

**Ir a la Gaceta del día Miércoles 21 de agosto de 2019**

**Gaceta: LXIV/1SPR-33/98435**

**Iniciativas de Ciudadanos Legisladores**

**Estado Actual: Ficha Técnica**

Del Dip. Ignacio Benjamín Campos Equihua, del Grupo Parlamentario de Morena, con proyecto de decreto por el que se modifican diversas disposiciones de la Ley del Impuesto al Valor Agregado; de la Ley del Impuesto Sobre la Renta; así como de la Ley Federal de Competencia Económica.

---

**INICIATIVA DE LEY CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE MODIFICAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO; DE LA LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA; ASÍ COMO DE LA LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA; A CARGO DEL DIPUTADO IGNACIO BENJAMÍN CAMPOS EQUIHUA DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA**

**FUNDAMENTO LEGAL**

Con fundamento en los artículos 71 fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículo 55 fracción II, y 179 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos.

**PROBLEMÁTICA**

Lo que hoy conocemos como comercio electrónico, se ha convertido en un fenómeno global y sus beneficios son diversos; entre ellos están la aparición de esquemas empresariales y de consumo que facilitan acceso a nuevas opciones de trabajo e ingreso entre particulares.

Los mecanismos alternativos de consumo, por los cuales se hace uso del internet y las nuevas tecnologías, ha establecido una nueva configuración de comercio denominado "electrónico", mismo que está relacionado con la economía colaborativa o compartida, cuyo principio básico es el intercambio de bienes y servicios, en la acción de alquilar, comprar o vender productos en función de necesidades específicas.

Este tipo de economía ha abierto la puerta a modelos de negocio que impulsan el intercambio de bienes y servicios, pasando de la colaboración de ayuda mutua y voluntaria a conceptos mucho más amplios de lo que pensamos, puesto que dentro de este proceso existen diversos tipos de relaciones que varían en función de las necesidades del consumidor.

En México y en otras latitudes no hay hasta ahora una regulación adecuada para esta actividad de intermediación, sin embargo, existen parámetros internos sobre el



cumplimiento de obligaciones fiscales que no se están cubriendo tal y como lo hace cualquier empresa, así como referencias internacionales relacionadas con dicho cumplimiento.

Si bien es cierto, contar con más opciones para adquirir bienes y servicios nos permite una mayor oportunidad para elegir; también lo es que debe existir un equilibrio en cuanto a la competencia, para generar un círculo virtuoso que permita tanto a los negocios tradicionales como a esta modalidad, al ofrecimiento de una mayor calidad de productos y servicios.

En ese orden de ideas, las nuevas tendencias a través de las cuales diversos productos se adquieren mediante plataformas tecnológicas, no son ajenas a la regulación y cumplimiento de los requisitos que la ley exige, puesto que, al fungir como intermediarios también obtienen ganancias y por tal razón, están sujetos al pago de los impuestos ya existentes que cualquier otro tipo de negocio cubre.

De acuerdo a lo anterior, la presente iniciativa resuelve esta ausencia legal y fomenta estos modelos negocio denominados “comercio electrónico”, implementando el registro de estas prácticas mercantiles, el cumplimiento de obligaciones y la responsabilidad adquirida con los consumidores en igualdad de condiciones que cualquier otro tipo de empresa.

## **ARGUMENTACIÓN**

México suscribió el 25 de enero de este año en Davos, Suiza, el acuerdo por el que setenta y cinco países se comprometieron a construir un marco legal para regular el comercio electrónico también conocido como e-commerce\_, por lo que este año podrían ponerse los cimientos para una gobernanza global de este tipo de prácticas mercantiles.

El acuerdo celebrado en un espacio externo al Foro Económico Mundial, fue impulsado principalmente por la Unión Europea, Estados Unidos y Japón y se trata de la negociación de las nuevas reglas para el comercio en línea, siendo China quien expresó un apoyo condicional a la iniciativa, porque considera que debe tomarse en cuenta las necesidades de los países en desarrollo.

Las conversaciones comenzaron formalmente en marzo y buscan encontrar un consenso para “hacer más fácil comprar, vender y hacer negocios en línea”. En este acuerdo están incluidos todos los países de la Unión Europea y 47 más que representan 90% del comercio mundial.

El comercio en línea de bienes y servicios no existía prácticamente cuando nació la Organización Mundial del Comercio, en 1995; hora constituye una parte significativa de la economía mundial.

El Informe sobre el Comercio Mundial 2018\_estimaba que en 2016, el valor total de este comercio en 27.7 billones de dólares (1.4 veces el valor de la economía de Estados Unidos). Entre las nuevas reglas se podrían establecer estándares para combatir el spam; garantizar la validez de los contratos electrónicos y las firmas electrónicas y definir requerimientos de localización de datos en las transacciones, así como la obligatoriedad de la revelación de los códigos fuente.



Evidentemente, por un lado, existe la preocupación fundada sobre el buen uso de la información de los datos de los usuarios que adquieren bienes y servicios a través de medios electrónicos, y al mismo tiempo sobre el cumplimiento de la regulación fiscal en los países en los que realizan sus operaciones.

La comisionada europea de Comercio, Cecilia Malmstrom, señaló: *El comercio electrónico es una realidad en todo el mundo, por eso debemos proveer a nuestros ciudadanos y empresas de un ambiente predecible, efectivo y seguro para este tipo de actividad*".

En julio de 2017 los países del Grupo de los 20 (G20), se propusieron debatir en la cumbre de Hamburgo la necesidad de revisar y continuar con la adopción de políticas para regular el cobro y pago de impuestos a empresas que venden productos y servicios por la vía electrónica.

El grupo de las economías más importantes del mundo han considerado urgente la necesidad de adaptar y generar leyes, reglamentos y procedimientos para fijar impuestos y contribuciones a estos negocios; de acuerdo con el reporte del Secretario General de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para los Líderes del G-20, dado a conocer previo a dicha cumbre.

Es importante señalar que las empresas que venden servicios o productos vía electrónica obtienen parte o la totalidad de sus ingresos de mercados en los que no tienen presencia física y las disposiciones en materia de impuestos que aplica cada país pueden quedar rebasadas; México no ha sido la excepción.

No obstante, la mayoría de los países de la OCDE y del G-20 ya han implementado normas para la recaudación del IVA, sobre las entregas de servicios y bienes intangibles por parte de proveedores extranjeros, más allá de que no se ha regulado totalmente.

El comercio electrónico o e-commerce, consiste fundamentalmente en el desarrollo de acciones de mercado, ventas, servicio al cliente, gestión de cartera, gestión logística y en general, todo evento de tipo comercial e intercambio de información llevado a cabo por medio de internet.

El comercio electrónico es definido por los estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) como el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes de comunicación.

Como consecuencia de lo anterior, es claro que representa una gran variedad de posibilidades para la adquisición de bienes o servicios ofrecidos por proveedores en diversas partes del mundo. Las compras de artículos y servicios por internet o en línea pueden resultar tan atractivas por la facilidad para realizarlas, que los ciberconsumidores no toman las precauciones necesarias para evitar ser víctimas de prácticas comerciales fraudulentas y mucho menos conocen si cumplen con sus obligaciones legales.

En México, el ciberconsumidor está protegido cuando realiza compras por internet, puesto que la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) contiene disposiciones generales sobre comercio electrónico en su capítulo VIII bis (De los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología), pero aún hace falta para el Estado la implementación de la regulación fiscal existente.



Las autoridades de protección al consumidor alrededor del mundo han desarrollado una serie de lineamientos que buscan otorgar una mayor protección a los consumidores en línea. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) estableció, en 1999, las directrices para la Protección de los Consumidores en el contexto del Comercio Electrónico; se trata de una serie de recomendaciones encaminadas a lograr que los proveedores de bienes y servicios a través de internet cumplan con las disposiciones de las leyes de protección al consumidor.

Así se garantiza que el consumidor reciba adecuados niveles de protección cuando realiza sus transacciones comerciales por internet, por lo que, al realizar operaciones comerciales en línea, es importante tener en cuenta los siguientes aspectos:

- El proveedor debe informar claramente su identidad, denominación legal y datos de ubicación física (dirección, teléfono y fax), para que el ciberconsumidor pueda hacer alguna reclamación en caso de que se presente un problema.
- El proveedor por internet está obligado a brindar una descripción veraz de las características de los productos, para que el consumidor pueda tomar una decisión de compra bien informada.
- En el caso de los proveedores mexicanos en línea, los precios deben estar expresados en moneda nacional y, en caso de existir cargos adicionales por envío de los productos, se deben señalar claramente, junto con las condiciones y formas de pago.
- El portal debe declarar sus políticas de privacidad. Esto es importante porque es probable que se requiera al ciberconsumidor que revele datos de carácter privado, como el número de la tarjeta de crédito.
- También deben estipularse con claridad las políticas de devolución de mercancías, así como las garantías, las condiciones generales de la transacción, restricciones para la compra de bienes y servicios (como es el caso de ubicación geográfica, de tiempo, por tipo de producto o cantidad a adquirir).

Retomando la premisa sobre las obligaciones fiscales existentes que cubre cualquier tipo de negocio, y que en la actualidad el E-Commerce se ha convertido en una herramienta con gran éxito para el mundo de los negocios gracias a la apertura y facilidad de acceso al Internet, únicamente se propone la actualización de nuestro marco normativo.

Siendo el comercio electrónico el intercambio financiero que se realiza, a través de la red, entre sujetos que pueden estar a una gran distancia física, y que se materializa generalmente por medios de pago electrónicos, hablamos de los mismos requerimientos que cumple cualquier empresa.

Solo como un antecedente relacionado con este tipo de negocios, para poder diferenciar uno "virtual" de un negocio "real" debemos identificar los tipos de negocio E-Commerce que existen en el mercado, entre ellos el comercio entre empresas o bien compra y venta de productos y servicios entre particulares.



Los retos del comercio electrónico en México también son una gran oportunidad de crecimiento, en los últimos años, el comercio electrónico ha destacado sobre el comercio tradicional, principalmente, por permitir llegar a un mayor porcentaje de la población con una inversión menor y poder obtener mejores utilidades.

El valor total de las operaciones en el comercio electrónico durante 2014 alcanzaba los 162.1 mil millones de pesos, lo que representa un crecimiento del 34 por ciento sobre los 121.6 MMP del año anterior. Éste es el primer resultado que se desprende del Estudio de Comercio Electrónico en México 2015, que fue presentado a la opinión pública el día de hoy por la Asociación Mexicana de Internet A.C. (AMIPCI).\_ Sobre el comportamiento de compra durante fechas especiales y promociones, los resultados indican que los usuarios incrementan sus consumos en Navidad, HotSale, El Buen Fin, día de la madre y San Valentín. Uno de los índices importantes es el de las formas de pago más utilizadas por los compradores en línea. Destaca aquí que el 78 por ciento de los pagos se realiza mediante transacciones en línea, aunque todavía un 22 por ciento se llevan a cabo mediante transacciones offline, es decir, a través de tiendas de conveniencia, depósito en sucursal y otros procedimientos que no implican transacción electrónica.\_ De acuerdo con el Global Ecommerce Report 2017\_, en el mundo este tipo de negocio está consolidando ventas por más de 25,000 millones de dólares al año, mientras que en México el negocio crece a pasos agigantados, siendo América Latina una de las economías que más utilizan este método de compra.

Los que han implementado estrategias de negocio a través del comercio electrónico, les ha representado una enorme oportunidad para aumentar su participación en el mercado, ofreciendo al cliente a través de los canales offline y online una amplia gama de productos y servicios. Un ejemplo claro es el catálogo de miles de productos diferenciados y de valor de las tiendas departamentales que han tenido un crecimiento exponencial en ventas desde sus inicios.

Como hemos mencionado uno de los principales retos es la confianza y la seguridad y para ello se necesita proteger al máximo las transacciones de los clientes y su información, minimizando cualquier riesgo de fraude. Éste es un aspecto muy importante, ya que una tienda online debe estar identificada con certificados de confianza y de pago para facilitar la compra, afortunadamente en México la Ley Federal de Protección al Consumidor dispone un capítulo para la protección de los consumidores.

La tasa de crecimiento del e-commerce nacional continúa aumentando; negocios online de todos los nichos acaparan cada año más ventas, los consumidores online cada vez son más exigentes y las campañas de ventas como el Buen Fin son un gran aliado en el desarrollo e impulso del comercio electrónico, pues permiten dar a conocer una gran oferta.

El último estudio de la Asociación Mexicana de Internet menciona que, de seguir así, el negocio de las ventas online crecerá al menos 17% para el 2021, convirtiendo a México en uno de los mercados con e-commerce más afianzados de América Latina.

Sin duda, todas las empresas deben seguir trabajando de manera conjunta con actores claves, clientes, gobierno e instituciones financieras para fortalecer y desarrollar este



negocio, a fin de generar más y mejores iniciativas en materia de comercio electrónico que fomenten este tipo de economía.

Entre las ventajas de los negocios virtuales esta la expansión de mercado globalizada que alcanza; así como la rapidez para la realización de los negocios. Aunque las relaciones con los clientes son interpersonales y pueden causar complicaciones, el uso de las nuevas tecnologías y su innovación sigue creando cambios que mejoran la comunicación con el cliente y la empresa.

Gracias al comercio electrónico se puede efectuar casi cualquier transacción sin moverse de casa; las empresas instalan una tienda virtual que despliega un catálogo de diversos productos, el cliente selecciona los de su interés e inicia el procesamiento de pago que, por coherencia y comodidad debe ser también electrónico. Este sistema, por lo tanto, cambia totalmente la dinámica de las relaciones cliente-empresa.

No obstante, es necesario tener mayor certeza de las operaciones que se realizan a través de las plataformas tecnológicas que actúan como intermediarios y obtienen ganancias y no están pagando de manera equitativa los impuestos ya existentes, tal y como lo hace cualquier otro tipo de negocio.

La conexión a través de cualquier de red permite también el autoempleo e ingresos extras que puede obtener cualquier persona de manera cada vez más común debido a la flexibilidad que produce el mercado, siendo las plataformas informáticas en red, las que cubren la demanda del consumidor, pues a través de los medios digitales los usuarios se ponen en contacto entre ellos para intercambiar bienes o servicios.

Sin embargo, estos intermediarios que realizan operaciones comerciales con ganancias millonarias, no han sido sujetos de obligaciones fiscales en nuestro país por la falta de regulación que prevalece y por no contar básicamente con el registro de un domicilio fiscal.

Es indudable que las plataformas tecnológicas permiten que se promuevan y difundan proyectos o servicios, conocimiento abierto; finanzas colaborativas; microcréditos, prestamos, ahorros, donaciones entre otros; por ello esta oportunidad de comercio ha sido aprovechada tanto por particulares que, por ejemplo, rentan sus viviendas, como por empresas que realizan un número masivo de operaciones ya sea de arrendamiento inmobiliario, transporte privado, envíos por paquetería, comida, entre otros.

A través de estos medios se conectan millones de usuarios, se ofrecen "productos *confiables, seguros y accesibles*", generándose un beneficio económico inmediato con solo presionar un botón, pero la legislación no se ha adecuado a la misma velocidad.

El éxito de las ganancias que se obtienen al adoptar este modelo de economía se debe en buena medida, a que quienes la utilizan no están obligados a realizar grandes inversiones para la infraestructura o promoción, por ejemplo, de un destino turístico, al pago de impuestos o de pago de prestaciones laborales, sino más bien a la formación de alianzas con otros comerciantes y consumidores ligados al propósito de generar un bien común mediante plataformas tecnológicas.

Tal y como hemos señalado, sobre el tema regulatorio de este nuevo sector de la economía existe un marco legal homogéneo, aunque algunas ciudades de diversos

países ya han implementado medidas impositivas para permitir la operación de estos nuevos modelos de negocio, incluso, la Ciudad de México ha realizado convenios con empresas dedicadas al arrendamiento inmobiliario estableciéndoles un impuesto.

Dentro de la Comisión de Presupuesto y Cuenta Pública de la Cámara de Diputados, se ha señalado y propuesto que se someta a una mayor regulación y se graven los ingresos de las plataformas digitales internacionales, tal y como lo han hecho en el plan de Gobierno francés, para imponer un impuesto del tres por ciento sobre los ingresos en el país de gigantes tecnológicos como Google, Amazon y Facebook.

Hasta ahora el SAT no ha podido cobrar a las empresas multimillonarias extranjeras dedicadas al comercio electrónico el Impuesto Sobre la Renta (ISR), a pesar de los altos ingresos que éstas perciben, porque en nuestra legislación este impuesto se cobra a residentes fiscales y éstas plataformas no están establecidas en México.

México cuenta por primera vez con una cifra oficial del valor del comercio electrónico, pues el INEGI presentó un reporte en el que se refleja que sus ingresos en México representaron en 2017 el 4.6% del PIB. Por otra parte, y de acuerdo a la Asociación de Internet Mx (AMIPCI), el comercio electrónico en México en 2018, tuvo un valor de 396.04 millones de pesos.

Los impuestos que se cobran por ISR e IVA al comercio electrónico, no sólo presentan problemas de recaudación por la falta de domicilios fiscales establecidos en el país, sino también por evasión fiscal, ya que algunas operaciones realizadas en este campo se están escapando de la tributación efectiva del IVA, ya sea por facturación falsa o por un registro menor al real en las compras, dañando con ello las finanzas públicas.

Así como hemos mencionado la Ciudad de México; en 2017 Quintana Roo firmó también un convenio con Airbnb para que la plataforma pagara un impuesto del tres por ciento para cumplir con sus obligaciones fiscales, lo cual sin duda abre la posibilidad para que la Secretaría de Economía (SE) a través del órgano regulador de competencia económica (COFECE), genere condiciones equitativas con el resto de las plataformas y con quienes realicen comercio electrónico.

Es importante mencionar que en la Cámara de Diputados se presentó una iniciativa similar a lo que plantea el gobierno francés para aprobar un impuesto del tres por ciento para plataformas de internet que ofrecen productos y servicios, como Facebook, Airbnb, Uber, entre otras, asegurando que se deben estudiar distintas posibilidades para impedir la evasión y *cobrar los impuestos justos para todas las plataformas tecnológicas en proporción con sus ingresos, cuidando que el gravamen no se traslade al consumidor final.*

Sin embargo, lo que se requiere es proteger a los consumidores que utilizan el comercio electrónico de que estos gravámenes no les sean transferidos en su compra y asegurarse del monto real de las operaciones que realizan estas empresas que, como cualquier otra deben cumplir con el gravamen que corresponde tanto en IVA como ISR en nuestro país.

Los parámetros y límites por virtud de los cuales se realizan operaciones comerciales, ya existen en la legislación vigente, por tal razón lo que se propone es la aplicación de la ley en la que las plataformas tecnológicas con fines comerciales no son una excepción.



De ningún modo soslayamos que, si la regulación fuera demasiado rigurosa se dejaría de beneficiar a los usuarios y por otro lado si fuera laxa, habría lagunas por las que se ejerzan abusos, por ello es importante en consecuencia, que prevalezca un enfoque donde este tipo de economía sirva al consumidor a través de bienes y servicios a un mejor costo.

Un antecedente más es que a partir del 1 de junio de 2019 entró en vigor el Programa de colaboración para la simplificación del cumplimiento tributario de plataformas de transporte urbano y entrega de alimentos\_.

Se trata solo de un programa de simplificación administrativa que facilita la retención y se enteren al SAT el IVA e ISR causados en las actividades de transporte y entrega de alimentos que se desarrollan a través de la intermediación de plataformas digitales.

Si bien es cierto dicha medida es un esfuerzo loable por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y el Servicio de Administración Tributaria (SAT) con los representantes de las principales plataformas digitales que ofrecen servicios de transporte urbano y entrega de alimentos, no se están cubriendo en la misma proporción los impuestos ya existentes por parte de estas empresas en comparación con el comercio tradicional y con las disposiciones fiscales que en nuestro país se aplican sin excepción.

No se tenían antecedentes al respecto y esto dio paso a la colaboración para la simplificación del cumplimiento tributario de los usuarios de plataformas en los rubros mencionados, sin que representara carga fiscal nueva o adicional, pues el objetivo es facilitar y fortalecer el cumplimiento tributario de los participantes en esa línea de negocios, aunque no necesariamente se estaría cumpliendo con lo establecido por nuestra legislación para gravar adecuadamente las ganancias obtenidas.

El acuerdo ha tenido por objetivo que los impuestos generados por esas actividades sean retenidos y enterados al SAT por la plataforma, facilitando significativamente el cumplimiento tributario para los usuarios, a pesar de que no corresponde a la proporción establecida como hemos señalado; consecuentemente es indispensable establecer no solo e través de acuerdos sino en la legislación, la retención debida a todos los negocios de este tipo.

Sin duda este paso que deviene de un proceso de negociación de varios meses de trabajo, en el que representantes de las plataformas colaboraron con funcionarios de la SHCP y el SAT en el diseño de la regla Administrativa 3.11.12, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de abril de 2019\_, da oportunidad para lograr desde el legislativo la regulación que corresponde al impuesto que se debe enterar al fisco en la proporción justa.

Por lo tanto, más que “facilitar el cumplimiento tributario” y que de manera directa las plataformas retengan y enteren al SAT el IVA e ISR causados en las actividades de transporte y entrega de alimentos que se desarrollan a través de la intermediación de plataformas digitales, lo que debe ocurrir es que se convierta en una obligación para todas aquellas empresas que hagan uso de estos medios para realizar cualquier tipo de negocio el pago que establece la legislación vigente.

Esto otorga seguridad jurídica a los participantes en estos nuevos esquemas respecto del cumplimiento adecuado de sus obligaciones fiscales, y la SHCP no rompe su compromiso



de no crear nuevos impuestos ni aumentar las tasas de los existentes, se incorporará por tanto a la legislación el cumplimiento tributario de todos los participantes de estas transacciones.

Pero más que un llamado a las plataformas que hasta ahora no se han sumado a este acuerdo de colaboración, a que participen de manera conjunta en un diseño de la política fiscal que derive en beneficio del país y los contribuyentes, es pertinente realizar la acotación pertinente en la legislación, de acuerdo al objetivo que plantea la presente iniciativa.

Las personas no sólo pueden decidir por el factor económico, deben contar con opciones legalmente constituidas que garanticen seguridad, desarrollo de mercado, atención, experiencia y límites; por su parte el gobierno debe tener conocimiento de la información relacionada con las operaciones directas e indirectas que realiza cualquier empresa, para que exista total transparencia para el cliente sobre lo que está adquiriendo y el estado logre su cometido recaudatorio.

Por ejemplo, las empresas que venden destinos y lugares de interés para el viajero tienen que estar regulados dentro de la actividad turística, quienes se dediquen al transporte deben incorporarse a la regulación correspondiente y así sucesivamente para cualquier rama de la industria, implicando fundamentalmente la exigencia al proveedor de toda la información que requiera el consumidor y la confiabilidad existente respecto al servicio que utilice, y al mismo tiempo el estado recaude lo correspondiente a estas empresas.

Los modelos de negocio cuyo éxito se debe en gran medida al uso de plataformas tecnológicas, nacen de la identificación de necesidades de las personas que no fueron cubiertas totalmente por las empresas "tradicionales", complementando las deficiencias en el mercado y creando relaciones de intercambio persona a persona, "par a par", lo cual sin duda ha representado un estímulo a la competencia.

Estos nuevos mercados pueden brindar información de contacto, de proveedores de servicios, de las nuevas tecnologías, opiniones de clientes, reputación que han formado en el mercado, pero no pueden seguir funcionando con este tipo de autorregulación, pues debe existir estímulo a la competencia económica, ya que cada vez más se facilita el acceso de todos, al uso de estas nuevas herramientas las cuales requieren ser reguladas.

La autorregulación que se ha dado entre sí mismas, empresas y particulares, debe transitar hacia una vertiente legal procurando ser cuidadosos para evitar una sobre regulación, pero vigilando el cumplimiento de obligaciones y con ello evitar abusos.

Las nuevas empresas cuyo modelo de negocio se basa en esta modalidad, constituyen ya un desafío jurídico en varios países, incluso han provocado molestia e incertidumbre; plataformas digitales de servicio de transporte como Uber fueron las primeras en ser acusadas y vistas como competidores desleales por asociaciones de taxistas en varias naciones del mundo, incluido México.

Airbnb por ejemplo, ha sido vista con recelo por la industria hotelera, pues esta empresa acerca a los viajeros a opciones locales de hospedaje alternativas a un hotel a través de internet, pero la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, que representa a 18,000 hoteles de la Ciudad de México, consideró que el modelo de Airbnb no cumple con las normas de la industria turística.

En su oportunidad el Gobierno de la Ciudad de México anunció que sería la primera ciudad en América Latina donde la compañía de renta de alojamientos por Internet Airbnb pagaría el 3% correspondiente a impuestos por prestación de servicio hotelero por su operación, pero eso no exime de la responsabilidad de cumplir adecuadamente con la regulación para ese sector, incluido el aspecto tributario de IVA e ISR, pues no equivale a la proporción de las ganancias que obtienen.

A partir del 1 de junio de 2017 la app comenzó a cobrar en nombre de los arrendadores 3% de impuesto por alojamiento en cada reserva que se realice en la capital; lo cual implica la transferencia de este impuesto al usuario del servicio.

Este es uno de los primeros acuerdos que surgieron a partir de una reforma al Código Fiscal aprobada en 2016 por la Asamblea Legislativa de la Ciudad de México, pero lo importante es que sin que se generen nuevos impuestos, se tenga certidumbre con el cumplimiento de las obligaciones fiscales existentes y de competencia igualitaria de quienes utilicen las plataformas tecnológicas para comercializar su actividad, en beneficio de los consumidores por la recaudación adecuada que realice el Estado sin que se transfiera la tributación al usuario, y que si se realiza al proveedor, se genere mayor competencia para que este decida sobre la utilización de la plataforma del intermediario que más le convenga.

Esta compañía (Airbnb) en 2016 señaló que abrirá oficinas locales en México y que se sumarian a las que abrieron en Buenos Aires y Sao Paulo, Brasil, por lo que a América Latina se refiere. Lo anterior nos permite observar que existe interés de estos intermediarios por establecer sus domicilios fiscales en los países donde obtienen sus ganancias y que están adelantados a las modificaciones legales con las que ya deberíamos contar por ejemplo en México.

Cabe mencionar que el modelo de alojamiento compartido proporcionado a través de su plataforma digital se extiende a 192 países, donde los viajeros tienen opciones de hospedaje y las familias pueden poner espacios a disposición de terceros.

Las condiciones generales y de pago ya sea por servicios que ofrece un particular o por servicios de un multinacional, no necesariamente satisfacen el cumplimiento de sus obligaciones legales y fiscales que marca el Estado correspondiente.

Es así, que empresas como Netflix International tiene su sede fiscal en Ámsterdam, Airbnb en Dublín, Amazon Media en Luxemburgo, aunque como hemos señalado, no precisamente la riqueza que generan es proporcional con el crecimiento de la economía del país donde la obtienen, debido a la falta de regulación sobre el gravamen correspondiente a su actividad.

La comodidad que generan estos nuevos modelos de negocio que crean estas plataformas digitales son la finalidad por la cual nos suscribimos a sus beneficios, aprovechando las ofertas de hospedaje, de transporte, de música, de películas o de la publicación de nuestro libro favorito o algún artículo que necesitemos en la comodidad de nuestro hogar, siendo estas las ventajas que el internet nos proporciona con rapidez y eficacia, nadie podría decir lo contrario.

Pero la falta de regulación propicia que las ganancias que se obtienen se transfieran de manera directa a la empresa, sin que se beneficie el sector económico del país y, por otro

lado, pero no menos importante, que los usuarios del comercio electrónico deben contar con las garantías que les permitan seguridad sobre lo que adquieren sin temor a ser defraudados al momento de recibir lo estipulado en la adhesión al contrato que suscriban, y sin que se haga un mal uso de sus datos personales.

La economía digital ya penetra incontables aspectos de la economía mundial, afecta sectores tan diversos como la banca, el comercio al menudeo, la energía, el transporte, la educación, el mundo editorial, los medios de comunicación la salud entre otros.

Las multinacionales prestan sus servicios en un mundo que todavía se rige por legislaciones fiscales anteriores a estas innovaciones, lo cual resulta ineficaz para controlar su tributación y el cumplimiento de obligaciones de tipo laboral y fiscal entre otras, lo cierto es que los beneficios de estas empresas son trasladados mediante ingenierías contables complejas, a subsidiarias en otros países donde encuentran un régimen fiscal más favorable y no necesariamente acreditan el cumplimiento de sus obligaciones.

La característica más notoria de este nuevo modelo, es que no se pagan impuestos en la proporción de la riqueza que obtienen, por lo que las ventas millonarias que se pueden realizar permiten la obtención de ganancias directas, con cuentas opacas en países donde encuentran ventajas fiscales desproporcionadas.

No se tiene la obligación de reportar los ingresos obtenidos a través de las transacciones electrónicas realizadas o el número de clientes que tienen en el país, y al no difundir la facturación que obtienen, tampoco dan a conocer sus cuentas globales.

Desde 2015, la OCDE impulsa junto al G-20 el proyecto Erosión de la base imponible y traslado de beneficios (BEPS, por sus siglas en inglés) con el que pretende que las corporaciones tributen sobre sus beneficios en el mismo país donde realizan sus actividades económicas y en la proporción que corresponde a cada país. Para ello, están fomentando un acuerdo para el intercambio de información bilateral entre sus países miembros.

Pero resulta innegable que, aunque este modelo de negocio facilita servicios atractivos y rápidos, y que indudablemente seguiremos adquiriendo bienes y servicios como la música, el uso compartido del automóvil para trasladarnos, la búsqueda de lugares turísticos a través del servicio digital y los alimentos preparados sin esperar o programados, este tipo de economía digital debe también contribuir a la hacienda pública como lo hacen las empresas que están constituidas en territorio nacional.

Al mismo tiempo es necesaria la libre competencia procurando el crecimiento económico del país, sin dejar vacíos en la norma que puedan ser el mejor escenario para que las plataformas se utilicen sin obligación de proporcionar la información clara de sus servicios y se pretendan prácticas desleales, lo cual es parte de las reformas que plantea la presente iniciativa.

Tanto los aspectos tributarios como la libre competencia y dotar de atribuciones a los órganos facultados para emitir reglas respecto a la certidumbre y límites que deben existir en los requisitos y gravámenes para este tipo de negocios, implica un equilibrio para las empresas convencionales como las que utilicen una plataforma tecnológica y realicen comercio electrónico.



Por tanto, deben pagar la proporción que les corresponda por cada operación realizada, además de cumplir con la legislación laboral y los contratos que aseguren el pago de prestaciones, y por su parte, el gobierno debe enterar el destino que tendrán estos recursos económicos a fin de proveer de mayor infraestructura y servicios a la sociedad.

La Secretaria de Economía (SE) puede solicitar la información de la actividad económica en la que las plataformas tecnológicas actúen como intermediarias, con el propósito de impulsar el desarrollo económico de todas las actividades, procurando parámetros equitativos, con la finalidad de lograr una mejora en la regulación, y se siga fomentando la industria, el comercio y la prestación de servicios.

La importancia del reconocimiento de las distintas modalidades de negocio debe dar paso a que, a través del comercio electrónico se logre una competencia equitativa, mediante un marco jurídico que vigile el cumplimiento de obligaciones, tal y como sucede con el comercio convencional.

En consecuencia, dichas empresas deben presentar un reporte de sus operaciones, tanto a la hacienda pública, como a la secretaría del trabajo, secretaria de economía y las dependencias del sector de la industria a la cual se dediquen, tal y como lo hace cualquier empresa.

Este control de información sobre la declaración de ingresos de cualquier persona física o moral, permite evitar especulaciones innecesarias, así como el cumplimiento de requisitos que deban cumplir quienes se dediquen a las distintas actividades mercantiles mediante el uso de la tecnología, siendo la Secretaria de Economía quien revise que tales requerimientos no sean excesivos para evitar prácticas corruptas.

El comercio electrónico debe generar confianza y seguridad a sus clientes sobre la calidad del producto o servicio que se adquiere y se comercializa, la propia COFECE emitió una opinión de oficio con el objetivo de promover las condiciones de competencia y libre concurrencia en el ámbito local, siendo dirigida al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, los Gobernadores de los Estados y las Legislaturas locales, sobre el impacto que los servicios de transporte de personas por medio de plataformas móviles tienen en el proceso de competencia y libre concurrencia.

Los servicios de tipo tecnológico facilitan por este medio la interacción entre pasajeros y conductores, haciendo eficiente la información y coordinación que suelen presentarse en estos servicios tradicionales como lo son el transporte de pasajeros. Tienen una autorregulación que, aunque no es del todo exitosa, está en el camino a ser perfeccionada para contribuir al bienestar del consumidor, al ofrecer condiciones convenientes de servicio, generando incentivos para que las diferentes modalidades utilicen tecnología en beneficio de sus consumidores.

El marco normativo debe limitarse a tutelar objetivos públicos elementales en materia de seguridad y protección al usuario, como la obligatoriedad de acreditar la existencia de seguros de cobertura amplia para que exista responsabilidad frente a los usuarios mediante la revisión de las capacidades y antecedentes de los conductores, de igual manera deberán evitar las restricciones a la competencia tales como:

- *Autorizar vehículos para prestar el servicio o limitar su número imponiendo requisitos adicionales como placas especiales y/o cromáticas*

- *Regular los esquemas tarifarios, que actualmente son determinados por los proveedores en función de la oferta y demanda del mercado”.*

La competencia y el pago de los impuestos existentes, puede resolver un conflicto fiscal, pero también se tienen que valorar otros aspectos, puesto que, aunque las empresas tradicionales se deben adaptar al uso de la tecnología, por ahora están en desventaja ante el paraíso fiscal que les representa a estas plataformas el no hacerse cargo del pago del impuesto sobre la renta, impuesto al valor agregado, seguridad social, impuestos de acuerdo a su actividad como en el caso del hospedaje, infonavit, licencia de funcionamiento, permisos de operación, licencias de uso de suelo, de medio ambiente, de publicidad por mencionar algunos, a los que están obligados.

No se trata de controlar sino de fomentar la actividad formalizándola, brindando a los consumidores certezas jurídicas sobre quienes comercialicen bienes o servicios, las empresas, por tanto, tendrán que estar sujetas a la normatividad específica del sector de la actividad en que se desempeñen.

Los requisitos para el acceso al mercado no tienen por qué ser discriminatorios, al contrario, deben estar justificados y ser proporcionales a la realidad de cada actividad económica, las características del lugar donde se realice, la distinción de los servicios prestados por entidades profesionales o por particulares en forma ocasional, así como el grado de influencia que ejercen las plataformas tecnológicas, todo ello sin privilegiar ningún esquema económico sobre otro.

Para asegurar lo anterior es necesario que se integre un registro de las empresas que hayan sido evaluadas por la Secretaría de Economía a través de la COFECE en cuanto al cumplimiento de las mejores prácticas en materia de competencia, así como los datos que deben proporcionar al SAT sobre el registro de las mismas y el domicilio o dirección de su establecimiento permanente en el país.

En necesario tener en cuenta que la defensa de la competencia económica esta intrínsecamente ligada a la defensa de los consumidores, y que un mercado eficiente y competitivo esto tiene relación directa con la protección y mejora de sus derechos.

La regulación en consecuencia se encuentra frente a la necesidad de dar viabilidad a la tecnología y realizar un cambio de visión sobre el objeto regulado considerando que diversos sectores han pasado de un modelo industrial centralizado, con sus estructuras clásicas de organización, a un modelo de comunidades en la red.

Subyace a estas fórmulas tecnológicas la actualización de la legislación actual, misma que debe ser reestructurada con mayor celeridad como lo hace el procesamiento de datos, privilegiando en todo momento los derechos fundamentales de los ciudadanos.

En relación a los aspectos tributarios que forman la parte medular de la presente iniciativa, es importante no solo reiterar, sino destacar que:

**NO SE CREAN NUEVOS IMPUESTOS NI AUMENTAN LAS TASAS DE LOS EXISTENTES, ÚNICAMENTE SE INCORPORA A LA LEGISLACIÓN EL CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO DE TODOS LOS PARTICIPANTES DEL COMERCIO**

En ese orden de ideas las empresas que intervienen como intermediarios generando riqueza de acuerdo a sus actividades económicas, deben contar con un registro ante el

SAT proporcionando su domicilio fiscal permanente en nuestro país y pagar los impuestos establecidos ya existentes.

Se debe modificar y ampliar el término de intermediario para regular apropiadamente a las empresas digitales intermediarias en el intercambio de bienes y servicios que les representa un lucro y que fungen justamente de intermediarias entre el productor y el consumidor final.

El intermediario es, por tanto, también en el comercio electrónico, aquel particular o empresa que haga posible el intercambio de bienes y servicios del fabricante o prestador hasta el usuario final, facilitando así el proceso de venta.

Con la modificación es este apartado, lo que pretende la presente iniciativa es que todos los "intermediarios" de las aplicaciones digitales, entren en el régimen tributario como todas las demás empresas constituidas legalmente en territorio nacional, con el gravamen de ISR y de IVA para evitar ventajas desleales, pues como hemos mencionado, también son generadoras de su riqueza.

De lo que se trata es de fiscalizar que se cumpla con las obligaciones correspondientes y los impuestos ya existentes, con el propósito de que exista igualdad de condiciones tributarias, seguridad para los consumidores sobre lo que adquieren y con los recursos obtenidos se consiga el óptimo desarrollo del país.

Una mejora regulatoria en el ámbito del comercio digital o e-commerce dará certeza jurídica a los consumidores y empresas que realicen sus transacciones en territorio nacional, haciendo más viable el tipo de comercio por estas plataformas como un establecimiento físico.

Para estar en igualdad de condiciones y competencia, se regulará de igual manera el cobro de impuestos a empresas que venden productos y servicios por vías digitales en la misma proporción que el comercio tradicional, garantizado que el cobro de estos tributos no se transfieran al bolsillo del consumidor.

Se logrará un incremento eficiente de la recaudación fiscal de los impuestos ya establecidos en el país, cumpliendo con el compromiso de no crear nuevos gravámenes.

Por medio de las regulaciones establecidas y una vez llevadas a cabo, se estimula la competencia económica leal, justa, equitativa y formal en el país, dando más alternativas a los distintos tipos de comercio.

## **PROYECTO DE DECRETO**

### **INICIATIVA DE LEY CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE MODIFICAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO; DE LA LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA; ASÍ COMO DE LA LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA.**

**PRIMERO.** – Se modifica el artículo 1 y se adiciona una fracción V, así como un párrafo a la fracción segunda del artículo 32 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado para quedar como sigue:



**Artículo 1.-** Están obligadas al pago del impuesto al valor agregado establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales, **nacionales y extranjeras** que, en territorio nacional, realicen los actos o actividades siguientes:

- I.- Enajenen bienes
- II.- Presten servicios independientes
- III.- Otorguen el uso o goce temporal de bienes
- IV.- Importen bienes o servicios

**V.- Presten servicios como intermediarios a través de plataformas tecnológicas para la realización del comercio electrónico.**

**Las plataformas tecnológicas para los efectos de esta ley, son consideradas intermediarios que hacen posible el intercambio de bienes y servicios del fabricante o prestador hasta el usuario final, facilitando así el proceso de venta y materializando su actividad generalmente por medio de pagos electrónicos, aunque no solo por esta vía.**

...  
...  
...  
...

**Artículo 32.-** Los obligados al pago de este impuesto y las personas que realicen los actos o actividades a que se refiere el artículo 2o.-A tienen, además de las obligaciones señaladas en otros artículos de esta Ley, las siguientes:

- Llevar contabilidad de conformidad con el Código Fiscal de la Federación y su Reglamento.
- Realizar, tratándose de comisionistas, la separación en su contabilidad y registros de las operaciones que lleven a cabo por cuenta propia de las que efectúen por cuenta del comitente.

**Tratándose de la intermediación de personas físicas y morales nacionales y extranjeras que presten servicios a través de alguna plataforma tecnológica para la realización de transacciones comerciales de bienes y servicios, efectuaran por separado su contabilidad.**

- **A VIII.**

**SEGUNDO.** - Se adiciona una fracción IV al artículo 1 y se adiciona un párrafo cuarto al artículo 2, de la Ley del Impuesto Sobre la Renta para quedar como sigue:

**Artículo 1.** Las personas físicas y las morales están obligadas al pago del impuesto sobre la renta en los siguientes casos:





**I. A III**

- **Las personas físicas y morales, nacionales y extranjeras que presten servicios a través de alguna plataforma tecnológica para la realización de actividades comerciales de bienes y servicios.**

**Artículo**

**2.**

...  
...

**Las personas físicas y morales nacionales y extranjeras que utilicen alguna plataforma tecnológica en la intermediación a través de la cual realicen actividades de bienes y servicios, quienes deberán contar con un domicilio fiscal en el país, así como las personas físicas y morales nacionales y extranjeras que firmen acuerdos que acrediten representantes en el territorio nacional, con el propósito de realizar actividades económicas de intermediación facilitando el intercambio de bienes y servicios por medio de plataformas tecnológicas, considerándose con ello, su residencia permanente, para efectos del pago del gravamen.**

...  
...  
...

**I. A VII...**

...  
...  
...  
...

**TERCERO.** - Se modifica la fracción XXVI al artículo 12 de la Ley Federal de Competencia Económica para quedar como sigue:

**Artículo 12.** La Comisión tendrá las siguientes atribuciones:

**I. A XXV...**

**XXVI.** Solicitar o requerir, para el ejercicio de sus atribuciones, la información que estime necesaria, para constituir **el registro de evaluación del cumplimiento de las mejores prácticas en materia de competencia económica que realicen las empresas dedicadas a la venta de bienes y servicios por medio de plataformas digitales en el territorio nacional, el cual será aprobado por la Secretaria de Economía para su publicación de manera trimestral en su sitio oficial, con las reservas de información de los documentos considerados confidenciales o públicos en términos de Ley.**

**XXVII A XXX...**

**TRANSITORIO**

**Único.** El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.



**ATENTAMENTE**

**Dip. Fed. IGNACIO BENJAMÍN CAMPOS EQUIHUA**

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 31 de julio de 2019

Gonzalez, L. M. G., & Morales, Y. M. (2019, 25 enero). En Davos 75 países lanzan plan para regular e-commerce. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/En-Davos-75-paises-lanzan-plan-para-regular-e-commerce-20190125-0086.html>

Organización Mundial del Comercio. (2018). *INFORME SOBRE EL COMERCIO MUNDIAL 2018*. Recuperado de [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/publications\\_s/world\\_trade\\_report18\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/world_trade_report18_s.pdf)

MIGUEL, L. M. G., & MORALES, Y. M. (2019, 25 enero). En Davos 75 países lanzan plan para regular e-commerce, <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/En-Davos-75-paises-lanzan-plan-para-regular-e-commerce-20190125-0086.html>

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS. (2013, 11 junio). Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas. <http://www.oecd.org/sti/consumer/34012151.pdf>

ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET. (2015, 24 junio). AMIPCI presenta su Estudio de Comercio Electrónico en México 2015. <https://www.roastbrief.com.mx/2015/06/amipci-presenta-su-estudio-de-comercio-electronico-en-mexico-2015/>

Idem.

GEA. (2017, 17 noviembre). Global Ecommerce Report 2017. <https://mazarsusa.com/wp-content/uploads/2017/11/Global-Report-2017.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (s.f. -a). COMERCIO ELECTRONICO. <https://www.inegi.org.mx/app/buscador/default.html?q=COMERCIO+ELECTRONICO>

García, A. K. G. (2018, 10 octubre). El comercio electrónico representó 4% del PIB de México en 2016; creció a doble dígito en tres años. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/El-comercio-electronico-represento-4-del-PIB-de-Mexico-en-2016-crecio-a-doble-digito-en-tres-anos-20181010-0062.html>

[http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2018/09/asun\\_3734291\\_20180913\\_1536243462.pdf](http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2018/09/asun_3734291_20180913_1536243462.pdf)

Secretaria de Hacienda y Crédito Público. (s.f.). Programa de colaboración para la simplificación del cumplimiento tributario de plataformas de transporte urbano y entrega de alimentos. <https://www.gob.mx/shcp/prensa/programa-de-colaboracion-para-la-simplificacion-del-cumplimiento-tributario-de-plataformas-de-transporte-urbano-y-entrega-de-alimentos-201062>

SEGOB. (s.f.). Resolución Miscelánea Fiscal para 2019. [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5558921&fecha=29/04/2019](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5558921&fecha=29/04/2019)



Centro de investigación y docencia económica. (s.f.). regulación de la renta de alojamiento entre pares para el desarrollo turístico en México. <http://repositorio-digital.cide.edu/bitstream/handle/11651/2233/157637.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SinEmbargo MX. (2017, 2 junio). <https://www.sinembargo.mx/02-06-2017/3230669>

OCDE. (2015). Proyecto OCDE/G20 sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios. <https://www.oecd.org/ctp/beps-resumenes-informes-finales-2015.pdf>

