

Digital Commerce in the
NAFTA Modernization Rounds



Comercio Digital en
las Rondas de *Modernización del*
TLCAN

Lic. Octavio de la Torre de Stéffano



El presente documento deriva de un estudio que considera las experiencias dentro del concierto de países vinculados al libre comercio, particularmente en el aspecto, alcances, áreas de oportunidad, impacto y riesgos del comercio digital para los estados y sus ciudadanos. Y tiene como objetivo identificar áreas de oportunidad que permitan mejorar las condiciones y certeza jurídica del estado, empresarios, y consumidores mexicanos en el marco de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

Antecedentes

La primera página de Internet cumplió 25 años el pasado 23 de agosto, Sir Tim Berners-Lee desarrolló, creó y abrió al mundo la primera "World Wide Web" colaborando dentro de la "Organización Europea para la Investigación Nuclear" por sus siglas "CERN", misma que todavía se puede consultar en la liga <http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html>, la investigación que inició desde 1989 fue del dominio público ese 23 de marzo de 1991.¹

The present document is derived from a study that considers the experiences within the context of countries linked to free trade, particularly in the aspect, scope, areas of opportunity, impact and risks of digital commerce for the states and their citizens. And it aims to identify areas of opportunity to improve the conditions and legal certainty of the state, entrepreneurs, and Mexican consumers in the framework of the negotiations of the North American Free Trade Agreement (NAFTA).

Background

The first web page turned 25 on August 23, Sir Tim Berners-Lee developed, created and opened to the world the first World Wide Web collaborating within the "European Organization for Nuclear Research" known as "CERN", "Which can still be consulted in the link <http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html>, the research that began since 1989 was in the public domain on that March 23, 1991.¹



Lic. Octavio de la Torre de Stéfano

Asesor y abogado de diversos agentes aduanales, transportistas, exportadores e importadores. Presidente del Capítulo Noreste de la COEALAC. Síndico del Contribuyente ante el SAT. Asesor en la renegociación del TLCAN de CONCANACO. Director del Comité de Comercio Exterior y Aduanas de la AIMO. Coautor, junto con el equipo de TLC Asociados del libro "Acción de Nulidad de Juicio Concluido Propuesta de Reforma al CFPC con Efectos en Materia Fiscal y Administrativa". Miembro del Consejo Editorial de Trade Law & Customs Magazine. Fundador de Trade & Law College. Actualmente es Presidente del Corporativo TLC Asociados.

Adviser and lawyer of various customs brokers, carriers, exporters and importers. President of the Northeastern Chapter of COEALAC. Trustee of the Taxpayer before the TAS. Advisor on the renegotiation of CONCANACO's NAFTA. Director of the AIMO Committee on Foreign Trade and Customs. Co-author, along with the team of TLC Asociados of the book "Acción de Nulidad de Juicio Concluido Propuesta de Reforma al CFPC con Efectos en Materia Fiscal y Administrativa (Motion for Nullity of A Concluded Trial Proposed Reform to CFPC with Effects in Tax and Administrative Matters.)" Member of the Editorial Board of Trade Law & Customs Magazine. Founder of Trade & Law College. He is currently President of TLC Asociados Corporation.

¹ 25 aniversario de la primera página web de la historia. Redacción y agencias. El Universal. 23/08/2016. Recuperado de: www.eluniversal.com.mx/articulo/techbit/2016/08/23/25-aniversario-de-la-primer-pagina-web-de-la-historia.
25th anniversary of the first web page in history. Drafting and agencies. El Universal. 08/23/2016. Retrieved from: www.eluniversal.com.mx/articulo/techbit/2016/08/23/25-aniversario-de-la-primer-pagina-web-de-la-historia.

“Desde la década de los 90’s hasta la actualidad el comercio electrónico se ha venido transformando de una manera más acelerada que las normas que lo regulan”



“Since the decade of the 90’s to the present time, electronic commerce has been transformed in a more accelerated way than the norms that regulate it”

En la década de los 90’s hablar de comercio electrónico (e-commerce) era plantear una transacción comercial entre dos entidades distantes y medios de pago muy sencillos (Transferencias bancarias con su correspondiente verificación por fax o vía correo electrónico), el primer pago electrónico se estima fue realizado en el año 1995.

Desde la década de los 90’s hasta la actualidad el comercio electrónico se ha venido transformando de una manera más acelerada que las normas que lo regulan.

Definición y Conceptos

El comercio electrónico, también es conocido como e-commerce (electronic commerce en inglés) o bien comercio digital, negocios por Internet o negocios online. Se establece que consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de redes de comunicación, es decir, de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas, sin importar el lugar donde se encuentre el adquirente o el momento en donde desea hacerlo. *“Dicho de manera más formal, comprende las transacciones comerciales digitales que ocurren entre organizaciones, entre individuos, y entre organizaciones e individuos”.*²

In the decade of the 90’s talking of electronic commerce (e-commerce) meant proposing a commercial transaction between two distant entities and very simple means of payment (Bank transfers with their corresponding verification by fax or via email), it’s estimated that the first electronic payment was in 1995.

Since the decade of the 90’s to the present time, electronic commerce has been transformed in a more accelerated way than the norms that regulate it.

Definition and Concepts

Electronic commerce is also known as e-commerce or digital commerce, Internet business or online business. It is established that it consists of the purchase and sale of products or services through communication networks, that is, of electronic means, such as the Internet and other computer networks, regardless of where the buyer is or when he wishes do it. *“Put more formally, it encompasses digital business transactions that occur between organizations, between individuals, and between organizations and individuals.”*²

E-Commerce

“ En los Acuerdos de la OMC y el Comercio Electrónico, se indica que en la esfera del comercio de servicios, es posible definir el comercio electrónico como aquel que abarca tres diferentes tipos de transacción ”

“In the WTO Agreements and E-Commerce, it is indicated that in the area of trade in services, it is possible to define e-commerce as encompassing three different types of transaction”

De acuerdo con la Organización Mundial del Comercio (OMC) la operación se pacta electrónicamente, pero el pago y la entrega no necesariamente suceden en línea o por medios electrónicos.

En los Acuerdos de la OMC y el Comercio Electrónico, se indica que en la esfera del comercio de servicios, es posible definir el comercio electrónico como aquel que abarca tres diferentes tipos de transacción, todos los cuales requieren consideración:

- a) El suministro de los propios servicios de acceso a Internet, que significa el suministro de acceso a la red para las empresas y los consumidores.**
- b) La prestación electrónica de servicios, es decir, transacciones en las cuales los productos de servicios se entregan al cliente en forma de corrientes de información digitalizada.**
- c) La utilización de Internet como un canal para los servicios de distribución, mediante el cual se compran bienes y servicios a través de la red, pero la entrega al consumidor se efectúa posteriormente en forma no electrónica.³**

According to the World Trade Organization (WTO) the transaction is agreed electronically, but payment and delivery do not necessarily happen online or by electronic means.

In the WTO Agreements and E-Commerce, it is indicated that in the area of trade in services, it is possible to define e-commerce as encompassing three different types of transaction, all of which require consideration:

- a) The provision of Internet access services themselves, which means providing network access for businesses and consumers.**
- b) The electronic provision of services, that is, transactions in which the service products are delivered to the customer in the form of digitized information streams.**
- c) The use of the Internet as a channel for distribution services, through which goods and services are purchased through the network, but delivery to the consumer is subsequently made in a non-electronic way.³**





Asimismo, en el Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico de la Organización Mundial del Comercio se estableció que: "Exclusivamente a los efectos del programa de trabajo, y sin perjuicio de sus resultados, se entiende por la expresión 'comercio electrónico' la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos".⁴

Ahora bien, tomando en cuenta que México es parte del "Acuerdo General Sobre el Comercio de Servicios" de la OMC, es importante considerar que el numeral 2 del artículo 1 del citado ordenamiento, contempla cuatro formas de prestación al definir al comercio de servicios como el suministro de un servicio:

- a) Del territorio de un Miembro al territorio de cualquier otro Miembro.**
- b) En el territorio de un Miembro a un consumidor de servicios de cualquier otro Miembro.**
- c) Por un proveedor de servicios de un Miembro mediante presencia comercial en el territorio de cualquier otro Miembro.**

a) Resulta imprescindible identificar los conceptos de las definiciones de mercancías y productos digitales.

Es importante que dentro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte se distinga que el concepto de productos digitales o electrónicos, con las características de incorpóreos e intangibles, es diverso al concepto de mercancías para efectos aduaneros.

In addition, the World Trade Organization's Electronic Commerce Work Program established that: "For the purposes of the work program, and without prejudice to its results, the expression 'electronic commerce' shall mean the production, distribution, marketing, sale or delivery of goods and services by electronic means."⁴

Now, taking into account, however, that Mexico is party to the "General Agreement on Trade in Services" of the WTO, it is important to consider that Article 1, paragraph 2, of the aforementioned regulation contemplates four forms of provision in defining trade in services as the provision of a service:

- a) From the territory of a Member to the territory of any other Member.**
- b) In the territory of a Member to a service consumer of any other Member.**
- c) By a service provider of a Member through commercial presence in the territory of any other Member.**

a) It is essential to identify the concepts of the definitions of goods and digital products.

It is important that under the North American Free Trade Agreement, the concept of digital or electronic products, with the characteristics of intangible and intangible, is differentiated from the concept of goods for customs purposes.



“Cabe mencionar, que el concepto de ‘Productos Digitales’ es definido de la misma forma en los convenios en materia comercial que tiene celebrado México con otros países”



“It’s worth noting that the concept of ‘Digital Products’ is defined in the same way in the trade agreements that Mexico has with other countries”

b) Concepto de “Productos Digitales” en Convenios Comerciales Internacionales.

En el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, en particular en el artículo 13.1 dispone que Productos Digitales, significa programas de cómputo, texto, video, imágenes, grabaciones de sonido y otros productos que estén codificados digitalmente.

Cabe mencionar, que el concepto de “Productos Digitales” es definido de la misma forma en los convenios en materia comercial que tiene celebrado México con otros países, tal es el caso del Tratado de Libre Comercio de México con Centroamérica (Capítulo 15.1 Definiciones, Productos Digitales), Tratado de Libre Comercio de México con Panamá (Capítulo 14.1 Definiciones, Productos Digitales). Además, dicho concepto fue incorporado en los Tratados de Libre Comercio de nueva generación celebrados por Estados Unidos de América, mencionados con antelación.

En el caso particular el comercio electrónico, también incluye mercancías y servicios, anotación que se realiza con la intención de que en las definiciones se establezca esta diferencia.

c) Concepto de Mercancías en Convenios Internacionales.

El concepto que define Mercancía en el contexto internacional, lo encontramos en el Artículo XVII, párrafo 2 del Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT de 1947, por sus siglas en inglés) que a la letra señala: **“La palabra ‘mercancías’ sólo se aplica a los productos en el sentido que se da a esta palabra en la práctica comercial corriente y no debe interpretarse como aplicable a la compra o a la venta de servicios”**.⁵

b) Concept of “Digital Products” in International Commercial Agreements.

In the Framework Agreement of the Pacific Alliance, in particular in Article 13.1, Digital Products means computer programs, text, video, images, sound recordings and other products that are digitally encoded.

It’s worth noting that the concept of “Digital Products” is defined in the same way in the trade agreements that Mexico has with other countries, such as the Mexico-Central America Free Trade Agreement (Chapter 15.1 Definitions, Digital Products), Mexico Free Trade Agreement with Panama (Chapter 14.1 Definitions, Digital Products). In addition, this concept was incorporated into the new generation Free Trade Agreements entered into by the United States of America, mentioned in advance.

In the particular case, the electronic commerce, also includes goods and services, annotation that is realized with the intention that in the definitions this difference is established.

c) Concept of Merchandise in International Agreements.

The concept that defines Merchandise in the international context, is found in Article XVII, paragraph 2 of the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT 1947), which states in the letter: **‘The term ‘goods’ is limited to products as understood in commercial practice, and is not intended to include the purchase or sale of services.’**⁵

⁵ Vid. The term “goods” is limited to products as understood in commercial practice, and is not intended to include the purchase or sale of services. GENERAL AGREEMENT ON TARIFFS AND TRADE 1947.

Vid. The term “goods” is limited to products as understood in commercial practice, and is not intended to include the purchase or sale of services. GENERAL AGREEMENT ON TARIFFS AND TRADE 1947.

d) Concepto de Mercancías en la Legislación Aduanera Internacional.

1. La **Ordenanza de Aduanas de Chile**, es la norma jurídica que regula el despacho aduanero de las mercancías de este país, en su artículo segundo, numeral 2 señala lo siguiente en relación con el concepto de mercancías: “Artículo 2º.- Para la aplicación de esta Ordenanza y de la normativa aduanera en general se entenderá por: 2. **Mercancía:** todos los bienes corporales muebles, sin excepción alguna”.⁶


2. El **Código Federal de Regulaciones de los Estados Unidos de América**, en particular en el Título 15 “Comercio y Comercio Exterior”, Parte 30 “Regulaciones del Comercio Exterior” numeral, 30.1, regula el concepto de mercancías de la siguiente forma: “**Bienes. Mercancías, suministros, materia prima, los productos o cualquier otro artículo identificado en un código del Sistema Armonizado de Clasificación**”.⁷

3. El Código Aduanero de Argentina, en el Capítulo 3 “Mercaderías y servicios” señala en el artículo 10, lo siguiente:

“1. A los fines de este Código es **mercadería** todo objeto que fuere susceptible de ser importado o exportado.

2. Se consideran igualmente -a los fines de este Código- como si se tratara de mercadería:

a) Las locaciones y prestaciones de servicios realizadas en el exterior, cuya utilización o explotación efectiva se lleve a cabo en el país, excluido todo servicio que se suministre en condiciones comerciales ni en competencia con uno o varios proveedores de servicios.

b) Los derechos de autor y derechos de propiedad intelectual.
(Artículo según Ley 25063)”.


d) Concept of Goods in International Customs Legislation.

1. The **Customs Ordinance of Chile**, is the legal rule that regulates the customs clearance of the goods of this country, in its second article, numeral 2 states the following in relation to the concept of goods: "Article 2.- For the application of this Ordinance and of customs regulations in general shall be understood as: 2. **Merchandise:** all movable tangible property goods, without exception.”⁶

2. The **Code of Federal Regulations of the United States of America**, in particular in Title 15 "Commerce and Foreign Trade", Part 30, "Foreign Trade Regulations", 30.1, regulates the concept of goods as follows: “**Goods. Merchandise, supplies, raw materials, and products or any other item identified by a Harmonized Tariff System (HTS) code.**”⁷

3. The Argentine Customs Code, in Chapter 3, "Merchandise and Services", states in article 10, the following:

“1. For the purposes of this Code, merchandise is any object that may be imported or exported.

2. They are also considered - for the purposes of this Code - as if it were merchandise:

a) Leases and services rendered abroad, whose actual use or exploitation of which is carried out in the country, excluding any service provided on a commercial basis or in competition with one or more service providers.

b) Copyright and intellectual property rights.
(Article according to Act 25063).”

⁶ D.F.L. Núm. 30.- Santiago, 18 de octubre de 2004. www.aduana.cl, Septiembre 2017.
D.F.L. Num. 30.- Santiago, October 18, 2004. www.aduana.cl, September 2017.

⁷ TITLE 15: Commerce and Foreign Trade, PART 30—Foreign Trade Regulations, Subpart A—General Requirements, §30.1 Purpose and definitions. Goods. Merchandise, supplies, raw materials, and products or any other item identified by a Harmonized Tariff System (HTS) code. www.ecfr.gov. Septiembre 2017.
TITLE 15: Commerce and Foreign Trade, PART 30—Foreign Trade Regulations, Subpart A—General Requirements, §30.1 Purpose and definitions. Goods. Merchandise, supplies, raw materials, and products or any other item identified by a Harmonized Tariff System (HTS) code. www.ecfr.gov. Septiembre 2017.



4. Adicionalmente, en términos del Estatuto Aduanero de Colombia, se establece que **"Mercancía"**, son todos los bienes susceptibles de ser clasificados en la nomenclatura arancelaria y sujetos a control aduanero.⁸

5. En la Decisión 671 de la Comunidad Andina sobre Armonización de Regímenes Aduaneros, establece que las **Mercancías:** son todos los bienes susceptibles de ser clasificados en la nomenclatura NANDINA⁹ y sujetos a control aduanero.¹⁰

6. El vocablo bien o bienes, es utilizado frecuentemente en los acuerdos o tratados comerciales internacionales celebrados por México. Además, se relaciona para describir las modalidades de los bienes, tal es el caso, bienes importados para propósitos deportivos, bienes destinados a exhibición o demostración, bien no originario o material no originario, bienes fungibles o materiales fungibles, bienes idénticos o similares y bienes obtenidos en su totalidad o producidos enteramente en territorio de una o más de las Partes.¹¹

Así, en el artículo 201 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, menciona que **bienes de una Parte**, significa los productos nacionales como se entienden en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, o aquellos bienes que las Partes convengan e incluye los bienes originarios de esa Parte.

4. In addition, in terms of the Customs Statute of Colombia, it is established that **"Merchandise"** are all goods that are susceptible to being classified in the tariff nomenclature and subject to customs control.⁸

5. In Decision 671 of the Andean Community on the Harmonization of Customs Regimes, it is established that **Merchandise** are all goods that can be classified in the NANDINA⁹ nomenclature and subject to customs control.¹⁰

6. The term "good" or "goods" is frequently used in international trade agreements or treaties concluded by Mexico. In addition, it is used to describe the modalities of goods, such as goods imported for sporting purposes, goods intended for exhibition or demonstration, non-originating or non-originating material, fungible goods or consumables, identical or similar goods and goods wholly obtained or wholly produced in the territory of one or more of the Parties.¹¹

Thus, in Article 201 of the North American Free Trade Agreement, it mentions that **goods of a Party** mean the domestic products as understood in the General Agreement on Tariffs and Trade, or goods which the Parties agree upon and includes goods originating from that Party.



⁸ Cfr. Chavarro Cadena, Jorge Enrique. *Estatuto Aduanero Colombiano*. Editorial Nueva Legislación. Colombia. Año 2011. Cf. Chavarro Cadena, Jorge Enrique. *Estatuto Aduanero Colombiano*. Nueva Legislación. Colombia Publishing House. Year 2011.

⁹ *Siglas de la Nomenclatura Aduanera de la Comunidad ANDINA*. Acronyms of the Customs Nomenclature of the ANDINA Community.

¹⁰ Vid. www.comunidadandina.org, Septiembre 2017. Vid. www.comunidadandina.org, September 2017.

¹¹ Cfr. Artículo 318 y 415 del *Tratado de Libre Comercio de América del Norte*. Article 318 and 415 of the *North American Free Trade Agreement*.

“Cabe mencionar que este Acuerdo Internacional prevé de forma similar al GATT el principio de ‘Trato de la nación más favorecida’ con la pretensión de garantizar un trato no menos favorable que las partes que concedan a los servicios similares y a los proveedores de servicios similares de cualquier otro país”

“It should be noted that this International Agreement similarly provides similarly to the GATT the principle of “most-favored-nation treatment” with the aim of ensuring treatment no less favorable than that accorded to similar services and providers of similar services of any kind another country”

e) Concepto de Mercancías en la Ley Aduanera y el Código Fiscal de la Federación.

En el sistema jurídico aduanero de México, se encuentra regulado el concepto de mercancías en el artículo 2, fracción III de la Ley Aduanera, que a la letra señala lo siguiente: *“Mercancías, los productos, artículos, efectos y cualesquier otros bienes, aun cuando las leyes los consideren inalienables o irreductibles a propiedad particular”*.

El Código de Fiscal de la Federación en el artículo 92, párrafo sexto dispone que *“se consideran mercancías los productos, artículos y cualesquier otros bienes, aun cuando las leyes los consideren inalienables o irreductibles a propiedad particular”*.

f) Por un proveedor de servicios de un Miembro mediante la presencia de personas físicas de un Miembro en el territorio de cualquier otro Miembro.

Cabe mencionar que este Acuerdo Internacional prevé de forma similar al GATT el principio de “Trato de la nación más favorecida” con la pretensión de garantizar un trato no menos favorable que las partes que concedan a los servicios similares y a los proveedores de servicios similares de cualquier otro país.¹² Adicionalmente, debemos considerar que en diversos tratados comerciales internacionales se ha introducido la aceptación del Acuerdo General Sobre el Comercio de Servicios.

e) Concept of Merchandise in the Customs Act and the Federal Fiscal Code.

In Mexico's customs legal system, the concept of goods is regulated in Article 2, section III of the Customs Act, which reads as follows: *“Merchandise, products, articles, effects and any other goods, even when the laws consider them inalienable or irreducible to private property.”*

The Federal Fiscal Code in article 92, sixth paragraph provides that *“Merchandises are considered goods, articles and any other goods, even if the laws consider them inalienable or irreducible to private property.”*

f) By a service supplier of a Member through the presence of natural persons of a Member in the territory of any other Member.

It should be noted that this International Agreement similarly provides similarly to the GATT the principle of “most-favored-nation treatment” with the aim of ensuring treatment no less favorable than that accorded to similar services and providers of similar services of any kind another country.¹² In addition, we must consider that in several international commercial treaties the acceptance of the General Agreement on Trade in Services has been introduced.

Algunas Modalidades de Comercio Digital

Some Modalities of Digital Commerce



B2B (Business-to-Business)

Es utilizado para definir la relación de negocio por medios electrónicos entre un fabricante y el distribuidor de un producto o entre el distribuidor y el comercio minorista, pero actualmente la definición se amplía al negocio que efectúan entre las partes de cualquier eslabón en la cadena de suministro.¹³

It is used to define the business relationship by electronic means between a manufacturer and the distributor of a product or between the distributor and the retailer, but the definition is now extended to the business that they make between the parts of any link in the supply chain.¹³

B2C (Business-to-Consumer)

Refiere al comercio o estrategia entre las empresas comerciales para realizar negocios con el cliente o consumidor final, es la modalidad más popular de negocios en línea.¹⁴

It refers to the trade or strategy among commercial companies to conduct business with the customer or final consumer, it is the most popular mode of online business.¹⁴

B2E (Business to Employee)

Relación comercial entre una empresa y sus propios empleados.

Commercial relationship between a company and its own employees.

B2G (Business to Government) o G2B (Government to Business)

Consiste en los procesos de solicitud, oferta y negociación productos o servicios entre empresas y el gobierno a través del uso de Internet.¹⁵

It consists of the processes of requesting, offering and negotiating products or services between companies and the government through the use of the Internet.¹⁵



¹³ Nagendra, Prashanth B. "THE B2B E-COMMERCE CHALLENGE." *International Journal of Commerce and Management*, vol. 10, no. 1, 2000. Nagendra, Prashanth B. "THE B2B E-COMMERCE CHALLENGE." *International Journal of Commerce and Management*, vol. 10, no. 1,

¹⁴ Ratnasingam, Pauline. "A SWOT analysis for B2C e-commerce: the case of Amazon.com." *International Journal of Cases on Electronic Commerce*, vol. 2, no. 1, 2006, p. 1. Ratnasingam, Pauline. "A SWOT analysis for B2C e-commerce: the case of Amazon.com." *International Journal of Cases on Electronic Commerce*, vol. 2, no. 1, 2006, p. 1.

¹⁵ Rivera Pallán, José. "E-GOBIERNO ¿ESTRATEGIA POLÍTICA O TECNOLÓGICA?". *Nexus: Sociedad, Ciencia, Literatura*, Nov. 2001, p. 24. Rivera Pallán, José. "E-GOBIERNO ¿ESTRATEGIA POLÍTICA O TECNOLÓGICA?". *Nexus: Society, Science, Literature*, Nov. 2001, p. 24



C2B (Consumer-to-Business)

Es considerado un esquema invertido de negocio en la red, dentro del cual los consumidores ofrecen productos y servicios a fabricantes, distribuidores y compañías.

It is considered an inverted scheme of business in the network, within which consumers offer products and services to manufacturers, distributors and companies.

C2C (Consumer-to-Consumer)

El término define un modelo de negocio mediante el uso de la red que relaciona comercialmente el usuario o destinatario final con otro destinatario final.¹⁶

The term defines a business model through the use of the network that commercially relates the end user or recipient to another final recipient.¹⁶

G2C (Government to Consumer)

A través de plataformas electrónicas el Gobierno brinda servicios 24/7 para los consumidores finales.¹⁷

Through electronic platforms the Government provides 24/7 services to end consumers.¹⁷

G2G (Government to Government)

La brecha u oportunidad se abre en el uso de tecnología y la relación o suministro que se brindan entre los sectores de gobierno, federal, estatal y municipal.¹⁸

The gap or opportunity opens up in the use of technology and the relationship or supply that are provided between the government sectors, federal, state and municipal.¹⁸



¹⁶ Ferri, Fernando, et al. "IBF: an integrated business framework for virtual communities." *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, vol. 10, no. 1, 2012, p.1.

Ferri, Fernando, et al. "IBF: an integrated business framework for virtual communities." *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, vol. 10, no. 1, 2012, p.1.

¹⁷ Hussein, Ramlah, et al. "G2C ADOPTION OF E-GOVERNMENT IN MALAYSIA: TRUST, PERCEIVED RISK AND POLITICAL SELF-EFFICACY". *International Journal of Electronic Government Research*, vol. 6, no. 3, 2010, p. 57.

Hussein, Ramlah, et al. "G2C ADOPTION OF E-GOVERNMENT IN MALAYSIA: TRUST, PERCEIVED RISK AND POLITICAL SELF-EFFICACY". *International Journal of Electronic Government Research*, vol. 6, no. 3, 2010, p. 57.

¹⁸ Newcombe, Tod. "G2G: WHY DON'T MORE GOVERNMENTS WITH BIG IT BUDGETS ASSIST THEIR SMALLER PEERS?" *Governing*, July 2017, p. 60.

Newcombe, Tod. "G2G: WHY DON'T MORE GOVERNMENTS WITH BIG IT BUDGETS ASSIST THEIR SMALLER PEERS?" *Governing*, July 2017, p. 60.

“Entre 2009 y 2015, el valor del comercio electrónico en México registró un crecimiento de más de 900%, al pasar de 25,500 millones de pesos a 257,000 millones de pesos”

“Between 2009 and 2015, the value of electronic commerce in Mexico registered a growth of more than 900%, going from 25.5 billion pesos to 257 billion pesos”

Estadísticas del Comercio Digital

En un reporte presentado por “El Economista” se menciona que la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), establece que en 2015, el comercio electrónico tuvo un valor de mercado en nuestro país de 257,090 millones de pesos, lo que representa un aumento de 59% desde 2014, cuando su valor fue de 162,100 millones de pesos. Entre 2009 y 2015, el valor del comercio electrónico en México registró un crecimiento de más de 900%, al pasar de 25,500 millones de pesos a 257,000 millones de pesos.

Asimismo, proporciono otros datos que nos permitirían entender el comportamiento de los mercados después de la culminación o negociación del TLCAN, ya que, existen factores económicos que prevalecerán ante cualquier condición normativa futura.

Algunos Datos del Comercio Digital en México Según la AMIPCI

a) Por edad:

40% de las personas que realizan compras a través de Internet tiene entre 22 y 34 años.

24% entre 35 y 44 años.

b) Por género:

Hombres representan 54%, las mujeres 46%.

c) Nivel de estudios:

52% de los compradores cuentan con estudios mínimos de Licenciatura.

d) Entidades con mayores compras en México:

Ciudad de México, Estado de México y Jalisco

e) Por región urbana, suburbana y rural:

85% de las compras digitales se realizan en regiones urbanas.

10% en regiones suburbanas.

2% en rurales.

Digital Commerce Statistics

In a report presented by “El Economista” it is mentioned that the Mexican Internet Association (AMIPCI) states that in 2015, electronic commerce had a market value in our country of 257,090 million pesos, representing an increase of 59% since 2014, when its value was 162,100 million pesos. Between 2009 and 2015, the value of electronic commerce in Mexico registered a growth of more than 900%, going from 25.5 billion pesos to 257 billion pesos.

Likewise, I provide other data that would allow us to understand the behavior of markets after the completion or negotiation of the NAFTA, since there are economic factors that will prevail against any future regulatory conditions.

Some Data of Digital Commerce in Mexico According to AMIPCI

a) By age:

40% of people who make purchases through the Internet are between 22 and 34 years old

24% between 35 and 44 years.

b) By gender:

Men represent 54%, women 46%.

c) Level of Education:

52% of buyers have minimum Bachelor's degree.

d) Entities with greater purchases in Mexico:

Mexico City, State of Mexico and Jalisco.

e) By urban, suburban and rural region:

85% of digital purchases are made in urban regions.

10% in suburban regions.

2% in rural areas.