diferentes aspectos.

El valor límite que debe de tener una mercancía debidamente empacada y envidada por mensajería libre de impuestos es el tema fundamental de este tratado con respecto al comercio electrónico, ya que es la forma de alentar o desalentar este comercio.

A finales del 2018, se mantuvo la decisión de que las mercancías libres de impuestos que lleguen a México desde cualquier país del TPP11 deben de tener un valor igual o menor a 50 dólares americanos, pero si exceden esa cantidad se pagará una cierta cantidad de impuestos.

Esta decisión tomada en el TPP puede sonar que es un beneficio porque ayuda a fomentar el comercio electrónico, pero la realidad es que no es así, ya que existen tratados comerciales bilaterales con otros países que se establecen los mismos términos sobre mercancías libre de impuestos, la única diferencia en este caso es

que ahora se encuentra unificado en 11 países, lo cual no es de mucha ayuda al no tener una tarifa de impuestos dinámica como se verá más adelante.

#### **4.1.2.3 La relación comercial México - China**

Por último, se mencionará el caso de China a pesar de que existen muchos más tratados comerciales con otros países, ya que ninguno es tan importante como el desarrollo comercial y el gran impacto al comercio electrónico que ha logrado este país asiático en los últimos años, debido a la producción en masa que han logrado las empresas asiáticas haciendo disminuir exorbitantemente los precios de muchas mercancías.

El primer punto a resaltar es que no existe un Tratado Comercial oficial firmado por China y México, sólo algunas condiciones para la promoción y protección de las inversiones, pero nada referente al tema del comercio electrónico o similar, este es uno de los principales problemas que tiene en la actualidad el país, ya que en general los países asiáticos son los más grandes productores de mercancías que se distribuyen por el comercio electrónico y China es la dominante, ahí se encuentran las oficinas de las tiendas en línea como sus grandes almacenes de productos, que parten de este punto a diferentes países y a este caso a México.

Como se ha mencionado con anterioridad las tiendas online fuera del país han sido más frecuentadas por los consumidores mexicanos en los últimos años, debido a los precios muy bajos que manejan estas, agregando información a esta parte la mayoría de estas tiendas tienen origen asiático

Pueden ser producidas en Vietnam, Indonesia o en cualquier otro país, pero en la mayoría de los casos todos estos productos llegan a China y de ahí se distribuyen a todo el mundo. Como México percibe cada vez más productos importados de este país y al no existir ningún tratado comercial, no hay una buena regulación por las autoridades pertinentes.

Los primeros en los que recae este problema es en los agentes aduanales, porque cuando los consumidores nacionales adquieren productos, en este caso de origen chino, no saben tomar la mejor decisión a la hora de estimar los impuestos

correspondientes que pague el consumidor, sólo realizaran aproximaciones con el conocimiento de tratados oficiales ya establecidos.

Este problema no sólo es específico del caso de China, también afecta a todos los demás países con los que México no tiene tratados comerciales, esta problemática se expondrá con mayor amplitud en siguientes subcapítulos, pero en general este efecto trae consigo un desequilibrio económico que afecta tanto al gobierno, a las empresas locales y también a los consumidores.

#### **4.2 Las aduanas**

Las aduanas mexicanas juegan un papel fundamental dentro del comercio electrónico, ya que estas son las encargadas de regular los productos que entran y salen del país y por ende también los provenientes de las tiendas en línea, por lo que es muy importante conocer el desempeño de este actor ya sea si es bueno o como es su actual comportamiento.

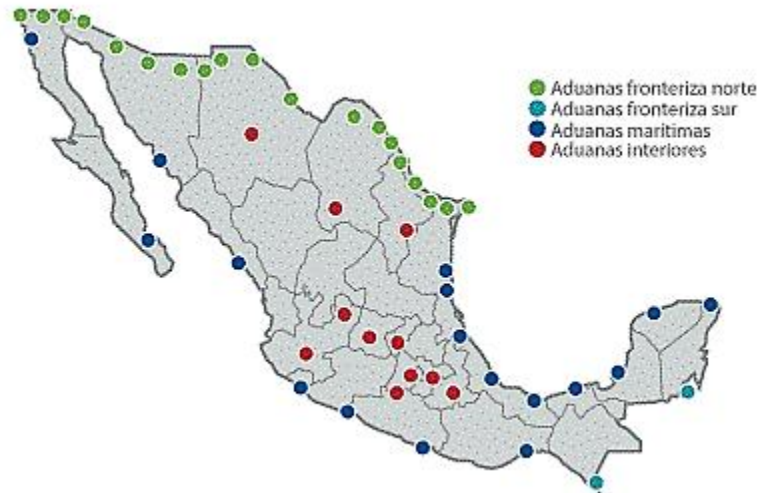
De forma general una aduana es un lugar físico establecido de manera estratégica en zonas de mayor impacto comercial internacional, teniendo el objetivo de regular las entradas como salidas de diferentes mercancías, regula la logística de estas mercancías y por último realiza los trámites necesarios para que exista una buena regulación comercial y no existan impactos negativos dentro de la economía nacional.

Los trámites que realizan las aduanas son variados, como revisar el cumplimiento de leyes, los derechos y aprovechamientos, determinar y recaudar los impuestos de las mercancías importadas, etc.

México cuenta con alrededor de 49 aduanas en todo el territorio, esparcidas estratégicamente en las zonas de mayor impacto comercial, de las cuales 19 se encuentran en la frontera norte, 2 en la frontera sur, 17 aduanas marítimas y 11 aduanas interiores. Respecto a estas últimas principalmente se encuentran a lado de los aeropuertos, ya que también se percibe una gran masa mercancías a través de los transportes aéreos.

En la imagen 4.1 se puede observar un mapa del territorio mexicano el total de las oficinas aduanales y como es que se encuentran distribuidas.

Imagen 4.1 “Aduanas mexicanas”



Fuente. Comercio y Aduanas, 2012.

Como se logra observar en la imagen 4.1 se encuentran distribuidas donde existe mayor concentración de intercambio comercial, un ejemplo de esto es la diferencia de aduanas que existen en la frontera norte con Estados Unidos que con la frontera sur.

Las 17 aduanas marítimas son el ingreso o egreso de bienes a través de cargueros como medio de transporte, se tiene localizados nueve en el Golfo de México y ocho en el océano Pacífico, con respecto a las aduanas interiores estas se encuentran localizadas dentro de varios aeropuertos ya que se concentra una gran masa de productos enviados de forma aérea.

De las aduanas más destacadas por el número de operaciones realizadas tenemos la de Nuevo Laredo, Ciudad Juárez, Tijuana y el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, la mayoría en la frontera norte a excepción de la última, abarcando alrededor del 40% de las operaciones aduaneras totales.

También tenemos el caso de la aduana marítima de La Paz en Baja California Sur, la cual ha ido aumentando exponencialmente el número de operaciones realizadas en los últimos años, principalmente por el ingreso de mercancías de origen chino debido al aumento de compras que realizan los consumidores mexicanos a través del internet o lo que se traduce en las tiendas en línea asiáticas.

Al ser zonas de mucho flujo comercial deben de tener una buena estructura para su funcionamiento, por esta razón la “Administración General de Aduanas” parte del “Servicio de Administración Pública” o SAT, tiene la función de elaborar informes estadísticos, seguimiento de casos y entre otras funciones, que garanticen el buen desempeño del comercio internacional.

Entonces obtenemos que dentro del país gran mayoría de productos que son importados son de origen norteamericano hasta al momento, por la cantidad de aduanas que existe en esa región, por otro lado, las nueve fronteras que están ubicadas en el océano Pacífico son originarias del continente asiático, ahí existe una gran parte de productos provenientes del comercio electrónico.

Dentro de las funciones que tienen las aduanas uno de los más destacados es la determinación de impuestos a los productos importados ya que de esta manera se busca garantizar una buena regulación comercial con un impacto positivo a la economía del país.

#### **4.2.1 Impuestos**

Los impuestos son una de las variables más significativas del comercio electrónico, ya que determinan el rumbo que se seguirá y qué impacto tendrá en la economía. De forma general el impuesto es un tributo que es pagado al estado, en este caso al gobierno mexicano, para poder cubrir sus gastos públicos, siendo de carácter obligatoria tanto para personas físicas como morales.

Existen diferentes impuestos que gravan de diversas formas, pero los que afectan al comercio en línea son los siguientes:

- Impuesto directo progresivo
- Impuesto indirecto progresivo

El caso del impuesto directo progresivo, es directo porque el valor agregado cae directamente en el vendedor o en el comprador y es progresivo porque el valor del impuesto será mayor si la mercancía tiene un precio más elevado. Este tipo de impuesto es el más común dentro de las tiendas en línea, ya que las tiendas muestran el precio del producto, pero sin ningún tipo de impuesto por lo que a los consumidores se les hace más atractivo y deciden comprar de esta manera.

El problema ocurre cuando llega al país y es retenido por las aduanas mexicanas hasta que se pague el impuesto establecido, dependiendo también el origen del producto como el valor de la propia mercancía. Existe una gran cantidad de tiendas que utilizan esta forma para atraer más compradores, principalmente las tiendas asiáticas, entre las que destacan Aliexpress con una diversidad grande de diferentes productos, Shein con la venta ropa en línea, Gearbest con la venta de productos electrónicos, entre otras. Mientras que otra tienda en línea que aplica este tipo de impuesto sin ser de origen asiático es eBay.

Por el otro lado, tenemos el impuesto indirecto progresivo es indirecto porque ya viene incluido en el precio del producto al momento de querer realizar la compra en línea y es progresista por la misma situación pasada, conforme más elevado sea el precio de la mercancía aumentará el valor del impuesto.

Este tipo de impuesto es el mejor, ya que muestra exactamente los impuestos que pueden ser agregados cuando lo reciba el consumidor mexicano, pero también es el más escaso por dos diferentes razones, la primera es que sólo lo realizan las tiendas virtuales que su país de origen tengan tratados comerciales con México y la segunda razón es porque no es tan atractiva esta forma de venta, ya que puede aumentar considerablemente el precio del producto final a diferencia del impuesto pasado.

Existen pocas tiendas que utilizan este tipo de impuesto por la cantidad de requisitos y porque no es tan atractiva para los consumidores, a pesar de ser la mejor por la



transparencia hacia los consumidores. Una de las pocas tiendas en línea que utilizan este método de imponer el impuesto es Newegg, una tienda de Estados Unidos que vende una amplia variedad de productos principalmente electrónicos, cuando el consumidor mexicano quiere realizar la compra por esta tienda aparece el precio con y sin el impuesto o también conocido como VAT.

Como esta tienda se encuentra en Estados Unidos y realizan envíos a México, lo hacen a través de la zona fronteriza norte del país, también como existen tratados comerciales importantes entre ambos países se establece una tarifa específica para la importación de productos de origen estadounidense, esta tarifa es del 16% al valor de la mercancía final, teniendo esta tienda una buena regulación de flujo comercial entre ambos países, ya que se estableció con anterioridad una normatividad correcta.

Los impuestos dentro del comercio electrónico, juegan un papel fundamental para su desarrollo, siempre y cuando se adecúen conforme a la situación económica nacional. El contexto cambia cuando no se tiene el conocimiento adecuado a la hora de establecer un impuesto a las mercancías importadas de países con los cuales México no tiene tratados comerciales establecidos. Cuando llegan productos de estos países es nula la información que se obtiene acerca sobre el pago de impuestos, conforme a la normatividad de la Secretaria de Relaciones Exteriores se establecen las mercancías permitidas, reguladas y prohibidas para la importación al país, pero no se sigue al pie de la letra esta normatividad.

Lo que si queda establecido formalmente es la prohibición de productos, que atentan contra la salud humana y la ilegalidad de algunas de estas mercancías. Por el lado contrario, a la hora de determinar el impuesto a los bienes permitidos y de países que no tengan tratados comerciales oficiales, se genera una falta de información para los actores principales, los consumidores, los vendedores y el gobierno como determinante del impuesto a través de las oficinas aduanales.

El problema ocurre cuando un agente aduanal desea imponer un impuesto y no sabe cómo hacerlo satisfactoriamente, existen diferentes casos ante esta situación,

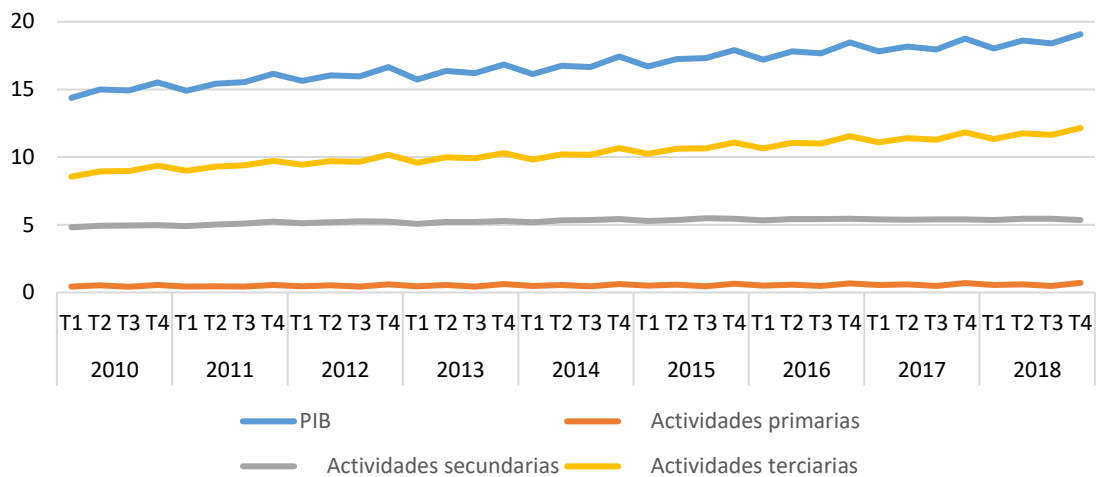
la primera es no imponer impuesto, el segundo es determinar el impuesto según tratados comerciales con otros países similares y el último es la imposición del impuesto libre, lo que decida el agente aduanal. En los subtemas siguientes se detallará más esta situación con la balanza comercial y un caso aplicado.

### **4.3 Impacto económico**

El comercio electrónico como se ha venido explicando alrededor de toda esta investigación, ha tenido un crecimiento importante en todo el mundo, impactando fuertemente las economías de todos los países, unos han tenido resultados positivos, pero por otro lado ayudaron agudizando el problema económico que ese país tuviera. Por esa razón en este apartado se analizará varios datos económicos de México que han sido afectados por el comercio en línea, de esta manera se podrá localizar la situación actual del país y poder determinar que problemas se tendrán en el futuro.

Con la situación actual, se debe recordar que dentro del producto interno bruto del país se encuentra participando el e-commerce en las actividades terciarias por su tipo de intervención económica que tienen. Por esta razón en la gráfica 4.1 se detalla el comportamiento que han tenido las diferentes actividades económicas dentro del PIB nacional, tomando datos trimestrales del INEGI.

Gráfica 4.1 “PIB y actividades económicas”  
(Billones de pesos a precios constantes de 2013)

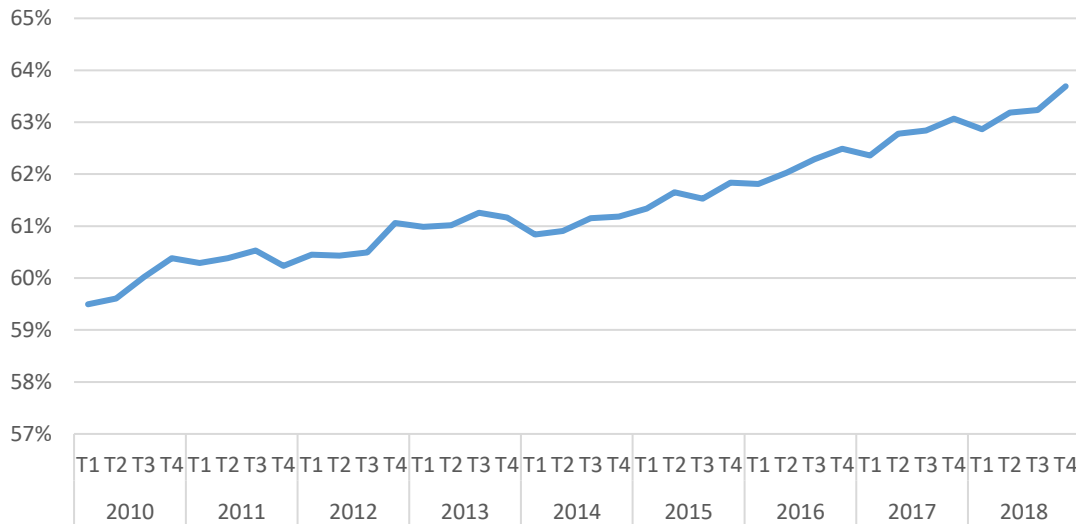


Fuente. Elaboración propia con datos del INEGI.

En la gráfica 4.1 se observa el comportamiento del PIB nacional y cuales actividades son las que más se realizan, tenemos que las primarias no representan una participación significativa ni mucho menos una tendencia ascendente dentro del PIB, en el caso de las secundarias tienen una participación mayor, pero no representan una cifra considerable para la economía nacional. Por ultimo tenemos el caso de las actividades terciarias, debemos de recordar que dentro de esta actividad se encuentra el comercio electrónico, por lo que al obtener resultados se conocerá mejor qué papel juega el e-commerce en el país.

Se aprecia en la gráfica 4.1 que las actividades terciarias juegan un papel fundamental dentro del PIB, ya que es la que más aporta con un poco más de la mitad del PIB total. Detallando esta información, se observa que la gráfica 4.2 donde se expresa la participación histórica que han tenido las actividades terciarias sube de formar acelerada.

Gráfica 4.2 “Participación de las actividades terciarias en el PIB”  
(Variación porcentual trimestral)



Fuente. Elaboración propia con datos del INEGI.

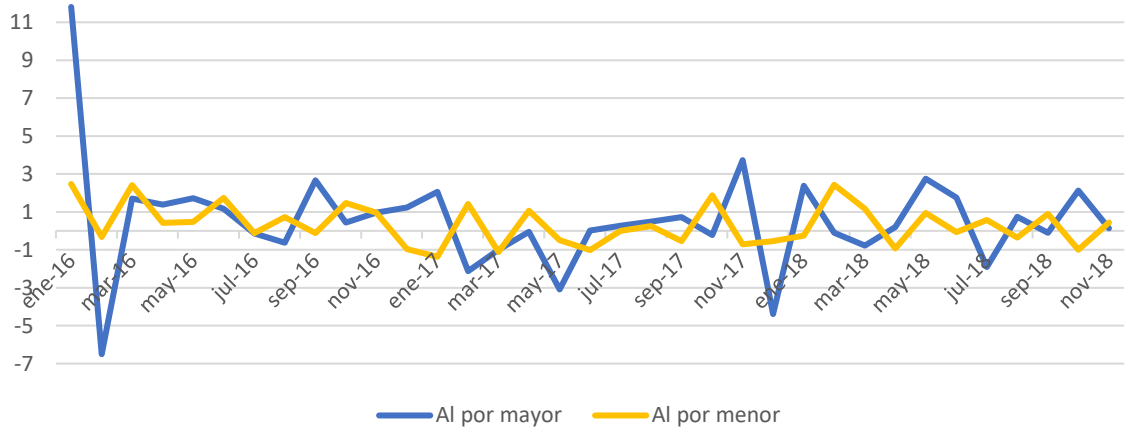
Analizando esta información obtenemos que las actividades terciarias generan una gran aportación al PIB, ya que en la gráfica 4.2 se aprecia una aceleración por parte de esta actividad, con pequeñas caídas, pero con recuperaciones más grandes como a finales del 2010 y 2012. Empezando en el primer trimestre del 2010 con el 59% de la participación y terminando en el cuarto trimestre del 2018 con el 64%, un aumento del 5% en un plazo de nueve años.

Como se explicó en el capítulo pasado, el comercio electrónico aún se encuentra en desarrollo dentro del país, por lo que en el futuro esta variable de PIB se pueda ver más impactada ante el aumento tanto de nuevos consumidores como de nuevas tiendas que vendan por este medio. Por esta razón analizaremos diferentes variables que se encuentren inmersas en las actividades terciarias y que a la misma vez tengan un impacto directo en el comercio electrónico.

La primera variable a analizar son los ingresos recibidos al por mayor y al por menor, al primer término nos referimos a la venta de productos por parte de una empresa a distribuidores, mientras que al por menor se refiere a la venta del producto final de la empresa directamente vendida al consumidor final. Por ende, el comercio

electrónico mayormente se realiza a través del comercio al por menor, ya que al existir una tienda en línea donde cualquier consumidor pueda entrar, los intermediarios serán insuficientes. En la siguiente gráfica se muestra los ingresos comerciales que se perciben al por mayor y al por menor en México en los últimos tres años con variación porcentual.

Gráfica 4.3 “Ingresos al por mayor y al por menor”  
(Variación porcentual mensual)



Fuente. Elaboración propia con datos del INEGI.

En la gráfica 4.3 observamos varios datos importantes que se deben al comercio electrónico. La primera situación se observa en los primeros meses del 2016, al principio los ingresos recibidos al por mayor son mucho más grandes que al por menor con una diferencia de variación del 9%, pero en los siguientes dos meses cambia por completo la situación, los ingresos obtenidos al por menor se mantienen constantes, pero al por mayor caen significativamente, estando en algunos casos por debajo de los ingresos al por menor.

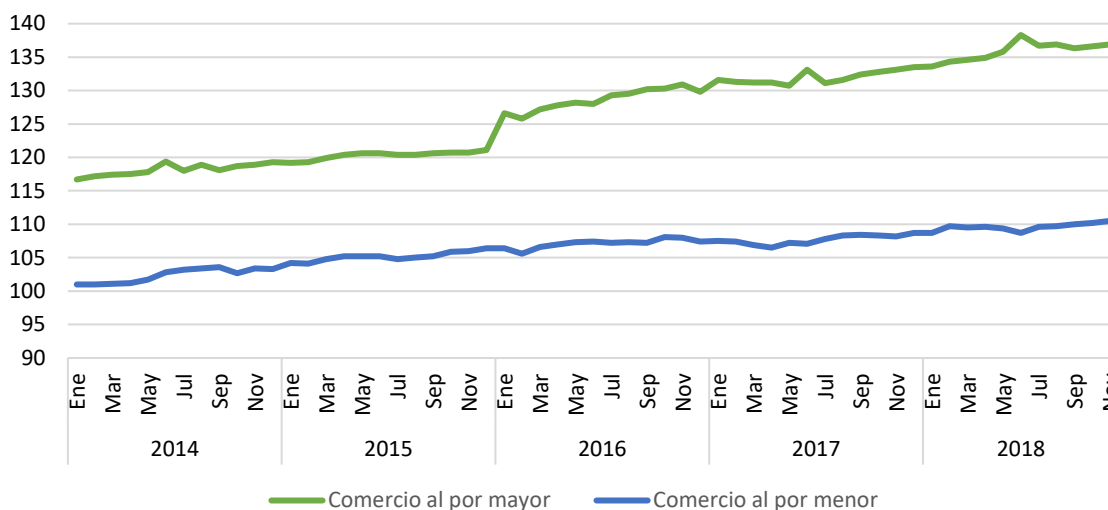
Lo que sucede con esta situación está directamente relacionado con el incremento de ventas realizadas a través de las tiendas en línea, ya que las ventas al por menor son realizadas por distribuidoras, ellos primero compran a las fábricas y después lo venden a los consumidores, estos distribuidores juegan un papel de intermediario y obtienen una ganancia al vender, por lo que sus mercancías tienen un precio más elevado.

Por el lado contrario los ingresos al por menor, no tienen tantas caídas pronunciadas debido a igual manera por comercio electrónico, ya que en los últimos años se han creado diversas tiendas en línea encargadas de vender en una sola página una amplia variedad de productos, tales tiendas son Linio, Amazon México, etc. Esto no quiere decir que las empresas fabricantes de productos venden directamente al consumidor final, lo dan a un precio más bajo ya que el costo por distribución es bajo en estas tiendas, esto se logra debido a que el consumidor puede entrar a la tienda en línea y comprar los productos deseados. Es una ventaja para el consumidor porque puede obtener productos a un menor precio, pero también es una gran desventaja para los distribuidores físicos, ya que ahora son menos atractivos.

Existen muchos casos como por ejemplo la tienda en línea de “Reebok” una tienda deportiva que produce y vende directamente sus productos finales, aun así, sigue distribuyendo al por mayor, pero en menor medida.

Pasamos de la variación de estos ingresos al personal ocupado en los dos comercios, ya que también con esta variable se puede comprender que es lo que está sucediendo dentro de la economía nacional y el desarrollo de comercio electrónico dentro del país.

Gráfica 4.4 “Índice del personal ocupado dentro del comercio”  
(Variación porcentual, base 2008)



Fuente. Elaboración propia con datos de la Encuesta Mensual Sobre Empresas Comerciales.

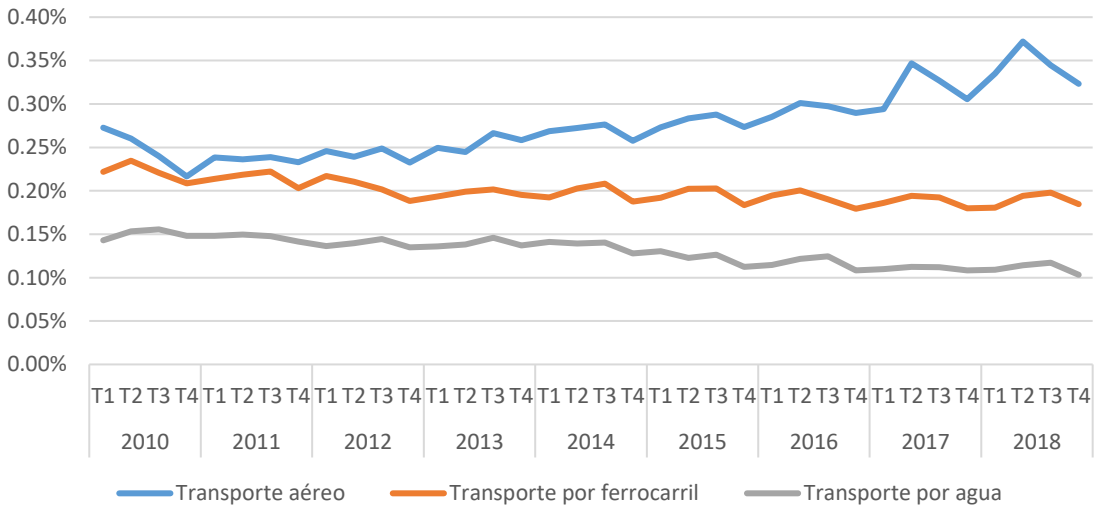
En la gráfica 4.4 observamos un comportamiento ascendente en los dos índices del personal ocupado, al ser diferentes tipos de comercio se observa una diferencia, el punto importante para esta investigación se encuentra en los primeros meses del 2016, ya que en este punto el comercio al por menor presenta una ligera baja, mientras que al por mayor se observa una subida pronunciada del personal ocupado, esto va relacionado con el e-commerce en el país, ya que a finales del 2015 varias empresas productoras de mercancías decidieron abrir sus tiendas en línea.

Esto impacto a las empresas distribuidoras como a las pequeñas empresas, teniendo una disminución de su personal en algunos casos, mientras que las empresas al por mayor cada vez requieren mayor personal, principalmente para la creación y el mantenimiento de sus tiendas en línea.

Es importante resaltar que la información analizada sobre el comercio al por mayor y al por menor, esta mayormente enfocada en el comercio electrónico que se realiza dentro del país, de esta manera se logra conocer con mayor exactitud como es el comercio interno y cuál es el impacto dentro de la economía nacional.

Las siguientes variables que se analizarán serán los medios de transporte, son parte de las actividades terciarias y son la forma de transportar las mercancías que los consumidores compran por las tiendas en línea. Existen diferentes formas de envío dependiendo el país de origen, por esta razón en la gráfica 4.5 se expone la participación de los medios de transporte de mercancías dentro de las actividades desde el primer trimestre del 2010 hasta el cuarto trimestre del 2018.

Gráfica 4.5 “Participación del transporte dentro de las actividades terciarias”  
(Variación porcentual trimestral)



Fuente. Elaboración propia con datos del INEGI.

En la gráfica 4.5 se observan varias situaciones importantes, la primera es que los dos medios de transporte más utilizados mantenían una participación constante entre el 2010 y el 2012 mientras que el transporte marítimo iba en caída, por otro lado, se observa que para el cuarto trimestre del 2018 hay una diferencia entre los diferentes tipos de transporte.

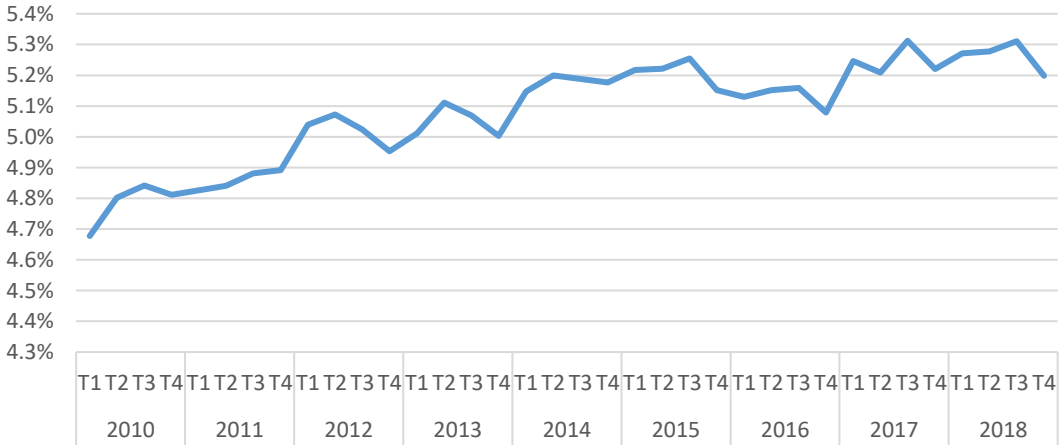
Relacionando esto con el comercio electrónico, a primera instancia podemos descartar el uso del transporte por ferrocarril ya que las tiendas nacionales como del exterior, no hacen uso de este servicio por ser tardado y poco seguro, por otro lado, el marítimo y el aéreo son formas comunes de transportar este tipo de mercancías. El problema del medio marítimo radica en el tiempo, ya que es muy



tardado, pero por el lado contrario tenemos al transporte aéreo, teniendo una participación cada vez mayor por varios factores, entre los que más destacan son la disminución del costo de envío, una reducción significativa del tiempo de entrega, mayor seguridad para las mercancías, etc.

Estos tipos de transporte están enfocados principalmente en los bienes importados, pero es una situación distinta cuando se habla de las mercancías que se distribuyen dentro del país a través de tiendas en línea, por esta razón en la gráfica 4.6 se expresa la participación que tiene el transporte de carga, ya que de esta manera las paqueterías más importantes del país logran transportar gran masa de productos de un estado a otro y una gran proporción de estas son provenientes de las tiendas en línea.

Gráfica 4.6 “Participación del transporte de carga en las actividades terciarias”  
(Variación porcentual trimestral)



Fuente. Fuente elaboración propia con datos del INEGI.

En la gráfica 4.6 se aprecia el comportamiento que ha tenido al transporte de carga en los últimos nueve años de forma trimestral y la participación que ha tenido dentro de las actividades terciarias. En el primer trimestre del 2010 tenía una participación del 4.6% pero a finales del 2018 tiene una del 5.2%, esta diferencia es baja ya que sólo es del .6% pero es muy significativa porque comparada con el resto de actividades es una de las que más ha crecido y si se agrega que es uno de los

principales actores del comercio electrónico crecerá aún más, por esta razón más adelante se explicará el caso de las paqueterías y cómo será su situación a futuro.

#### **4.3.1 Balanza comercial**

Ante esta nueva situación del e-commerce surgen amplios impactos económicos, ya se habló sobre qué es lo que sucede con los productos que se distribuyen dentro del país y el impacto positivo como negativo que pueden ocasionar si sigue su expansión de manera exponencial.

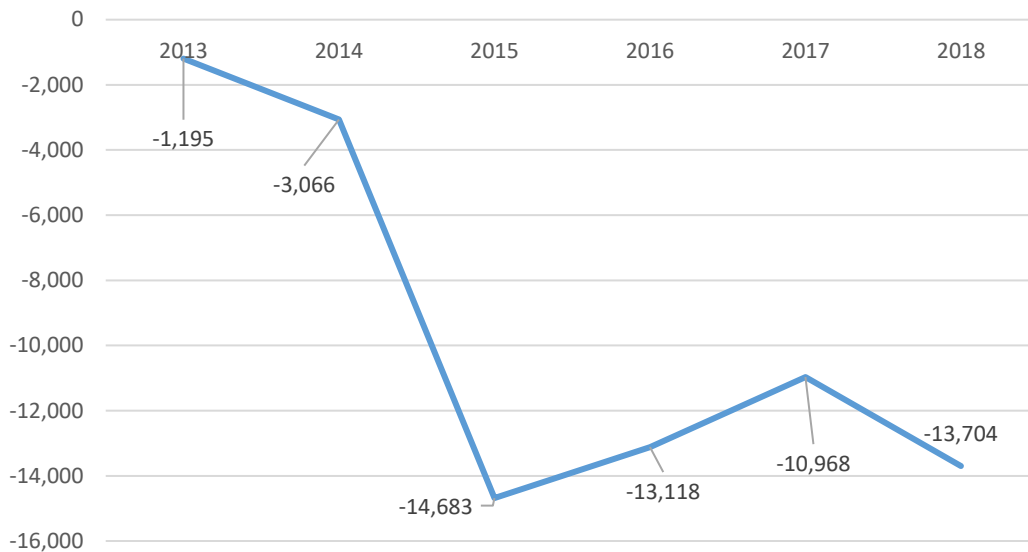
Por otro lado, se tiene un panorama distinto, tenemos los productos que son importados no comprados por grandes empresas o tiendas nacionales, sino que son las mercancías importadas directamente compradas por los consumidores.

Ya se había hablado acerca de estos bienes, como del impuesto que se le agrega para generar un impacto positivo para la economía nacional. Tal es el caso de los impuestos, pero se debe de detallar que es lo que está sucediendo dentro de las importaciones y como podría comportarse en el futuro.

Para conocer mejor el comportamiento de los bienes importados, primero se tiene que conocer cuál es la situación pasada y actual de la balanza comercial, ya que dentro de ella se muestran de manera cuantificada la sumatoria de las importaciones y de las exportaciones que ha realizado el país, y de esta manera poder conocer en qué situación se encuentra, ya sea en un déficit comercial por ser más grandes las importaciones que las exportaciones o viceversa donde las exportaciones son más grandes que las importaciones y se tendrá un superávit comercial.

En la gráfica 4.7 se expone la situación de la balanza comercial en los últimos seis años, ya que desde el 2013 se ha tenido un mayor desarrollo de los bienes importados a través de las tiendas en línea extranjeras por varios factores como los medios de comunicación, acceso a las cuentas bancarias, etc.

Gráfica 4.7 “Balanza comercial de México”  
(Millones de dólares)



Fuente. Elaboración propia con datos del SAT, SE, BANXICO e INEGI.

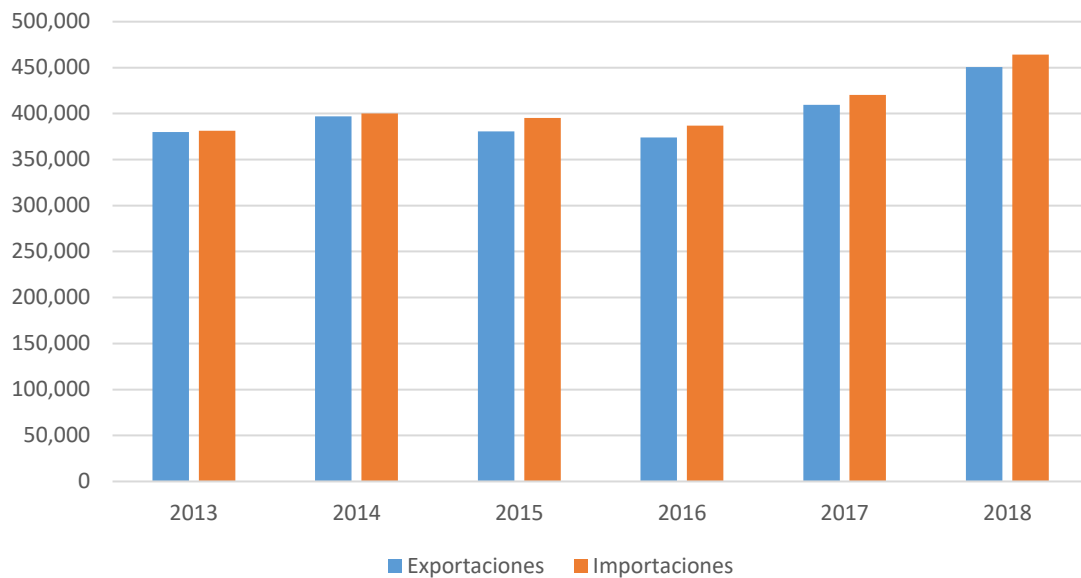
En la gráfica anterior, se observan varias problemáticas que actualmente cuenta la balanza comercial mexicana, la primera y la más clara es mantenerse en números negativos, esto quiere decir que las importaciones son mucho más grandes que las exportaciones registradas por lo que se obtiene un déficit comercial.

Aunado a esto, otra problemática es la agudización del déficit, ya que del 2014 al 2015 pasó de -3,000 millones de dólares a -14,500 millones de dólares, una diferencia de 11,500 millones de dólares aproximadamente, se ha tenido recuperaciones en algunos años, pero mínimas a comparación de las caídas.

Con este problema se genera un impacto cada vez mayor en el PIB nacional, por lo que se debe de tener un mejor control sobre las mercancías que salen y las que entran al país. Como se está hablando del comercio electrónico, la mayoría de los bienes que se comercializan por este medio son importados, debido a que existen pequeñas y pocas empresas dentro del país que exporten sus productos.

Por esto es que en la gráfica 4.8 se expresa como han sido los cambios que han sufrido las exportaciones como las importaciones nacionales.

Gráfica 4.8 “Exportaciones e importaciones de México”  
(Millones de dólares)



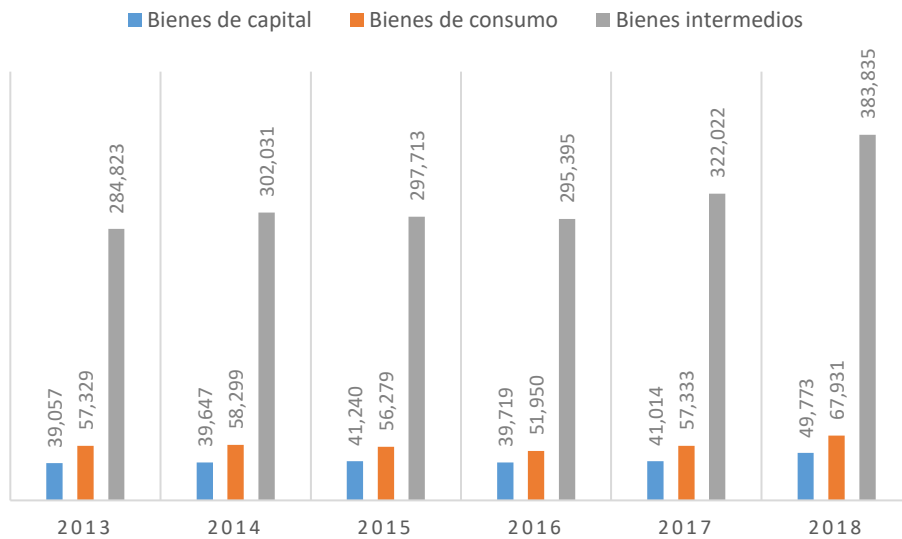
Fuente. Elaboración propia con datos del SAT, SE, BANXICO e INEGI.

Al cuantificar las exportaciones y las importaciones del país en los últimos seis años, se observa una tendencia anual donde la brecha comercial se amplía, siendo cada vez más grandes las importaciones que las exportaciones del país, de los años estudiados la brecha ascendió aproximadamente a los 14,000 millones de dólares.

Para conocer mejor el comportamiento del comercio electrónico dentro de las importaciones, se debe dividir el tipo de bienes que se importan, aquí es cuando se encuentra otro problema grave, ya que con los cambios provocados por las tecnologías en los últimos años, se debería de detallar de donde provienen los bienes, no sólo del país se origen sino quien realizó la transacción y por cuales medios lo hizo, de esta manera se tendrá información necesaria logrando resolver varios problemas derivados de esto.

Con datos del INEGI, este divide las importaciones en tres tipos de bienes, los de consumo, los de uso intermedio y los de capital, tal como se expresa en la siguiente gráfica.

Gráfica 4.9 “Tipos de bienes de importación”  
(Millones de dólares)



Fuente. Elaboración propia con datos del INEGI, SAT, BANXICO y SE.

En la gráfica 4.9 se plantea los diferentes tipos de bienes que importa el país, existen otro tipo de bienes los cuales son los petroleros, pero estos no se incluyen debido a que no son distribuidos directamente por el comercio electrónico. Por esta razón, solo se concentra en los bienes no petroleros, los cuales son importantes de analizar.

Con el caso de los bienes de capital, al no estar destinados directamente al consumidor final no se genera un impacto dentro del comercio electrónico, ya que en este comercio el principal actor a interactuar es el consumidor final, aunado a esto es mínima la participación que tiene dentro de las importaciones.

Ahora con los bienes de consumo y los bienes intermedios surge un problema al hacer su analizar, ya que ambos tipos de bienes pueden ser comercializados dentro de las tiendas en línea, descartando los comestibles. Los de consumo se comercializan más a través de este medio que los intermedios, pero si existen tiendas en línea que los venden. Un ejemplo son las refacciones de carro, se puede comprar en línea y son bienes intermedios, esto hace más difícil el análisis de las importaciones a través del e-commerce.

Siguiendo con el análisis de la gráfica 4.9, los bienes intermedios son los que predominan con más de dos terceras partes de las importaciones totales, pero como se planteó anteriormente solo una pequeña parte se comercializan por las tiendas en línea lo cual su impacto es mínimo, pero en aumento. Por último, tenemos los bienes de consumo, la mayoría de estas mercancías pueden ser vendidas a través del comercio electrónico, por esta razón en la siguiente tabla se determinó la participación anual de cada una de las importaciones con respecto al total y así detallar su comportamiento.

Tabla 4.1 “Participación de los bienes en las importaciones totales”  
(Porcentaje)

Año	Bienes de capital	Bienes de consumo	Bienes intermedios
2013	10.25%	15.04%	74.72%
2014	9.91%	14.58%	75.51%
2015	10.43%	14.24%	75.33%
2016	10.26%	13.42%	76.32%
2017	9.76%	13.64%	76.60%
2018	9.92%	13.54%	76.53%

Fuente. Elaboración propia con datos del INEGI, SAT, BANXICO y SE.

Con la información de la tabla 4.1, en los últimos seis años los bienes de capital importados han disminuido un .3%, ocurriendo lo mismo con los de consumo, los cuales tienen una disminución del 1.5%, mientras que los bienes intermedios son los únicos que han aumentado alrededor del 2%.

A simple vista la gráfica arroja que los bienes que pueden ser vendidos dentro del comercio electrónico no representan un problema a largo plazo, ya que no existe un aumento considerable principalmente de los bienes de consumo, pero esta información se puede malinterpretar ya que, si ha existido una disminución de los bienes, pero el problema reside en qué forma se están distribuyendo las importaciones al país. Antes del e-commerce los bienes de consumo eran llegados a través de las propias empresas que tenían sucursales ya instaladas, pagando

impuestos determinados, pero después del 2013 con el auge del comercio electrónico hizo cambiar por completo la cadena de valor, se eliminó por completo que las empresas deban de contar con sucursales dentro del país para poder vender, sino que ahora sólo con su página en línea los consumidores pueden comprar los productos y después importarlos, entonces lo que se está viviendo tiene un gran impacto económico, ya que ahora los bienes de consumo e intermedios ya no son importados por las grandes industrias sino por el propio consumidor, afectando la cadena de valor y la regulación comercial establecida por el país.

Con la ayuda del “Observatorio de la complejidad económica” o “OEC” por sus siglas en inglés, se determinó los bienes que más importa México año con año, por esta razón en la imagen 4.2 se cuantifica los bienes más importados en el 2017.

Imagen 4.2 “Bienes importados de México en el 2017”  
(Porcentaje)



Fuente. Products imported by México, The observatory of Economic Complexity

En la imagen 4.2 se expresan algunos bienes que son o pueden ser comprados a través de las tiendas en línea, es muy importante que en esta imagen se realice esta

distinción, debido a que hay más productos importados como los de origen animal, vegetal, armas, etc. Pero no pueden ser comercializados por este medio, por diferentes razones como el volumen, legalidad o si es perecedero son unas de las principales obstrucciones.

Analizando los bienes importados de la imagen 4.2, se pueden distinguir varios grupos de mercancías los cuales están divididas de la siguiente manera:

- Azul: Maquinas y componentes.
- Rosa: Plásticos y caucho.
- Verde oscuro: Textiles.
- Verde claro: Textil calzado.
- Gris claro: Productos de papel.
- Gris oscuro: Diversos, como peluches, videojuegos, etc.
- Morado: Joyería.

Los bienes importados dominantes son las máquinas y los componentes, pero los que ocupan los primeros lugares son las computadoras, el cable aislado junto con los teléfonos, ambos bienes son comúnmente utilizados por los consumidores mexicanos con fácil distribución por las tiendas en línea, lo que hace que se deba de tener un mejor manejo sobre estas mercancías. En las computadoras como sus componentes son un mercado cada vez más amplio por el avance tecnológico que representan y lo mismo ocurre con los celulares, pero la diferencia de que se importen cada vez más es debido a los bajos precios que manejan este tipo de tiendas, los consumidores tienen una mayor preferencia por el costo a que la calidad.

Los cables aislados igual son un factor clave, ya que siempre se utilizan para cualquier actividad como poner a cargar los celulares, utilizar aparatos y entre otras situaciones cotidianas, por lo que cuando deja de funcionar se busca un reemplazo y la mejor opción por sus bajos costos se encuentran en el e-commerce.

Por otro lado, los productos de plástico están en el segundo lugar, pero lo importante son “otros productos de plástico” con el 2.6%, ya que la mayoría son todo tipo de



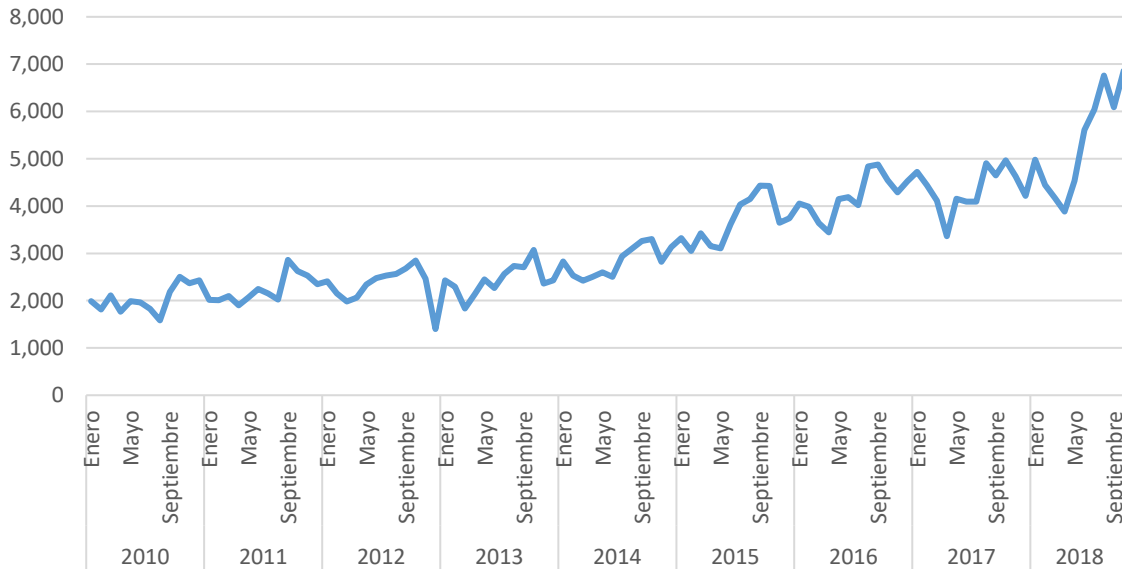
bienes que son comercializados en las tiendas en línea como juguetes, accesorios para el celular y un sinnúmero de productos. El tercer lugar lo ocupan los textiles, su compra ha ido aumentando en los últimos años, ya que las personas ahora encuentran más variedad, diferentes tallas y un mejor precio, por lo que paulatinamente ha ganado mayor peso en las importaciones.

El cuadro gris oscuro que abarca diversas mercancías tienen un papel fundamental, debido a que con el paso del tiempo se crean nuevos productos que no se pueden catalogar en los ya expuestos y que se vuelven de uso común para los consumidores, tal es el caso de los focos inteligentes, cigarrillos electrónicos, etc. Conforme pasa el tiempo este tipo de bienes tendrá una mayor expansión y se debe de tener un mayor control sobre los mismos.

Por último tenemos los bienes de papel, calzado y la joyería, ambos son vendidos por el e-commerce, pero no son tan comunes como los pasados, en el caso de la joyería por la autenticidad de los productos, el calzado por la problemática de las tallas en las diferentes regiones y los productos de papel que no son vendidos por este medio ya que es más fácil obtenerlos de manera física dentro del país.

Analizadas estas variables se puede conocer mejor el comportamiento que tiene la balanza comercial mexicana, con esta información se sabe que se tiene un déficit comercial al ser cada vez más grande las importaciones que las exportaciones que genera el país, pero esto a pesar de ser un impacto negativo para la economía debe de verse como una oportunidad y tener una mejor regulación comercial a través de los impuestos, no es buena opción establecer un alto porcentaje de impuestos porque no incentiva al consumo de la población pero tampoco lo es eliminando el impuesto, ya que afecta a varias empresas y otros actores, por lo que se debe de establecer un impuesto dependiendo cada una de las mercancías, por esta razón en la siguiente gráfica se expresa de manera histórica la recaudación de impuestos del Gobierno federal en los últimos años y así conocer cómo ha ido evolucionando.

Gráfica 4.10 “Ingresos tributarios del Gobierno Federal a través de las importaciones”  
(Millones de pesos)



Fuente. Elaboración propia con datos de la Dirección General de Estadística de la Hacienda Pública, SHCP.

En la gráfica 4.10 se observan los ingresos obtenidos a través de las importaciones, año con año la tendencia es aumentar la recaudación aproximadamente mil millones de pesos.

A primera instancia se piensa que la tendencia a aumentar se da por el aumento a los impuestos, pero no es así ya que se da por el aumento del volumen de las importaciones. Al analizar detalladamente el comportamiento anual se obtuvo que en los primeros meses se tiene una baja recaudación hasta a finales de año donde aumenta exponencialmente, después se vuelve a repetir este ciclo. Esto se debe porque a finales de año son las fiestas decembrinas se dan diferentes tipos de ingresos a los trabajadores mexicanos, por lo que aumenta su consumo por diferentes tipos de mercancías, y entre ellas los productos importados, tal como se observa en cada final de año de la gráfica 4.10.

Por último, en esta gráfica un caso particular es en el 2018, ya que se observa un aumento drástico de los ingresos obtenidos en las importaciones casi un aumento

de 2,500 millones de pesos, si se observa el comportamiento del gobierno mexicano dentro los impuestos en el 2018 si existen algunas modificaciones como la del TLC, pero nada tan significativo que aumente de esta manera los ingresos de las importaciones.

Por lo que la razón más viable es que en el último año los consumidores nacionales, tienen mayor preferencia por los bienes que son importados, existen amplias formas de adquirir estos bienes, pero el más significativo y de más fácil acceso es a través del comercio electrónico por razones anteriormente explicadas.

Se podría hacer una comparativa entre los ingresos tributarios y las importaciones, para poder conocer si la determinación actual de impuestos es la forma correcta de la intervención gubernamental, el problema reside en las importaciones, ya que se conoce cuantitativamente su valor y su país de origen, pero lo que no se conoce por cuales medios fue adquirido, ya sea por empresas con distribuidores o los propios consumidores a través de las tiendas en línea, si se pudiera conocer mejor esta información se podrá establecer una mejor regulación a este nuevo comercio.

Otro caso importante conocer es el de las paqueterías, ya que son las encargadas de llevar la logística desde que parte el producto hasta que lo recibe el consumidor final, por esta razón en el siguiente apartado se hablará específicamente del “Servicio Postal Mexicano” o SEPOMEX, la paquetería que cuenta el gobierno mexicano.

#### 4.4 El caso Correos de México

Correos de México, Servicio Postal Mexicano o SEPOMEX, son los nombres que recibe una de las paqueterías más grandes a nivel nacional que posee el gobierno mexicano. Sus orígenes son demasiado antiguos debido su evolución conforme pasaron los años, pero oficialmente fue en el siglo XX cuando se le denominó Dirección General de Correos y para finales del mismo siglo al obtener su autonomía se modificó a Servicio Postal Mexicano, siendo un organismo descentralizado que provee servicios de comunicación a grandes distancias.

Uno de los principales objetivos que se tenía era brindar un buen servicio para hacerle competencia a las más importantes empresas privadas que se dedicaban a lo mismo. Después de este suceso se implementó lo que hoy se conoce como Mexpost, una rama de este organismo que se dedica exclusivamente a la paquetería, por lo que pasaron del flujo de correos a también el flujo de las mercancías.

En el 2008 fue el mayor cambio que se tuvo, primero se volvió a cambiar el nombre ahora como Correos de México, después se cambió la estructura interna que contaba, con un mayor personal por los nuevos servicios que brindaría, entre ellos paquetería, y la implementación de nuevos servicios a través del internet.

Imagen 4.3 “Logotipo de Correos de México a partir del 2008”



Fuente. Servicio Postal Mexicano.

Después de conocer un poco mejor a este servicio postal descentralizado, se debe de exponer porque es un tema clave para entender el desarrollo del comercio electrónico en México. Empieza a tener importancia en este mercado cuando abre su propia paquetería, ya que también brinda un servicio de transporte para diferentes mercancías.

Es importante mencionar que se consideró el caso de Correos de México y no de otras paqueterías privadas como DHL, FedEx, UPS, entre otros, por el hecho de que, en las tiendas en línea, la mayoría si no es que todas, siempre la paquetería que estará presente será la nacional.

Cabe mencionar que las paqueterías nacionales son los organismos descentralizados que cuenta cada país para el transporte de correos y de mercancías, México cuenta con Correos de México, pero otros países como China cuenta con "China Post".

Entonces las tiendas en línea, hacen principal uso de las paqueterías nacionales para tener mayor alcance de sus productos, estas paqueterías no transportan de un país a otro las mercancías, sino lo que hacen es enviar el producto hasta el lugar de partida de ese país, después se encargan los medios de transporte masivos como los buques cargueros y los aviones de carga, ya que llega al país de destino ahora se hace cargo del producto la paquetería de ese país y será el encargado de que llegue al consumidor final.

A primera instancia es más fácil utilizar este tipo de paqueterías para el e-commerce por la reducción de costos, ya que una empresa privada que brinda los mismos servicios sus costos aumentan drásticamente, hasta más del 1000%, estos precios baratos que mantienen las paqueterías nacionales se debe a la calidad que brindan, ya que suelen ser muy tardados y disminuye aún más el costo porque interviene dos paqueterías. Dentro del comercio electrónico se puede considerar a las paqueterías nacionales y en este caso a Mexpost una de las grandes ventajas para que se pueda desarrollar mejor y de esta forma tener un mayor alcance, pero surgen varias problemáticas con esta paquetería que se expresarán a continuación.

La primera problemática y una de las más importantes de este organismo están relacionada con el robo de mercancías. Cuando un consumidor nacional decide comprar en tiendas en línea extranjeras y él envió lo hace a través de Mexpost, el sistema le permite escoger entre dos tipos de envío, el primero es sin número o guía de seguimiento y el segundo es con este número o guía, lo que hace esta numeración es mostrar la localización exacta de donde se encuentra la mercancía importada ya sea dentro como fuera del país, por obvias razones este servicio es más caro ya que los productos deben de pasar por un escáner de forma continua que actualiza la ubicación del producto.

Imagen 4.4 “Rastreo de mercancías con seguimiento por Mexpost”

Fecha	Hora	Origen	Evento
06/09/2018	09:20:00	Centro Operativo de Reparto Reforma Tlaquepaque Guadalajara, Jal.	Con mensajero para entrega
04/09/2018	09:15:00	Centro Operativo de Reparto Reforma Tlaquepaque Guadalajara, Jal.	Recepción en Oficina de Correos
03/09/2018	12:57:00	Centro de Clasificación Internacional 14	En tránsito hacia destino
03/09/2018	08:28:00	Centro de Clasificación Internacional 14	Recepción en Oficina de Correos
31/08/2018	13:31:00	Oficina Operativa BJ REG IMP, CDMX	En tránsito hacia destino
31/08/2018	09:33:00	Oficina Operativa BJ REG IMP, CDMX	Recepción en Oficina de Correos
28/08/2018	16:58:00	Oficina Operativa BJ REG IMP, CDMX	En tránsito hacia destino
25/08/2018	07:36:00	MEXICO	En zona de intercambio int. en el país destino, previo Aduana
17/08/2018	10:19:00	UA	En zona de intercambio int. hacia el país destino, previo Aduana
16/08/2018	11:44:00	UA	Depósito del cliente
Fecha consulta : 06/09/2018 01:52:28 p.m.		Total de eventos : 1	

Fuente. Seguimiento de envíos del Servicio Postal Mexicano.

Por otro lado, se encuentran las mercancías que no cuentan con un número de seguimiento, este caso es lo contrario, no se puede conocer la ubicación exacta del producto, sólo se sabe cuándo la tienda ya lo envió y no se sabe nada hasta que lo tiene el consumidor final, por lo que este servicio tiene un costo menor.

Con las mercancías, que tienen número de guía no existe ninguna complicación debido a que se sabe constantemente su ubicación, pero el problema existe con los productos que no cuenta con guía, los consumidores tienen la preferencia al

consumo con el menor costo posible por lo que es más atractivo él envió sin un seguimiento y al existir mayor población en este comercio aumenta este tipo de servicio, el problema ocurre cuando las mercancías importadas llegan al país y en la actualidad se vive una alta tasa de corrupción dentro de Correos de México ya que de manera instantánea las mercancías importadas desaparecen porque estas no están siendo monitoreadas de forma constante.

Existen muchos casos como este expresados en diferentes redes sociales y en la página de internet de reclamos de Correos de México, donde los consumidores se quejan que desaparecen sus productos comprados y al hacer las debidas reclamaciones no obtienen ninguna respuesta, simplemente ya no se sabe más y quedan desaparecidas las mercancías.

Aquí surge otro problema, ya que no se sabe con exactitud qué es lo que sucede con estos bienes importados, una razón considerada es el robo de transportes de carga, un reporte de la empresa SkyAngel encargada de monitorear los servicios terrestres dentro del país informó que en el 2017 se triplicó los casos de robo a las paqueterías, pasando de 8 casos a 32 al día, principalmente se da a través de las carreteras al ser más fácil su robo.

La segunda razón, es el robo interno de productos importados por los mismos trabajadores con información de SkyAngel y diversas notas periodísticas donde los propios consumidores expresan sus situaciones. Se da este tipo de robo en la mayoría de los casos cuando no cuenta el bien con un número de guía, por lo que hace más fácil su extracción y a la vez tienen la justificación de no saber su exactitud, argumentando que nunca lo recibieron.

El problema reside cuando no se obtiene más información de este tipo de importaciones de un momento a otro, pero se vuelve a saber de las mismas ahora dentro de los comercios informales, este tipo de comercio vende toda clase de productos a precios bajos y en algunos casos no se conoce el origen de su procedencia.

Ahora al conocer el gran problema que cuenta Correos de México, se puede argumentar que una de las fuentes del comercio informal viene directamente de Mexpost, este es un problema fundamental ya que afecta al consumidor por no obtener su compra, al vendedor por no obtener sus ganancias y al mismo gobierno ya que no obtiene sus ingresos a través de estos impuestos, mientras que un grupo pequeño de comerciantes informales son lo que se ven beneficiados.

Como se explicó en el capítulo pasado el e-commerce aún tiene la tendencia a aumentar en la población mexicana, por lo que este tipo de casos se puede disparar aún más de lo que ya está, ahora viendo el impacto económico que tendría sería hacia diferentes direcciones, los ingresos tributarios obtenidos por los bienes importados seguirían creciendo constantemente pero a la misma proporción que las importaciones, por lo que generaría una pérdida dentro de Producto Interno Bruto haciendo que las importaciones tengan una mayor proporción de afectación que los ingresos tributarios recaudados.

Ante este problema, varias tiendas en línea han tomado medidas drásticas para evitar este tipo de situaciones, y la más común es dejan de comercializar con el mercado mexicano, aún es muy poca la proporción de vendedores que lo hacen pero sigue en aumento, este significaría una reducción de importaciones y de los ingresos por importaciones, a primera instancia puede significar un impacto positivo para la economía nacional ya que disminuiría la brecha comercial, pero los consumidores buscarían otros métodos para seguir comprando productos importados a un menor precio, por lo que seguiría latente esta problemática.

La última problemática que cuenta Correos de México es la calidad de servicios, ya que, si tiene una zona de cobertura bastante amplia, pero si esta es comparada con la calidad de sus servicios es bastante deficiente a nivel nacional, esto se ve reflejado en dos características negativas. La primera es el mal manejo que tienen con los paquetes que les hacen llegar, ya que cada vez menos personas utilizan esta paquetería por el miedo a que durante el recorrido del viaje sea maltratado y no exista una garantía fija por parte de la misma.



La segunda característica y más importante, es el tiempo de entrega que manejan, no importa si es un paquete nacional o si es uno que llega del extranjero, los tiempos de entrega son demasiado largos.

En la siguiente imagen se muestra un ejemplo de envío nacional y cuánto tiempo es que tarda en llegar a su destino.

Imagen 4.5 “Seguimiento de paquete por Mexpost”

Fecha	Hora	Oficina
09/06/2016	14:14:00	Administración Postal Centro Tepic, Nay.
09/06/2016	11:26:00	Administración Postal Tizayuca, Hgo.
08/06/2016	12:21:00	Centro de Distribución Pachuca de Soto, Hgo.
08/06/2016	10:06:00	Centro de Distribución Pachuca de Soto, Hgo.
26/05/2016	13:58:00	Administración Postal Centro Tepic, Nay.
23/05/2016	19:27:00	Centro de Distribución Veracruz, Ver.
23/05/2016	11:10:00	Administración Postal Centro Tepic, Nay.
20/05/2016	13:07:00	Administración Postal Coatzacoalcos, Ver.
19/05/2016	14:49:00	Centro de Distribución Tepic, Nay.
19/05/2016	12:07:00	Centro de Distribución Tepic, Nay.
14/05/2016	14:38:00	Centro de Distribución Veracruz, Ver.
14/05/2016	06:46:00	Centro de Distribución Veracruz, Ver.
22/02/2016	11:38:00	Administración Postal Acayucan, Ver.
19/02/2016	16:41:00	Administración Postal Acayucan, Ver.
18/02/2016	14:03:00	Administración Postal Coatzacoalcos, Ver.

Fuente. Seguimiento de envíos del Servicio Postal Mexicano.

Como se observa en la imagen 4.5 el paquete fue enviado en febrero del 2016 y para junio del mismo año aún no llegaba a su destino final, sólo ha sido transportado de un lugar a otro, pero no a una ubicación en concreta. Este problema sucede principalmente por la falta de logística que cuenta la paquetería, ya que al llegar un cargamento de mercancías importadas al aeropuerto de la Ciudad de México lo único que realizan es separar los paquetes que su destino es la CDMX mientras que las demás no son mandadas al estado de destino, sino que el total de las mercancías que sobran se manda a otro centro de distribución y así sucede en cada estado hasta que de forma aleatoria el paquete llega a su estado de destino.

Este problema se da porque las mercancías que provienen del e-commerce son más frecuentes y Mexpost no ha aumentado el personal para mantener la calidad de su servicio, sino que mantiene el mismo personal pero la calidad ha disminuido impactando en los tiempos de envío, en general los consumidores frecuentes al

comprar productos a través de las tiendas en línea saben que el tiempo mínimo de espera es de dos meses, por lo que debe se debe de mejorar tanto infraestructura como logística para brindar un mejor servicio.

## **Conclusiones**

Una vez desarrollados los temas de este trabajo, debemos de analizar diferentes aspectos clave para determinar si se cumplieron o no varios puntos planteados a lo largo de esta investigación, de esta forma se podrá reflexionar, realizar una evaluación y poder crear sugerencias para la problemática del impacto actual y a futuro del sistema regulatorio mexicano ante el comercio electrónico.

Con el caso de la problemática, se planteó una general, esta es la disfunción que tiene el gobierno mexicano ante el comercio electrónico, de esta misma se desprenden dos problemáticas más a causa de este efecto, las cuales son las afectaciones hacia los productores nacionales y a los intermediarios comerciales.

Por esta razón se establecieron tanto objetivos generales como particulares, ya que de esta forma se pudo desarrollar ampliamente varios temas que pueden ayudar a comprender mejor y a dar soluciones para las problemáticas planteadas en esta investigación.

El objetivo general es determinar el impacto actual y a futuro del sistema regulatorio del gobierno mexicano ante la compra – venta dentro del comercio electrónico, se pudo lograr este objetivo gracias a cada uno de los capítulos desarrollados. Con la ayuda del segundo capítulo se conoce como era la regulación comercial de México desde 1820, con la apertura de su primer puerto en Veracruz, y todos sus cambios a través del tiempo, donde en algunos casos predominaba el proteccionismo o el libre comercio, este factor dependía principalmente por la situación social, política y económica que contaba el país y el extranjero, por lo tanto, el impacto actual y a futuro se verá determinado por las principales variables sociales, políticas y económicas que se tomaran en los próximos años.

Esto nos da pie a analizar el tercer y cuarto capítulo en relación al objetivo general, con el tercero se planteó diversas variables clave que se están gestando en la actualidad y que tendrán impacto en el corto y largo plazo, como el caso de la población mexicana, ya que aproximadamente una tercera parte nació a partir de 1990, lo que hace más propensa a la población a realizar compras por medios electrónicos, este no es el único factor clave, tenemos otros como la población con acceso a internet y la gestación de la banca múltiple, con el acceso a internet se

han registrado en los últimos años cambios significativos dentro de la sociedad, como el uso común de este medio para obtener información y otras más funciones que cumple, lo destacable es que en 2017 dos terceras partes de la población nacional tienen acceso a internet y esto se ha ido reflejando en las compras en línea, debido a que con anterioridad varios estudios del INEGI sobre internet no contemplaban las “compras en línea” como una actividad, pero desde el 2015 se tuvo que agregar por su participación exponencial, alcanzando en el 2017 más del 16% de participación dentro del internet, cifra bastante elevada en un plazo de tres años.

La gestión de la banca múltiple juega un papel clave, ya que es la encargada de realizar las transacciones monetarias para completar la compra de los consumidores, en México se tiene consolidado este tipo de bancos debido a que es la predominante a nivel nacional en las metrópolis y las urbes, mientras que en el territorio rural predomina las cooperativas financieras, pero no tienen una gran participación como los territorios anteriores. Los bancos múltiples dentro del país, como BBVA Bancomer, han sabido posicionarse ante el comercio electrónico a través de varios conductos para el acceso al sistema financiero como el uso de corresponsables y mayormente con terminales de punto de venta o TPV que facilitan las formas de pago para realizar compras en el e-commerce.

Por último dentro del objetivo general tenemos el cuarto capítulo, donde mayormente se analizan variables políticas y económicas que dan pie para el impacto futuro que pueda tener el comercio electrónico dentro del país. La variable política fundamental es la relación que tiene México con el exterior y esto se cuantifica detalladamente en 12 Tratados de Libre Comercio, 32 Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones y en 9 alianzas en la Asociación Latinoamericana de Integración, una cifra a simple vista atractiva para que se pueda desarrollar el comercio electrónico con una buena regulación, pero la verdad es diferente debido a que a pesar de tener varios acuerdos comerciales, no hay muchos que hablen del comercio en línea y en el caso de que exista no es demasiado gran el volumen de ventas por internet con ese país, uno de los casos

más preocupantes es con China ya que no se tiene un Tratado formal por el TLCAN o T-MEC que impide la relación con este país, es preocupante debido a que gran parte del comercio en línea proviene de China, por sus bajos precios, por lo que no se tiene una buena regulación comercial sobre las tiendas en línea que provienen de este país y venden sus productos en México.

Por el lado económico, una de las principales formas de regulación es a través de la imposición de impuestos al consumidor que importa bienes, la forma para determinar el impuesto a un bien importado dependiendo el país de origen reside en el tratado comercial que tenga con dicha nación, en el caso de E.U es del 16% al valor del producto final, pero con otros países que no hay tratados establecidos no hay manera exacta de determinar el impuesto, de esta forma se desprende los ingresos tributarios obtenidos de productos importados, los cuales en los últimos años se han disparado no por el aumento a la tarifa de impuestos, sino al aumento drástico de bienes importados que compran los consumidores a las tiendas en línea extranjeras, impactando a la balanza comercial y posteriormente al PIB nacional.

Del objetivo general se desprenden varios particulares, que ayudaron a orientar el desarrollo de este trabajo. El primero objetivo particular fue poder analizar y detallar los factores determinantes para que los consumidores le den con el paso del tiempo más preferencia a los productos importados, se logró cumplir en el tercer capítulo, ya que se analizó los diferentes tipos de comercio, destacando el B2C como el más importante para los consumidores, ya que se tienen diversas características clave que la hacen atractiva para el consumidor mexicano.

La primera característica es el internet debido a que se puede entrar a las diferentes tiendas en línea por este medio, no importa en qué parte del territorio se encuentre sólo se debe tener un dispositivo que sea capaz de navegar por este medio, dándole gran flexibilidad de buscar productos a los consumidores. La segunda característica son los envíos que manejan las tiendas, ya que se puede comprar en cualquier parte del mundo y pagarlo a bajo costo, esto se debe a que los medios transportes de carga masivos disminuyen su costo al transportar mayor escala de productos por lo que el consumidor paga una cuota demasiado baja. La tercera característica es la

atención al cliente, esto debido a que las tiendas ahora se enfocan con mayor rigurosidad en la satisfacción del cliente, no sólo brindar el producto final sino también la calidad que ofrecen sus servicios, como el trato que brindan cuando existe un inconveniente con los medios de pago, un mayor plazo de garantía y una amplia gama de diversos servicios que ayudan a la satisfacción del vendedor. De este punto se desprende la cuarta característica clave, los medios de pago han ayudado a que aumente la preferencia de los consumidores, ya que en la actualidad son muy diversas estas formas, ya no es necesario contar con alguna tarjeta bancaria como en los últimos años para poder realizar la compra, debido a diferentes alianzas que han tenido las tiendas en línea con bancos y comercios físicos.

Por último tenemos la quinta característica y la determinante para que los consumidores decidan comprar a través del e-commerce, los precios son el atractivo de las tiendas online, ya que son demasiado bajos y provocan al consumidor a comprar, existen muchos factores para la determinación de sus bajos precios, de los principales son la eliminación de intermediarios, ahora la cadena que sigue el producto hacia el consumidor final da un salto, ya no es necesario el uso de estos agentes porque ahora los productores pueden vender sus mercancías directamente creando sus tiendas virtuales, por lo que disminuye drásticamente el precio, también se debe de considerar que en la mayoría de los casos no se incluye el envío, aumentando más la preferencia del consumidor mexicano ante los bajos precios.

El segundo objetivo particular fue determinar las principales formas de pago que cuentan las tiendas en línea que exportan sus productos hacia México, estando relacionado directamente con el primero de estos objetivos, ya que ayuda a saber con mayor claridad las preferencias que tienen los consumidores y como tiene un impacto económico.

Se logró cumplir el segundo objetivo, ya que en el tercer capítulo se habló sobre el desarrollo que tiene el comercio electrónico en México, existiendo cada vez más diferentes medios de pago creados por las propias tiendas en línea, como nuevas formas de inclusión financiera por los bancos establecidos y los nuevos ante este

mercado. De las formas de pago se desprenden cinco que son fundamentales para lograr la acelerada entrada de consumidores al comercio electrónico.

Primero tenemos las tarjetas bancarias, son la manera más simple de realizar compras ya que todos los comercios aceptan este medio de pago, el problema reside en que no es fácil su obtención, es necesario cumplir con ciertos requisitos que no terminan de convencer al consumidor. La segunda forma de pago son las transferencias bancarias, en algunos casos es necesario contar con una cuenta bancaria la cual no es atractiva, pero cambia por completo el esquema cuando se realizan las transferencias a través de las tiendas de autoservicio ya sea a través de una cuenta o en efectivo, esta es una de las formas en que más ha aumentado el comercio electrónico, debido a que brinda certidumbre al consumidor al no tener que ingresar información personal y la complejidad de utilizar los medios digitales. Por el problema de robo de información obtenemos la tercera forma de pago, los sistemas financieros en línea son una capa de seguridad para la información bancaria de los consumidores, por lo que ha tenido un gran impacto en la economía global, el más destacado es PayPal como ya se había mencionado. Los bancos en línea son la cuarta forma de pago, ha crecido en los últimos años en México ya que fueron creados especialmente para poder realizar transacciones en línea y no para utilizarse de forma física. Por último, las monedas virtuales también son utilizadas como manera de pago, fue popular por un tiempo determinado, pero en los últimos años han tenido grandes obstáculos que han ido disminuyendo su uso al no estar regulada por alguna institución.

Al tener diversos medios de pago, tienen como consecuencia un aumento a la inclusión financiera y específicamente dentro de la banca múltiple, ya que estos bancos se han ido flexibilizando para obtener más consumidores, ya sea a través de alianzas con las tiendas virtuales o beneficios al comprar en el e-commerce. Esto se observa dentro de los datos del RNIF, donde las metrópolis y las ciudades urbanizadas tienen más del 75% de cobertura, facilitando la manera de comprar en línea.



Por ende, para cumplir el primer objetivo particular se necesitó la ayuda del segundo, así se llegó a la conclusión de que existen varios factores determinantes que hacen al comercio electrónico uno de los más importantes por el consumidor, aunado a esto, dentro del territorio mexicano todavía no se tiene una parte de la población que realice compras en línea, pero al observar el panorama de las diversas formas de pago y el impacto que ha tenido dentro de la inclusión financiera, en el corto plazo se tendrá casi a la totalidad de la población mexicana con el uso del e-commerce, siendo un desarrollo económico favorable si es que el actor gubernamental interviene de la mejor manera.

Por esta razón llegamos al tercer objetivo particular, el cual fue evaluar las medidas tomadas por el gobierno mexicano para la regulación de los bienes importados a través del comercio electrónico. Se logró explicar este objetivo a lo largo del cuarto capítulo, donde se detalla el papel que ha tenido el gobierno mexicano ante la entrada del e-commerce.

Las medidas que ha tomado el gobierno nacional, no han sido las más óptimas para que se desarrolle las tiendas en línea de manera adecuada con un impacto positivo en la economía. La manera en que el gobierno interviene dentro del comercio electrónico, es a través de la regulación, siendo una serie de normas establecidas para alcanzar un beneficio social, político, económico, etc. Por lo cual fueron analizadas estas variables y conocer que es lo que se quiere lograr con cada una de ellas, llegando a la conclusión de que todas quieren alcanzar una expansión y solidificación de la economía nacional a través de todas las variables dependientes, como el empleo, la balanza comercial, los tratados comerciales, etc.

Entonces al adentrarse al e-commerce al ser un mercado globalizado se deben de detallar varios aspectos, uno de ellos son las relaciones internacionales que tiene el gobierno mexicano con el exterior, determinando con que países se desarrolla más el e-commerce. México tiene una gran integración comercial con el exterior al contar con más de 12 tratados y otro tipo de relaciones comerciales, pero sólo algunos sobre salen dentro del comercio electrónico.

El TPP es uno de los últimos tratados comerciales que ha firmado México, por lo cual se ha integrado de manera adecuada los temas actuales como el e-commerce, el problema reside en que no existe un gran flujo de tiendas en línea que comercialicen sus productos hacia el país.

Por lo que se analizó el tratado y al país con más flujo de e-commerce con México, primero tenemos el TLCAN o T-MEC, con su reciente actualización ha tenido una mayor y mejor regularización de los productos importados a través de las tiendas en línea, donde se aplica el VAT o el IVA con una tasa de impuestos del 16%, por lo que se tiene un mejor control. Por otro lado, tenemos a China, gran flujo de estas mercancías proviene de este país, pero al ser analizada se encontró que no existe un Tratado de Libre Comercio con México, lo que hace que no se establezca una buena regulación comercial sobre los productos en línea, ya que al no existir un estudio sobre cómo se deben de regular este tipo de mercancías, ya sea a través de imposición de impuestos u otros métodos, puede ocasionar un gran problema en la economía interior.

Esto por el lado de las relaciones internacionales, pero dentro de la economía nacional es muy importante detallar que la variable donde se reflejan los resultados de los bienes importados del e-commerce es en la balanza comercial. Desde el 2013 se ha ido agudizando el déficit que se tenía, aumentando de dos mil millones de dólares a casi quince mil millones, una cifra bastante alta en el corto plazo.

Como se ha mencionado una de las formas de regular los bienes importados es la aplicación de impuestos, ya sea a través del aumento o la disminución de su tarifa, pero en el país no se tiene una buena manera de determinar los impuestos a los productos de las tiendas en línea por dos circunstancias.

La primera es la falta de información de origen del producto, los productos importados traen consigo de manera impresa información sobre el país de origen y de qué lugar fue adquirida, sabiendo si fue comprada a través del e-commerce o no, pero el problema reside en que al llegar a México sólo se registra su precio y el país de origen, descartando cierta información que puede ser relevante para la mejor determinación de impuesto, ya que si se crea una base de datos se podrá

tener un mejor control sobre cómo se desarrolla el e-commerce dentro del país, a través de una subida en el impuesto a los productos de cierta tienda en línea que estén dañando algunas industrias nacionales o viceversa, que exista una disminución de impuestos a ciertos productos que puedan ayudar a crecer la economía a base de impuestos sin dañar la economía local.

La segunda circunstancia que dificulta la buena determinación del impuesto va de la mano con los tratados comerciales, existen muchas tiendas que comercializan en México, pero no tienen un tratado comercial establecido y mucho menos a cerca sobre el comercio electrónico. En la actualidad la manera en que los agentes aduanales determinan un impuesto a estos productos es casi nula su información, en la mayoría de estos casos los agentes determinan el impuesto a través de otros tratados como el T-MEC ponderándolo del 16% y tomando los precios de los productos ya comercializados en el país.

Esto lleva al cuarto objetivo particular, determinar soluciones factibles para una buena regulación de bienes importados en el e-commerce en masa para los próximos años. Este objetivo será explicado en las recomendaciones finales del presente trabajo, por lo que faltaría de explicar la hipótesis general y las preguntas planteadas en el protocolo. Es importante conocer estas preguntas de investigación, ya que dieron rumbo al trabajo ayudando a contestar el último objetivo particular.

Dentro de este trabajo también se planteó una hipótesis general que ayudo a desarrollar con mayor claridad todos los temas que abarca el comercio electrónico y a determinar si existe una buena regulación gubernamental. Esta hipótesis fue la siguiente “Los elementos teóricos, metodológicos y de regulación históricos deben de ser tomados en cuenta para realizar la investigación sobre el impacto actual y a futuro del sistema regulatorio del gobierno mexicano ante la compra-venta del comercio electrónico, ya que sin estos sería imposible emitir una buena recomendación para la regulación”, la cual si pudo ser comprobada a lo largo de los capítulos.

Estos elementos fueron desarrollándose desde el contexto histórico hasta el último capítulo de esta investigación, por el lado de los elementos teóricos se utilizó las

medidas de política económica que se han basado los gobiernos de todo el mundo en los últimos años, ante la entrada del comercio electrónico, una de estas medidas es la modificación comercial que ha hecho Estados Unidos ante el mundo, como las recientes medidas proteccionistas y la integración de un nuevo TLC con los países de Norte América, el contexto histórico también un juega un papel fundamental, ya que brinda las bases sobre donde se está desarrollando el comercio electrónico y que papel podría desempeñar en el futuro teniendo la conciencia histórica adecuada, de esta manera se logró tener una base teórica sobre qué es y lo que no debe hacer el gobierno mexicano ante el posible auge del e-commerce.

Los elementos metodológicos como los de regulación van directamente relacionados, ya que al realizar la metodología adecuada se crean los elementos para lograr la buena regulación comercial, cada capítulo se delimito para poder señalar ciertas características que son importantes para la adecuación de la intervención gubernamental.

En el capítulo de antecedentes se detalla que medidas ha tomado el gobierno mexicano ante la llegada creciente de productos importados y que medidas han funcionado como las que no, ayudando a plantear un conocimiento previo para que las futuras medidas no se hayan ya realizado y fracasado en su momento. En el capítulo “Comercio electrónico” se evaluó las variables del mercado online sin la intervención gubernamental, ya que de esta forma se logró conocer que aún es un mercado creciente que se ha ido agudizando en los últimos años y que en el corto plazo tendrá un auge no sólo en el país sino de manera global que si no se regula de manera adecuada demasiados países podrían decrecer económicamente. Por último, el capítulo denominado “Intervención gubernamental” se detalla la participación a corto plazo y actual que ha tenido el gobierno mexicano ante la regulación del e-commerce, esto a través de diferentes variables como la recaudación de impuestos a los bienes importados, la situación de la balanza comercial y otras variables que ayudaron a evaluar las medidas tomadas por la parte gubernamental, por lo tanto esta investigación cuenta con una diversidad de elementos de diferentes ámbitos que ayudaron a integrar esta investigación.

Pasando a las preguntas particulares la mayoría de estas fueron contestadas conforme se explicaba cada objetivo particular, ya que fueron de la mano para poder conocer ciertas cuestiones que dieron estructura a este trabajo. Sólo faltaría contestar la última pregunta particular ¿México ha desalentado a los consumidores a comprar artículos del extranjero por los altos impuestos que ha asignado, decidiendo estos mismos consumidores comprar dentro del país?

Al conocer el papel que ha tomado el gobierno mexicano en los últimos años sobre la determinación de impuestos sobre los productos del e-commerce, si ha desalentado este comercio, pero no lo hace con ese fin, sino que no ha sabido cómo reaccionar ante la inserción de una manera diferente de comercializar, ha tratado de regularlo como siempre lo ha manejado, pero no es la manera adecuada impactando al consumidor local.

Lo que hace el gobierno es que a la entrada de bienes importados y de países donde no se tengan establecidos tratados comerciales donde abarquen el tema del comercio electrónico, el sistema aduanal mexicano establece el impuesto de manera casi incierta, ya que al no tener normas sobre qué impacto causaría en la balanza comercial tienden a imponer un impuesto bastante alto, provocando que el consumidor no pague por ese producto regresando al país de origen y que esa tienda deje de comercializar en línea con consumidores mexicanos, o por el lado contrario que el impuesto sea nulo, haciendo más grande la brecha de la balanza comercial mexicana con el aumento agudo de bienes importados.

## Recomendaciones

Ante esta y otras problemáticas ya mencionadas, llegamos a las recomendaciones finales de esta investigación, estando enfocadas en lograr la mejora continua de la regulación del e-commerce, sin dejar de incentivarlo y que tenga al mismo tiempo un impacto positivo en la economía nacional.

Las siguientes recomendaciones estarán desarrolladas de lo general a lo particular, ya que de esta manera se podrá comprender mejor los resultados que se quieren lograr a corto y largo plazo.

Al existir una falta de normatividad con algunos países que más flujo de e-Commerce tiene México, la recomendación más sencilla y directa sería crearla o lo que se traduce en la implementación de “Tratados de Libre Comercio”, la opción más recomendable sería un tratado comercial con China debido a que es uno de los países que más importa a través del comercio electrónico en México, de esta forma se tendría un mejor control fomentando al consumo y aumentaría los ingresos federales por encima del aumento de las importaciones, teniendo un impacto positivo para la economía nacional.

Aunque sea una buena forma de mejorar la regulación del comercio electrónico dentro del país, esto queda completamente descartado por la normatividad de otro tratado comercial, el TLCAN 2.0, T-MEC o AMEC es el responsable de que México no pueda crear un TLC con China, debido a que en su reciente modificación se le fue agregado en artículo 32.10.

El artículo denominado “Artículo 32.10: TLC con un país que no es de libre mercado”, establece que los países participantes al T-MEC tendrán una serie de consecuencias al negociar un Tratado de Libre Comercio con un país que no sea denominado de libre mercado.

En este artículo se determina que un país no es de libre mercado cuando “...si conforme a las leyes en materia antidumping (discriminación de precios) de una parte se ha considerado a un país con ese estatus y si al momento de la firma del AMEC una parte no tiene un TLC con ese país”. (TMEC, 2018)

Por ende, si existe un país con discriminación de precios que sea considerado con ese estatus y uno de los participantes decide realizar un TLC con dicho país. Un ejemplo, la recomendación anteriormente planteada de China, se deberá de informar tres meses de anticipación antes de la negociación a los otros países del T-MEC, estos países podrán tomar la decisión sin ninguna justificación si deciden quedarse o retirarse del T-MEC, por lo tanto de esta manera Estados Unidos regulado la relación que tiene Canadá y México con China, como en México una gran parte del flujo comercial es a través de Estados Unidos no hay planes para crear un TLC con China, el problema recae en el comercio electrónico, como se estableció en toda la investigación es un mercado con un alto grado de crecimiento que el corto plazo está teniendo un impacto grave sino se maneja de la mejor manera.

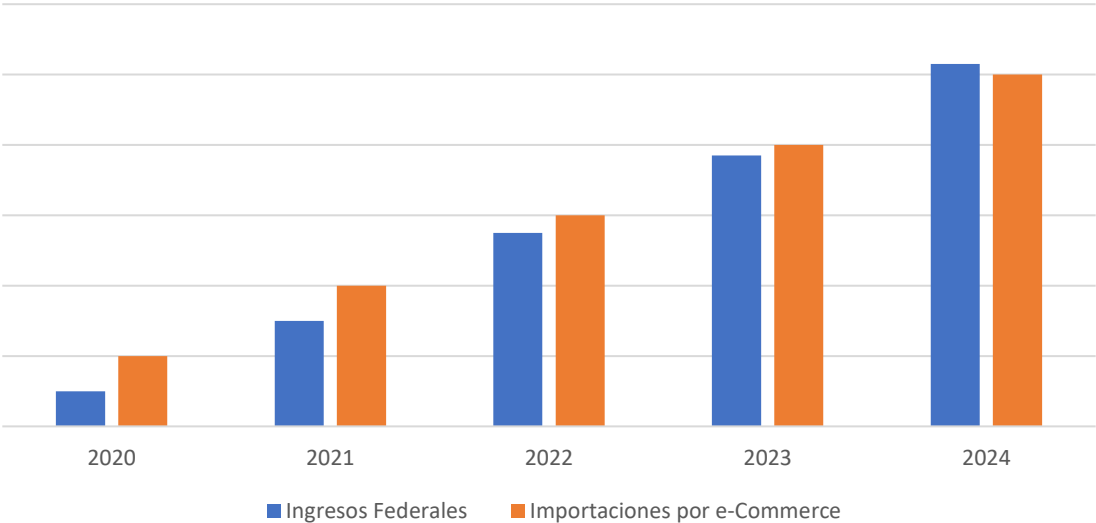
Por lo tanto, ante este problema se determinaron dos recomendaciones alternativas que van relacionadas entre ellas para tener una mayor eficacia y eficiencia al momento de llevar a cabo el proceso regulatorio del e-Commerce en México. La primera alternativa está basada en el robustecimiento de la base de datos sobre la información recabada de los productos que entran al, la variable más destacable ante esta recomendación es la cuantificación de los productos que son importados a través del e-Commerce, ya que en la actualidad no se conoce mucha información sobre los productos importados, lo que mayormente se conoce es el país de origen, la cantidad de estos productos que entran al país y en algunos casos el tipo de bien que es, pero ahora se deberá agregar otra nueva variable, conociendo si fue adquirida o no a través de medios digitales.

La implementación de esta recomendación no es difícil llevarla a cabo, esto debido a que en la etiqueta de estos productos se especifica a través de qué comercio fue adquirida, nombrando el nombre de la tienda en línea y otros datos que se puede utilizar para fortalecer la regulación comercial.

Lo que se quiere lograr con esta primera recomendación es realizar una serie de análisis cualitativos como cuantitativos detallados para poder mejorar la determinación del impuesto a productos del comercio electrónico, de esta manera

se podrá lograr un aumento al consumo por parte de la población mexicana y lo más importante hacer crecer en mayor proporción los ingresos federales que las importaciones, de esta manera en los últimos cinco años el déficit comercial seguirá subiendo pero no tendrá un impacto considerable debido al gran crecimiento de estos ingresos, tal como se muestra en la siguiente gráfica.

Grafica 5. “Proyección de Ingresos federales e Importaciones a corto plazo”



Fuente. Elaboración propia.

De esta manera obtenemos la segunda recomendación, con la información recabada anteriormente se puede crear de una fórmula para determinar eficientemente el impuesto a productos importados a través del comercio electrónico, aplicado a productos con origen en países donde México no tenga un tratado comercial establecido sobre el e-Commerce, por lo tanto serviría principalmente para tener una mayor regulación comercial con los países asiáticos que comercializan de forma masiva por las tiendas virtuales al país y sin una regulación estable.

La característica principal de esta fórmula se encuentra en estar dividida por tipo de bienes con mayor importación, tales bienes serian como computadoras,



celulares, textiles, entre otros. Entonces la tarifa al impuesto fue calculada a través de la siguiente formula:

$$\text{IMPUESTO (\%)} = \text{PIP} \times 1000$$

En donde PIP representa el Porcentaje de Importaciones del Producto a través del e-Commerce, es importante resaltar que se utilizará el porcentaje sólo de bienes adquiridos a través de las tiendas en línea fuera del país, ya que de esta manera se podrá regular el consumo nacional. Lo que se quiere lograr con esta fórmula es dinamizar la manera en que se impone un impuesto, debido a que cada situación es diferente ya sea por el tiempo y el tipo de bien.

El primer punto a resaltar es que el impuesto se ira modificando anualmente dependiendo de las cifras del PIP del año anterior, por ejemplo, para calcular el impuesto a celulares importados del e-Commerce del 2020 será necesario utilizar el PIP de celulares del año anterior, siendo el 2019, sucediendo estas modificaciones anualmente para mantener una regulación estable en diferentes situaciones.

El segundo punto a resaltar que se establecerá cada formula dependiendo del bien que se adquiere, esto se debe a que cada PIP varía dependiendo del producto, no será el mismo porcentaje de PIP de los celulares a comparación del PIP de los textiles, por lo tanto, además de variar el impuesto dependiendo el tiempo, también lo hará el volumen de importación de cada producto a través del e-Commerce.

Se pondrán dos ejemplos para detallar mejor el comportamiento de esta fórmula y como es que puede impactar positivamente la economía nacional a largo plazo. En el primer ejemplo se pondrá aprueba un producto con mayor volumen de importación, los teléfonos celulares son un gran exponente de este ejemplo Si se quiere determinar el impuesto a los teléfonos que se adquirirán en el 2020 a través del comercio electrónico, suponiendo que el total de las importaciones los teléfonos celulares representan el 1.8% y con la ayuda de la primera recomendación sobre cuantificar los celulares adquiridos sólo por tiendas de internet, resultado que sólo son el 0.9% del total de las importaciones, por lo tanto al utilizar la formula dinámica para

calcular el impuesto, este sería del 9%, no es un impuesto elevado que impacte negativamente a los consumidores, ya que al ser baja es más fácil que el consumidor lo pueda pagar y no se generen las problemáticas antes expuestas como devolución de productos por alto impuesto, que no se le ponga un impuesto e impacte a la economía nacional, etcétera.

Ahora el segundo caso es todo lo contrario, se utilizará un producto que no tenga un alto volumen de importación nacional pero que se puede adquirir a través de las tiendas en línea. Los animales de peluche son la mejor manera de explicar este ejemplo, si se repite la misma situación donde se quiere determinar el impuesto a estos productos para el 2020, se tendrá que utilizar la información del año anterior. Suponiendo que en el 2019 represento el 0.25% del total de importaciones y el 0.15% fueron por tiendas en línea, el impuesto quedaría del 1.5% a estos productos. A primera instancia se observa un impuesto demasiado bajo, pero en la actualidad no se le pone algún tipo de impuesto, ya que la mayoría de estos productos tiene un valor que no rebasa los 50 dólares por lo que las aduanas mexicanas no le dan la importancia que debería de tener, entonces planteando los dos ejemplos anteriores llegamos a las proyecciones a futuro sobre esta fórmula dinámica.

Con la ayuda de la nueva base de datos sobre el e-Commerce en México y con la fórmula dinámica anteriormente ejemplificada, se empezará de manera paulatina a aumentar los ingresos federales por parte de este rubro, así hasta poder llegar a la gráfica cinco donde los ingresos son mayores a las importaciones y de esta manera seguirá el déficit comercial pero este se verá compensado ahora por los nuevos ingresos que se recauden, ya que ahora se impondrán a productos a los cuales nunca se les había asignado un impuesto y aunado a esto, la determinación dinámica dependiendo el tiempo y el volumen de importación ayudan a mitigar los problemas actuales como los futuros del comercio electrónico dentro del territorio mexicano, anteriormente establecidos como la agudización del déficit comercial y el impacto tanto a corto como a largo plazo en la economía nacional.

## **Bibliografía**

- AMAI. (2019). *Niveles Socioeconómicos*. México: AMAI.
- Amazon. (31 de Junio de 2018). *Annual reports, proxies and shareholder letters*.  
Obtenido de <http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=97664&p=irol-reportsannual>
- Asociación de Internet.mx. (2019). *Sello de confianza* . Obtenido de <https://sellosdeconfianza.org.mx/?op=que>
- AWS Amazon. (2019). *PCI DSS*. Obtenido de <https://aws.amazon.com/es/compliance/pci-dss-level-1-faqs/>
- Banxico. (2019). *Balanza comercial de mercancías de México*. México. Obtenido de Sistema de Información Económica.
- Bolay, J.-C. (2012). *Tecnhnologies and Innovations for Development*. New York: Springer.
- Calderón Salazar, J. A. (2005). Diez años del TLCAN. Su impacto en la economía de México. En A. Acosta Espinosa, & F. Falconí, *TLC, más que un tratado de libre comercio* (págs. 63-105). Quito: FLACSO.
- Calderón Salazar, J. A. (2006). Globalización y regulación económica. Estrategia Socialdemócrata frente al proceso de Globalización. *Revista Nueva Visión*(6). Recuperado el 23 de Mayo de 2018
- Calderón Salazar, J. A. (2014). *20 años del TLCAN: Su impacto en la balanza de pagos, agricultura y vulnerabilidad externa de la economía mexicana*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Calderón Salazar, J. A. (2014). *20 años del TLCAN: Su impacto en la balanza de pagos, agricultura y vulnerabilidad externa de la economía mexicana*. México: Ángerl Porrúa.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2018). *Ley Aduanera*. México.

- Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. (Agosto de 2003). *Evolución y estadísticas del gasto público federal en México, 1980-2002*. Obtenido de <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0212003.pdf>
- CNBV. (2019). *Portafolio de Información*. Obtenido de <https://www.cnbv.gob.mx/Paginas/PortafolioDeInformacion.aspx>
- Comisión Federal de Mejora Regulatoria. (2019). *¿Qué es la Mejora Regulatoria?* Obtenido de <https://www.gob.mx/conamer/acciones-y-programas/que-es-la-mejora-regulatoria>
- Consejo Nacional de Inclusión Financiera. (2017). *Reporte Nacional de Inclusión Financiera*. México: Consejo Nacional de Inclusión Financiera.
- Consejo Nacional de Inclusión Financiera. (2018). *Reporte Nacional de Inclusión Financiera*. México: Consejo Nacional de Inclusión Financiera.
- Correos de México. (2019). *Acerca de Correos de México*. Obtenido de <https://www.correosdemexico.com.mx/AcercaDe/Paginas/AcercaDe.aspx>
- Cristina Rosas, M. (1999). El TLCAN y la recomposición económica de Estados Unidos: entre la globalización y el regionalismo. *Aldea Mundo*, 44-51. Recuperado el 23 de Mayo de 2018
- Cruz Barney, O. (2005). *El comercio exterior de México, 1821-1928: sistemas arancelarios y disposiciones aduanales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Diario Oficial. (1993). *Tratado de Libre Comercio de América del Norte*. México.
- Diario Oficial de la Federación. (2019). *Ley Orgánica de la administración Pública Federal*. Ciudad de México.
- Dublan, M., & Lozano, J. (1900). Orden. Arancel general interino para gobierno de las aduanas marítimas en el comercio libre del imperio. Ciudad de México, México. Obtenido de Legislación Mexicana.

- Dublán, M., & Lozano, J. (1912). *Reglamento para la contabilidad de los almacenes de las aduanas marítimas*. México: Imprenta del Comercio.
- Ebay. (31 de Junio de 2018). *Electronic delivery of annual reports and proxy materials*. Obtenido de <https://investors.ebayinc.com/annuals.cfm>
- El Universal. (2015). *Linio y Scotiabank buscan nuevos clientes en e-commerce*. México.
- Excelsior. (2018). *Crece en México 300% el robo a transporte de carga*. México: Excelsior.
- Fondo Monetario Internacional. (2018). *Perspectivas de la Economía Mundial* . Obtenido de <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2018/03/20/world-economic-outlook-april-2018>
- Galeano, S. (2019). *Amazon y Mercado Libre: los marketplaces favoritos de las pymes mexicanas*. México: Marketing4ecommerce.
- Hand Family. (2013). *Crown Imports*. Recuperado el 2018, de <https://www.handfamilycompanies.com/crown-imports>
- INEGI. (2015). *MODUTIH 2001-2014*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/programas/modutih/2014/>
- INEGI. (2018). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. México.
- INEGI. (2018). *ENDUTIH 2015-2018*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2016/default.html#Herramientas>
- INEGI. (2018). *ENDUTIH 2017*. (págs. 1-17). México: INEGI.
- INEGI. (2018). *Informe de resultados de la Consulta Pública del Censo de Población y Vivienda 2020*. México.

- INEGI. (2019). *Analice las Cifras*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/app/statisticexplorer/00/index.html#story=0>
- INEGI. (2019). *Balanza Comercial de Mercancías de México. Mensual*. México.
- INEGI. (2019). *Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC) - 2008-2019*. México: INEGI.
- INEGI. (2019). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH)*. México: INEGI.
- INEGI. (2019). ENDUTIH 2018. (págs. 1-19). México: INEGI.
- INEGI. (2019). *PIB y cuentas nacionales*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/>
- Köhler, H. (2002). *Working for a Better Globalization*. Washington, DC: Fondo Monetario Internacional.
- López Olvera, M. (2017). Estudio histórico jurídico de la figura del agente aduanal. México: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.
- Luciana, C. (2018). *Llueven quejas por robo en Sepomex*. México: NVO Noticias.
- MercadoLibre. (31 de Junio de 2018). *Investor Relations*. Obtenido de <http://investor.mercadolibre.com/>
- Mundo, B. (26 de abril de 2010). *El hombre que inventó el teléfono celular*. Obtenido de [http://www.bbc.com/mundo/ciencia\\_tecnologia/2010/04/100426\\_inventor\\_telefono\\_celular\\_pl](http://www.bbc.com/mundo/ciencia_tecnologia/2010/04/100426_inventor_telefono_celular_pl)
- Muñoz, A. (2011). *Introducción al protocolo SSL*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid.

- OCDE. (2019). *Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas*. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.
- OEC. (2018). *What does México import? (2017)*. Obtenido de [https://atlas.media.mit.edu/es/visualize/tree\\_map/hs92/import/mex/all/show/2017/](https://atlas.media.mit.edu/es/visualize/tree_map/hs92/import/mex/all/show/2017/)
- Organización Mundial del Comercio. (2019). *Comercio electrónico*. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/ecom\\_s/ecom\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/ecom_s.htm)
- Oropeza, D. (2018). El comercio electrónico y principios económico-comerciales. En *La competencia económica en el comercio electrónico*. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.
- Peñas, F. J. (1997). *Occidentalización, fin de la Guerra Fría y relaciones internacionales*. Madrid: Alianza Editorial.
- PROFECO. (2019). *Monitoreo de Tiendas Virtuales*. Obtenido de <https://www.profeco.gob.mx/tiendasvirtuales/index.html>
- Rodríguez Martínez, M. (2015). *NUEVOS MÉTODOS DE PAGO ONLINE, SEGURIDAD Y CONFIABILIDAD*. España.
- Secretaría de Economía. (2018). *Capitulado completo del Tratado de Asociación Transpacífico*. México.
- Secretaría de Economía. (09 de Abril de 2019). *¿Sabes que es la regulación?* Obtenido de <https://www.gob.mx/se/articulos/sabes-que-es-la-regulacion-153584>
- Secretaría de Economía. (2019). *Comercio Exterior / Países con Tratados y Acuerdos firmados con México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>



Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2018). *Documento Relativo al Cumplimiento de las disposiciones contenidas en el artículo 42, fracción I, de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria "Pre-criterios 2019"*. Obtenido de Secretaría de Hacienda y Crédito Público: [https://www.finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/work/models/Finanzas\\_Publicas/docs/paquete\\_economico/precgpe/precgpe\\_2019.PDF](https://www.finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/work/models/Finanzas_Publicas/docs/paquete_economico/precgpe/precgpe_2019.PDF)

Secretaria de Hacienda y Crédito Público. (Marzo de 2018). *Finanzas Públicas, Balance del Sector Público*. Obtenido de [http://finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/es/Finanzas\\_Publicas/Estadisticas\\_Oportunas\\_de\\_Finanzas\\_Publicas](http://finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/es/Finanzas_Publicas/Estadisticas_Oportunas_de_Finanzas_Publicas)

Security Standars Council. (2010). *Industria de tarjetas de pago . PCI*.

Security Standars Council. (2019). *Secure SLC Standard*. Obtenido de [https://www.pcisecuritystandards.org/document\\_library?category=education\\_al\\_resources&document=pci\\_best\\_practices\\_for\\_maintaining\\_compliance](https://www.pcisecuritystandards.org/document_library?category=education_al_resources&document=pci_best_practices_for_maintaining_compliance)

Servicio de Administración Tributaria. (31 de Junio de 2018). *Informe tributario y de gestión*. Obtenido de [http://www.sat.gob.mx/transparencia/transparencia\\_focalizada/Paginas/informe\\_tributario\\_gestion.aspx](http://www.sat.gob.mx/transparencia/transparencia_focalizada/Paginas/informe_tributario_gestion.aspx)

Simmonds, K. (1969). *La reestructuración de la sociedad internacional*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.

SSL. (2019). *What is SSL?* Obtenido de DSSL.com: <https://info.ssl.com/article.aspx?id=10241>

TMEC. (2018). *Tratado entre México, Estados Unidos y Canada*.

Uthoff, L. M. (2004). *La difícil concurrencia fiscal y la contribución federal, 1861-1924*. México: Historia Mexicana.

- Ulrich, B. (2002). Contribuyentes virtuales. En B. Ulrich, *¿Qué es la globalización? Falacias del globismo. respuestas a la globalización* (págs. 15-23). Barcelona, España: Paidós Ibé rica.
- Uriza, C. M. (Mayo de 1990). *El déficit del sector público y la política fiscal en México 1980-1989*. Obtenido de <http://cee.colmex.mx/documentos/documentos-de-trabajo/1990/dt19905.pdf>
- Vélix Lizarraga, J. (1953). Comercio exterior de México 1821-1910. *El Colegio de México*, 23-27.
- Vélix Lizárraga, J. (1954). Comercio exterior de México de 1910-1940. En *Comercio Exterior* (págs. 108-11). México: Colegio de México.
- VISA. (2011). *Métodos de pago online*. VISA Empresarial.
- Vite Pérez, M. Á. (2000). La globalización económica. *Frontera Norte*, 12(23), 153-163. Recuperado el 23 de Mayo de 2018
- Walmart México y Centroamérica. (Noviembre de 2018). *Informacio financiera*. Obtenido de Reportes anuales: <https://www.walmex.mx/informacion-financiera/anual/>
- Yéndez, N. V. (2000). *La innovación tecnológica*. La Habana: ISCM.

## **Anexos**

## Anexo 1

### Anexo 1.1 “Tabla de percepción de salario mínimo en México del 2005 al 2018”

Año	Salarios mínimos				
	Menos de 1	De 1 a 2	De 2 a 3	De 3 a 5	Más de 5
2005	16.0%	25.4%	23.2%	22.5%	12.9%
2006	15.3%	24.0%	25.6%	21.2%	14.0%
2007	15.1%	23.9%	25.1%	22.3%	13.6%
2008	14.3%	24.0%	28.2%	20.3%	13.2%
2009	16.4%	27.4%	24.3%	20.6%	11.2%
2010	15.2%	27.6%	25.9%	21.1%	10.3%
2011	16.3%	27.8%	25.8%	19.8%	10.3%
2012	16.1%	28.3%	27.0%	18.7%	9.9%
2013	16.8%	28.9%	25.8%	19.5%	9.0%
2014	16.6%	29.9%	27.5%	17.9%	8.1%
2015	18.1%	30.2%	26.1%	17.8%	7.8%
2016	17.6%	32.1%	26.6%	16.3%	7.5%
2017	19.0%	34.0%	25.2%	16.0%	5.8%
2018	20.2%	35.5%	22.6%	16.1%	5.6%

Fuente. Elaboración propia con datos del Banco de Información Económica del INEGI.

### Anexo 1.2 “Tabla de población de ocupación en México del 2010 al 2018”

Año	Tasa poblacional	
	Ocupada	Desocupada
2005	97.2299894	2.77001059
2006	96.683343	3.31665699
2007	96.8938631	3.10613687
2008	95.9751958	4.02480419
2009	95.2708014	4.72919858
2010	95.063031	4.93696896
2011	95.4931947	4.50680533
2012	95.6045542	4.39544582
2013	95.7334487	4.26655125
2014	96.2425942	3.75740583
2015	96.0373253	3.96267474
2016	96.6289714	3.3710286
2017	96.8721388	3.12786122
2018	96.5223611	3.47763888

Fuente. Datos de los Censos y Conteos de Población y Vivienda del INEGI.

Anexo 1.3 “Tabla de población por edades en el 2015”

Edad	Total
0 a 14 años	32,751,560.00
15 a 29 años	30,690,709.00
30 a 44 años	25,749,183.00
45 a 59 años	17,816,211.00
60 a 74 años	9,084,537.00
75 en adelante	3,351,784.00
Total	119,443,984.00

Fuente. Datos de los Censos y Conteos de Población y Vivienda del INEGI

Anexo 1.4 “Tabla de Obstáculos al realizar compras por internet, del 2015 al 2017”

Año	Por la entrega	Por la seguridad de pago	Por la seguridad de datos	Total
2015	179516	78928	34721	293165
2016	255927	70308	28567	354802
2017	509539	222304	77705	809548

Fuente. Datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de TIC en Hogares (ENDUTIH).

Anexo 1.4 “Tabla de los activos y cartera total de la banca múltiple mexicana en el 2016”

	Activo total	Cartera total
BBVA		
Bancomer	1836	966
Santander	1244	572
Citibanamex	1099	575
Banorte	968	528
HSBC	614	267
Scotiabank	351	226
Inbursa	328	260
Otros	1687	651
Total	8127	4045

Fuente. Base de Datos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores

Anexo 1.5 “Tabla de las sucursales bancarias en el territorio mexicano”

Tipo	Banca múltiple	Otros	Total
Rural	142.87	280.13	423
Urbano	5081.87	2087.13	7169
Metrópoli	7753.26	1200.74	8954

Fuente. Datos del Reporte Nacional de Inclusión Financiera del 2017.

## Anexo 2

Anexo 2.1 “Tabla del PIB y actividades económicas”

Año	Trimestre	PIB	Actividades		
			Primarias	Secundarias	Terciarias
2010	T1	14,371,712	442,772	4,813,817	8,550,575
	T2	14,998,393	533,488	4,926,500	8,939,761
	T3	14,921,450	420,307	4,941,614	8,955,612
	T4	15,499,624	555,549	4,970,806	9,358,802
2011	T1	14,902,787	439,331	4,888,441	8,985,255
	T2	15,413,084	466,687	5,022,264	9,307,264
	T3	15,526,006	421,549	5,082,009	9,397,641
	T4	16,139,458	551,079	5,219,964	9,721,701
2012	T1	15,619,683	455,698	5,112,470	9,442,125
	T2	16,027,311	524,433	5,193,179	9,685,939
	T3	15,952,745	422,535	5,245,682	9,649,898
	T4	16,639,156	595,396	5,236,310	10,160,307
2013	T1	15,720,296	459,061	5,067,337	9,587,299
	T2	16,362,731	543,467	5,201,397	9,983,779
	T3	16,186,048	427,916	5,199,328	9,914,999
	T4	16,839,673	613,179	5,273,187	10,299,530
2014	T1	16,135,494	483,370	5,192,416	9,816,363
	T2	16,736,871	558,480	5,318,654	10,193,783
	T3	16,645,055	453,456	5,337,483	10,178,557
	T4	17,417,199	625,579	5,427,846	10,656,532
2015	T1	16,697,501	509,086	5,279,342	10,241,902
	T2	17,239,817	566,963	5,344,115	10,627,975
	T3	17,309,643	453,710	5,482,773	10,649,954
	T4	17,888,463	634,996	5,432,617	11,061,648
2016	T1	17,196,651	513,605	5,333,800	10,630,887
	T2	17,807,935	585,153	5,422,515	11,047,124
	T3	17,666,733	475,204	5,411,221	11,005,125
	T4	18,476,323	667,028	5,452,929	11,546,387
2017	T1	17,794,479	540,850	5,397,726	11,096,791
	T2	18,154,260	601,403	5,367,422	11,396,427
	T3	17,944,581	482,199	5,387,708	11,276,194
	T4	18,760,640	692,172	5,412,961	11,829,552
2018	T1	18,011,618	557,863	5,352,530	11,322,931
	T2	18,623,259	609,303	5,439,731	11,766,320
	T3	18,391,133	491,710	5,448,081	11,627,693
	T4	19,077,513	712,278	5,362,932	12,148,761

Fuente. Cuentas nacionales del INEGI.

Anexo 2.2 “Tabla de la Balanza comercial de México del 2013 al 2018”

(Millones de dólares)

Año	Balanza comercial	Exportaciones	Importaciones
2013	-1,195	380,015	381,210
2014	-3,066	396,912	399,977
2015	-14,683	380,550	395,232
2016	-13,118	373,947	387,065
2017	-10,968	409,401	420,369
2018	-13,704	450,572	464,277

Fuente. Base de datos del SAT, SE, BANXICO, INEGI.

Anexo 2.3 “Tabla de ingresos tributarios del Gobierno Federal a través de las importaciones”

(Millones de pesos)

Año	Importaciones
2010	24,531.00
2011	26,881.10
2012	27,906.20
2013	29,259.70
2014	33,927.90
2015	44,095.80
2016	50,553.30
2017	52,330.10
2018	53,361.70

Fuente. Datos de Dirección General de Estadística de la Hacienda Pública, SHCP.