

20 DE NOVIEMBRE DEL 2020

# E-Commerce cross border y su perspectiva en México

Philippe Boulanger  
Luis Quiroz



## ¿QUÉ ES E-COMMERCE CROSS BORDER?

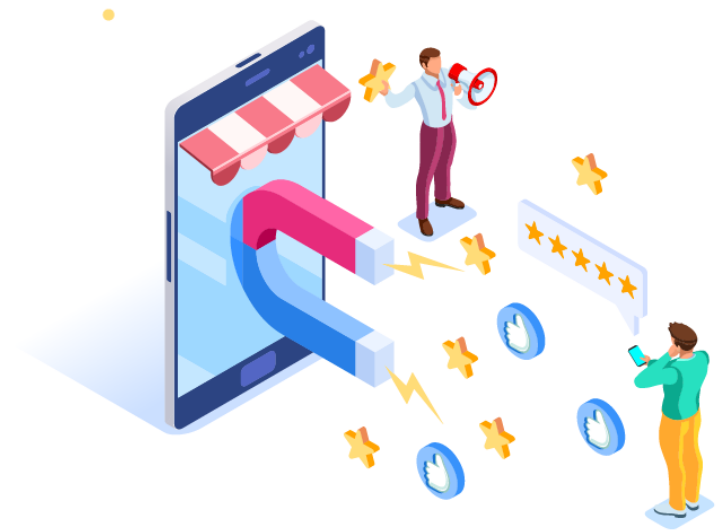


- Es un **fenómeno** comercial, económico, de marketing, de tecnología, que esta influenciado por la **Globalización**.
- Son compras on-line, que por medio de **Marketplace** (mercados en línea), **redes sociales** (Facebook), tiendas **en línea** o de **"C2C"** (consumidor a consumidor); proveedores y consumidores de cualquier parte del mundo, realizan una **compra-venta virtual**, sin tener la experiencia tradicional de consumo, pero es altamente probable que sea a un **mejor precio** o de productos que no se encuentren en los mercados locales.
- Todas las compras on-line cross broder, se realizan **fuera del espacio o territorio aduanero** del comprador, por lo que inevitablemente deberá someterse a un **proceso de importación** bajo la legislación del país desde donde fue hecha la compra.
- El uso de **dispositivos electrónicos** facilita e invita a que sea cada vez más frecuente las compras on-line y algunas veces incluso desconociendo que la mercancía esta fuera del territorio aduanero del comprador. Es el **teléfono celular** el dispositivo de mayor uso para las compras on-line.
- Los **pagos** son en su totalidad efectuados de manera electrónica, mediante tarjetas de crédito, transferencias bancarias, o mediante medios de pago electrónicos seguros asociados una tarjeta de crédito a estos, para no compartir tu información bancaria (paypal).
- En diversos estudios, el cross border del e-commerce, representa una **tercera parte** y es una tendencia constante.

## Marco de normas de la OMA relativo al comercio electrónico transfronterizo. WORLD CUSTOMS ORGANIZATION

- La gran **expansión del comercio de mercancías físicas promovido por el comercio electrónico transfronterizo** ha abierto enormes oportunidades en la economía mundial, generando nuevos vectores de crecimiento y nuevos modelos de comercio, además de crear nuevos patrones de consumo.
- El carácter internacional del comercio electrónico transfronterizo requiere un **enfoque holístico y armonizado**. Es fundamental que las administraciones públicas y las partes interesadas del comercio electrónico continúen trabajando en colaboración para desarrollar **soluciones pragmáticas, justas e innovadoras** que contribuyan a la economía global al tiempo que garanticen la seguridad y protección de las personas y de la economías puestos de trabajo.

Kunio Mikuriya  
Secretario General  
Organización Mundial de Aduanas



WORLD CUSTOMS ORGANIZATION  
ORGANISATION MONDIALE DES DOUANES

## Introducción al Marco E-commerce Cross Border (M/ECB)



- En **Luxor (Egipto)** en diciembre de **2017**, la Comisión Política de la OMA aprobó una "Resolución sobre comercio electrónico transfronterizo" (la Resolución de Luxor).
- Crecimiento sin precedentes **ha revolucionado la forma** en que las empresas y los consumidores comercializan, venden y compran productos:
  - ▶ **B2B** (Business-to-Business).
  - ▶ **B2C** (Business-to-Consumer).
  - ▶ **B2G** (Business-to-Government).
  - ▶ **C2C** (Consumer-to-Consumer).
  - ▶ **C2B** (Consumer-to-Business).
- Rápida expansión del comercio electrónico transfronterizo está afectando a **todos los países y jurisdicciones**.
- **Ausencia de normas** mundiales para la gestión.



## Características del comercio electrónico transfronterizo



- Pedidos, ventas, comunicaciones y, en su caso, pagos, en línea.
- Transacciones/envíos **transfronterizos**.
- Bienes físicos (**tangibles**).
- Destinado al consumidor/comprador (de carácter **comercial y no comercial**).
- Crecimiento exponencial en cuanto a volúmenes de **envíos más pequeños**.
- Sector privado interesado en términos de asegurar la **celeridad del despacho**.
- **Aduanas gestionan** los riesgos de seguridad y protección, la recaudación eficiente de ingresos y los análisis estadísticos.
- **Perduran los desafíos tradicionales** como el comercio ilícito, los flujos financieros ilícitos, la infracción de los derechos de propiedad intelectual, la falsificación, la piratería y el fraude comercial.

## Marco E-commerce Cross Border



- Objetivo: proporcionar **normas de referencia a escala mundial** para ayudar a las Aduanas.
- Gestión eficaz: comercio electrónico transfronterizo desde las perspectivas de **facilitación y control**.
- Establece normas globales: promover la **certeza, la previsibilidad, la transparencia, la seguridad y la eficiencia** en la cadena de suministro del comercio electrónico.
- Enfoque armonizado: para la **evaluación de riesgos, levante/despacho de mercancías, recaudación de ingresos y cooperación fronteriza** en relación con el comercio electrónico transfronterizo.
- Establece marco normalizado: para el **intercambio anticipado** de datos electrónicos entre las partes interesadas del comercio electrónico y las Aduanas y otros organismos públicos relevantes.
- Principio: **facilitar envíos legítimos**, proporcionando condiciones más igualitarias a las diversas partes interesadas.
- Pretende **fortalecer la cooperación** entre las administraciones de aduanas, otros organismos públicos relevantes y otras partes interesadas involucradas en el comercio electrónico transfronterizo.

## Los ocho principios del Marco de comercio electrónico transfronterizo: Resolución de Luxor



- 1 **Datos** electrónicos **anticipados** y gestión de riesgo.
- 2 **Facilitación** y simplificación de procedimientos.
- 3 **Seguridad** y protección.
- 4 **Recaudación** de ingresos.
- 5 **Medición** y análisis.
- 6 **Asociaciones**.
- 7 **Conciencia** pública, divulgación y fortalecimiento de capacidades.
- 8 **Marcos legislativos**.

# Normas del Marco de Comercio Electrónico Transfronterizo

## Norma 1: Marco legal de datos electrónicos anticipados

- Se debe establecer un marco legal y regulatorio para requerir el **intercambio** electrónico anticipado **de datos** entre las partes relevantes involucradas en la cadena de suministro de comercio electrónico y las administraciones de aduanas y otras autoridades públicas relevantes con el fin de mejorar las medidas de **facilitación y control**, teniendo en cuenta las leyes aplicables, entre otras, las relativas a competencia (antimonopolio), seguridad de datos, privacidad, protección y propiedad.





## Normas del Marco de Comercio Electrónico Transfronterizo

**Norma 2: Uso de normas internacionales relativas a datos electrónicos anticipados.**

- Las normas pertinentes de la OMA y otras **normas y orientaciones internacionales** deben aplicarse de conformidad con la política nacional, de manera eficaz y armonizada, para facilitar el intercambio anticipado de datos electrónicos.

**Norma 3: Gestión de riesgo para la facilitación y el control**

- Las administraciones aduaneras deben desarrollar y aplicar **técnicas dinámicas de gestión de riesgo** que sean específicas del contexto del comercio electrónico para **identificar** los envíos que presenten algún riesgo.



## Normas del Marco de Comercio Electrónico Transfronterizo

### Norma 4: Uso de tecnologías de **inspección no intrusivas** y análisis de datos

- Las administraciones aduaneras deben utilizar el análisis de **datos** y las **metodologías** de detección junto con equipos de **inspección no intrusivos**, en todos los modos de transporte y operadores, como parte de la gestión de riesgo, con el fin de **facilitar los flujos** de comercio electrónico transfronterizos y fortalecer los controles aduaneros.



## Normas del Marco de Comercio Electrónico Transfronterizo

### Norma 5: Procedimientos simplificados de despacho

- Las administraciones aduaneras, trabajando en coordinación con otras autoridades públicas relevantes, según corresponda, deben establecer y mantener procedimientos/trámites simplificados de despacho que utilicen el procesamiento previo a la llegada y la evaluación de riesgo de los envíos de comercio electrónico transfronterizos, además de procedimientos para el levante inmediato de los envíos de bajo riesgo a la llegada o salida. Los procedimientos/trámites de despacho simplificados deben incluir, cuando corresponda, **un sistema basado en cuentas para el cobro de derechos y/o impuestos y el tratamiento de los envíos de devolución.**



## Normas del Marco de Comercio Electrónico Transfronterizo

### Norma 6: Expansión del concepto de Operador Económico Autorizado (OEA) en el comercio electrónico transfronterizo

- Las administraciones aduaneras deben explorar las posibilidades de aplicar los **Programas de OEA** y los **Acuerdos de Reconocimiento Mutuo** en el contexto del comercio electrónico transfronterizo, incluido el aprovechamiento del papel de los intermediarios, para permitir que las micro, pequeñas y medianas empresas (**MIPYME**) y los particulares puedan aprovechar plenamente las oportunidades de comercio electrónico transfronterizo.





# Normas del Marco de Comercio Electrónico Transfronterizo

## Norma 7: Modelos de recaudación de ingresos

- Las administraciones aduaneras, en colaboración con los organismos o ministerios apropiados, deben considerar la aplicación, según proceda, de varios tipos de **modelos de recaudación de ingresos** (por ejemplo, **a cargo de proveedores, intermediarios, compradores o consumidores, etc.**) de **aranceles y/o impuestos**. Para garantizar la recaudación, las administraciones aduaneras deben ofrecer opciones de **pago electrónico**, proporcionar **información relevante en línea**, permitir tipos de pago flexibles y garantizar la imparcialidad y transparencia en sus procedimientos. Los modelos que se aplican deben ser efectivos, eficientes, escalables y flexibles, y asimismo compatibles con diversos modelos de negocios y contribuir a la igualdad de condiciones entre los diversos interesados del comercio electrónico.



# Normas del Marco de Comercio Electrónico Transfronterizo

## Norma 8: De Minimis

- *Al revisar y/o ajustar los umbrales de minimis del pago de aranceles y/o impuestos, las autoridades públicas deben tomar decisiones totalmente ponderadas basadas en las circunstancias nacionales específicas.*

## Norma 9: Prevención del fraude y del comercio ilícito

- *Las administraciones aduaneras deben trabajar con otras autoridades públicas relevantes para establecer procedimientos que permitan el análisis y la investigación de actividades ilícitas de comercio electrónico transfronterizo con miras a **prevenir y detectar fraudes, disuadir del uso indebido de los canales de comercio electrónico e interrumpir los flujos ilícitos.***



# Normas del Marco de Comercio Electrónico Transfronterizo

## Norma 10: Cooperación **interinstitucional e intercambio** de información

- Las autoridades públicas deben establecer marcos de cooperación entre los distintos organismos públicos nacionales mediante el uso de mecanismos electrónicos relevantes, incluida la ventanilla única, según corresponda, con el propósito de proporcionar una respuesta coherente y coordinada a los riesgos de seguridad y protección derivados del comercio electrónico transfronterizo, facilitando así el comercio legítimo.

## Norma 11: asociaciones **público-privadas**

- Las administraciones aduaneras deben **establecer y fortalecer** las **asociaciones** de cooperación con las **partes interesadas** del comercio electrónico para desarrollar y **mejorar la comunicación**, la coordinación y la colaboración, con el objetivo de optimizar el cumplimiento y la facilitación.





# Normas del Marco de Comercio Electrónico Transfronterizo

## Norma 12: Cooperación internacional

- Las autoridades públicas **deben establecer marcos de cooperación** entre los distintos organismos públicos nacionales mediante el uso de mecanismos electrónicos relevantes, incluida la ventanilla única, según corresponda, con el propósito de proporcionar una respuesta coherente y coordinada a los riesgos de seguridad y protección derivados del comercio electrónico transfronterizo, facilitando así el comercio legítimo.

## Norma 13: Comunicación, sensibilización pública y divulgación

- Las administraciones **aduaneras deben hacer que los consumidores, el público y otras partes interesadas estén al tanto** de los requisitos reglamentarios, los **riesgos y las responsabilidades** asociadas con el **comercio electrónico** transfronterizo con programas integrales de sensibilización, comunicación, educación y divulgación.





## Normas del Marco de Comercio Electrónico Transfronterizo

### Norma 14: Mecanismo de medición

- Las administraciones aduaneras deben trabajar con las autoridades públicas pertinentes en estrecha cooperación con las partes interesadas del comercio electrónico para **captar, medir, analizar y publicar con precisión las estadísticas de comercio electrónico** transfronterizo de acuerdo con las normas estadísticas internacionales y la política nacional, **para toma** ponderada de **decisiones**.

### Norma 15: Explorar los avances tecnológicos y la innovación

- Las administraciones aduaneras, en colaboración con otras autoridades públicas relevantes, el sector privado y el docente, deben explorar avances tecnológicos innovadores y **considerar** si tales avances pueden contribuir a **mejorar la efectividad y eficiencia en el control** y a facilitar el comercio electrónico transfronterizo.



## Empresa de Mensajería y Paquetería:

### Despacho Aduanero Simplificado Legislación Aduanera en México



- I. Concepto de empresas mensajería y paquetería.
- II. Despacho aduanero simplificado.
- III. Contribuciones al comercio exterior.
- IV. Restricciones a la circulación de mercancías.
- V. Deducciones del impuesto sobre la renta.

## **I. CONCEPTO DE EMPRESAS MENSAJERÍA Y PAQUETERÍA**



- Persona Moral residente en el país con permiso otorgado por la SCT.
- Actividad principal: prestación permanente al público de servicios de transporte internacional expreso a destinatarios y remitentes de documentos y de mercancías.
- “Servicio de Paquetería y Mensajería”: el porte de paquetes debidamente envueltos y rotulados o con embalaje que permita su traslado y que se presta a terceros en caminos de jurisdicción federal, comprendiendo la recolección, traslado, rastreo, reparto, seguimiento y entrega en tiempos predeterminados, de paquetes, de manera expedita.

## II. DESPACHO ADUANERO SIMPLIFICADO



Las empresas que cuentan con la autorización, 78/LA Instructivo de trámite para el registro de empresas de mensajería y paquetería (3.7.3 RGCE 2020), se les permite gozar de las prerrogativas siguientes:

- Realizar el **desaduanamiento** de las mercancías transportadas a través del representante del despacho (agente aduanal, apoderado aduanal o representante legal).
- Utilizar un **documento electrónico simplificado** para el cruce de mercancías.
- Declaración de **códigos genéricos** para la identificación de las mercancías.
- La aplicación **tasas globales** sobre el valor de las mercancías para efectos de determinar las contribuciones de comercio exterior.
- Beneficiarse de las **preferencias arancelarias** de los Tratados de Libre Comercio celebrados por nuestro país.
- Elaborar y declarar los **acuses de valor** de las mercancías objeto de la operación de comercio exterior, salvo las excepciones establecidas.



## II. DESPACHO ADUANERO SIMPLIFICADO



### A. Elaboración del Pedimento Simplificado.

- ▶ Pedimento con clave "T1".
- ▶ El documento electrónico podrá amparar las mercancías transportadas en un mismo embarque de diferentes destinatarios, (entregan copia simple del pedimento).
- ▶ RFC que corresponda a la empresa o clave RFC genérico: EDM930614781.
- ▶ Un solo destinatario, datos relativos al RFC, nombre, denominación o razón social del importador o exportador, les hubiesen sido proporcionados.
- ▶ Declarar los identificadores:

EM (Empresa de mensajería y paquetería).

PL (Preliberación de mercancías).

MJ (Operaciones de empresas de mensajería y paquetería de mercancías no sujetas al pago del IGIE e IVA).

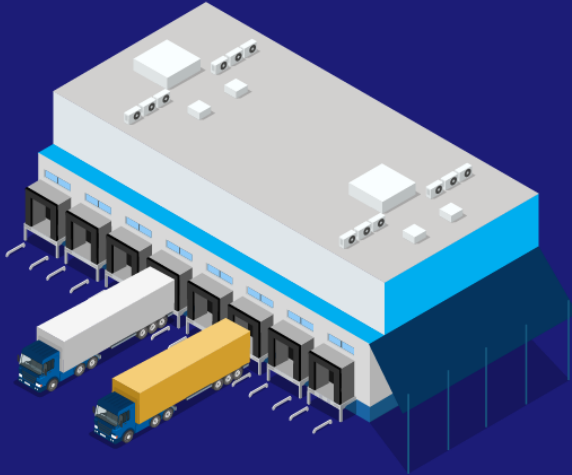
## II. DESPACHO ADUANERO SIMPLIFICADO



### B. Declaración de Códigos Genéricos.

- ▶ La simplificación en las operaciones de importación permite que en lugar de utilizar la fracción arancelaria de la LIGIE, se asentado el código genérico que se indica:
- ▶ 9901.00.01, cuando la UMC corresponda a piezas.  
9901.00.02, cuando la UMC corresponda a kilos.  
9901.00.05, cuando la UMC corresponda a litros.
- ▶ operaciones de exportaciones, deberá declararse el código genérico 9902.00.01.
- ▶ Cabe mencionar, que no son consideradas fracciones arancelarias por no encontrarse publicadas en la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación.
- ▶ Otro requisito importante es para los documentos, piezas postales obliteradas, periódicos o aquella información contenida en medios magnéticos u ópticos engomado que contenga la leyenda: "Mensajería Internacional Documentos".

## II. DESPACHO ADUANERO SIMPLIFICADO



### C. Regulaciones No Arancelarias.

- ▶ Deberán cumplir con las RRNA que, en su caso, correspondan a la fracción arancelaria de las mismas de conformidad con la TIGIE.
- ▶ No podrán importarse bajo este procedimiento, mercancías de difícil identificación que por su presentación en forma de polvos, líquidos o formas farmacéuticas, tales como: pastillas, trociscos, comprimidos, granulados, tabletas, cápsulas, grageas, requieran de análisis físicos y/o químicos para conocer su composición, naturaleza, origen y demás características necesarias para determinar su clasificación arancelaria independientemente de la cantidad y del valor consignado.
- ▶ No inscribirse en el padrón de importadores, cuyo valor no exceda de una cantidad equivalente en moneda nacional o extranjera a 1,000 USD.
- ▶ Personas físicas mediante pedimento, cuyo valor no exceda de una cantidad equivalente en moneda nacional o extranjera a 5,000 USD, siempre que no se efectúe más de una operación en cada mes calendario.
- ▶ Permite exentar el cumplimiento de NOM a las mercancías que no sean objeto de comercialización directa u objeto de una venta por catálogo, cuyo valor conjunto del embarque no exceda de \$1,000 USD, cuando el importador no presente dos o más pedimentos de importación que amparen mercancías de naturaleza o clase similar en el término de 7 días naturales.

## III. DESPACHO ADUANERO SIMPLIFICADO



### D. Gestión del Riesgo en las Operaciones.

Algunos requerimientos relacionados con la gestión del riesgo y los medios electrónicos que **deben cumplir** las empresas de mensajería y paquetería son los que se indican a continuación:

- ▶ Proporcionar **acceso en línea** al sistema de análisis de riesgo a la aduana donde efectúan las operaciones.
- ▶ Transmitir **electrónicamente** al Sistema Electrónico Aduanero (SAAI), el manifiesto de carga con la información de la guía o guías aéreas de las mercancías que despacharán a la importación y exportación cumpliendo con los lineamientos emitidos por la Administración General de Aduanas, para lo cual es necesario declarar la siguiente información:
  1. Número e información del conocimiento de embarque, lista de empaque, guía o demás documentos de transporte, según corresponda, de las mercancías que despacharán.
  2. Nombre y dirección del consignatario o remitente.
  3. Descripción de la mercancía.
  4. Valor y origen de la mercancía.



## III. CONTRIBUCIONES AL COMERCIO EXTERIOR



### Tasas Globales en Operaciones de Importación.

- ▶ Las Empresas de Mensajería y Paquetería determinarán las contribuciones que se causen con motivo de la importación de mercancías bajo el pedimento simplificado aplicando la **tasa global del 20%** cuando el valor exceda de **\$1,000 USD**, con excepciones en bebidas alcohólicas, cigarros, puros.
- ▶ Determinar las contribuciones que se causen con motivo de la importación de mercancías, aplicando al valor de las mismas una **tasa global del 19%**, cuando el valor en aduana no exceda de **\$1,000 USD**.
- ▶ Se podrá efectuar el despacho de las mercancías que provengan de alguno de los países del T-MEC sin el pago del IGI, siempre que se encuentren amparadas con una guía aérea o conocimiento de embarque, que el valor consignado en éstos sea superior a **\$50 USD** y no exceda de **\$117 USD**, y que no estén sujetas al cumplimiento de RRNA; para efectos de lo anterior, se aplicará una **tasa del 17%**.
- ▶ Se podrá efectuar el despacho de las mercancías sin el pago del IGI y del IVA, siempre que:
  - 1 Se encuentren amparadas con una guía aérea o conocimiento de embarque y el valor consignado en éstos, no exceda al equivalente en moneda nacional o extranjera a **50 dólares**.
  - 2 No estén sujetas al cumplimiento de RRNA.
  - 3 Se pague la **cuota mínima**.

## **IV. RESTRICCIONES A LA CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS**



Tienen prohibido utilizar los vehículos autorizados para prestar un servicio distinto al permitido. Además, les está prohibido transportar paquetes cuando se trate de:

- 1** Billetes o anuncios de lotería extranjera.
- 2** Materiales y residuos a los que hace referencia el Reglamento para el Transporte Terrestre de Materiales y Residuos Peligrosos, salvo que se obtenga la autorización correspondiente de la autoridad competente.
- 3** Psicotrópicos y estupefacientes, salvo que su posesión o traslado sea lícita conforme a las disposiciones legales aplicables.
- 4** Armas de fuego y explosivos.
- 5** Animales o perecederos, cuando no se cumplan las condiciones de higiene y seguridad adecuadas, de acuerdo con la normatividad aplicable.
- 6** Dinero o títulos de crédito al portador o negociables.

(Art. 18 del Reglamento de Mensajería y Paquetería)

## V. DEDUCCIONES DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA



Finalmente, un aspecto negativo en materia fiscal sobre este tipo de operaciones aduaneras, es que no son deducibles para efectos del Impuesto Sobre la Renta, las importaciones y exportaciones que realicen las empresas de mensajería y paquetería en aquellos pedimentos que utilicen el procedimiento simplificado referido.

*LISR. Artículo 27. Las deducciones autorizadas en este Título deberán reunir los siguientes requisitos:*

XIV. Que en el caso de adquisición de mercancías de importación, se compruebe que se cumplieron los requisitos legales para su importación. Se considerará como monto de dicha adquisición el que haya sido declarado con motivo de la importación.

LA. ARTICULO 6o. Cuando las disposiciones de esta Ley obliguen a transmitir, presentar información o realizar algún trámite ante la autoridad aduanera, éstos deberán efectuarse a través del sistema electrónico aduanero mediante documento electrónico o digital, según se exija, empleando la firma electrónica avanzada, el sello digital u otro medio tecnológico de identificación, en los términos y condiciones que establezca el Servicio de Administración Tributaria mediante reglas, en las que además se podrán determinar los casos en que la información o el trámite deban presentarse a través de medios distintos al electrónico o digital.

## PERSPECTIVAS EN MÉXICO



### E-commerce:

- 1 Planeación de la infraestructura para cubrir las necesidades del e-commerce en los próximos años.
- 2 Disponibilidad de medios de transporte alternativos.
- 3 Cobertura de los transportistas (zonas lejanas).
- 4 Disponibilidad de opciones de envío / entrega al cliente final a un costo competitivo.
- 5 Disponibilidad de personal capacitado / capital humano en el e-commerce.
- 6 Disponibilidad de operaciones logísticas para el manejo de devolución de producto.
- 7 Seguridad en el transporte y entrega de mercancías.
- 8 Eficiencia en los procesos aduanales y certezas en los costos logísticos.



## PERSPECTIVAS EN MÉXICO



### Usuarios en aduanas:

- 1 Homologación de documentos para el comercio internacional.
- 2 Mejorar la velocidad del despacho y comunicación con el Courier.
- 3 Trazabilidad y visibilidad del proceso, incluso poder ir a la Aduana.
- 4 Manejo, custodia y entrega del producto en buenas condiciones.
- 5 Proceso de devolución y sin cargos, por un producto defectuoso o que no cubra satisfacción de cliente.
- 6 Hacer pago diferido o por tarjeta de crédito de los impuestos y derechos aduanales.

## CONCLUSIONES



- 1 E-commerce pueden ser productos mas baratos o que no estén disponibles en México.
- 2 Desconfianza por el uso de los datos personales.
- 3 La entrada de nuevos jugadores y la participación de prestigiosas marcas en el canal.
- 4 Los cambios en el estilo de vida y nuevos consumidores, incluso de personas mayores.
- 5 Las ofertas frecuentes y el crédito.
- 6 86,9 millones de smartphones en México.
- 7 En México hay 74.3 millones de usuarios de internet y 18.3 millones de hogares con conexión.
- 8 % share commerce/total ventas retail en México: 1.9%. China: 29. Mundial: 12%.
- 9 Oportunidad para la autoridad aduanera de nuevos modelos de riesgo y facilitación aduanera.
- 10 Participación de autoridad, organismos, empresas, sociedad en e-commerce cross border.

## Sueño de una tarde dominical en la Alameda Central: Diego Rivera



## Bibliografía



- (<https://www.excelsior.com.mx/nacional/hay-865-millones-de-usuarios-de-celular-en-mexico/1364602>).
- (<https://www.gob.mx/sct/prensa/en-mexico-hay-74-3-millones-de-usuarios-de-internet-y-18-3-millones-de-hogares-con-conexion-a-este-servicio-endutih-2018-196013?idiom=es>).
- (eMarketer. Worldwide Retail and eCommerce Sales Forecast 2016-2021).



TLC MAGAZINE MÉXICO  
**HAGAMOS UN TRUEQUE**  
PODCAST DE TLC MAGAZINE MÉXICO



Escúchanos en:

