



Persiguiendo el futuro: comercio digital en los TLC de México



Mtro. Guillermo Malpica

Ex-Negociador del T-MEC y Ex-Representante Comercial de la Secretaría de Economía en la Embajada de México en Washington, DC. Subsecretario de Industria y Comercio en el estado de Puebla.

**18
DE MAYO**

Red de tratados con contenidos de comercio de servicios servicios

Capítulos de servicios y temas relacionados en los TLCs														
	México, EU y Canadá	México -Chile	México Colombia	México Unión Europea	México AELC	México Centroamérica	México Uruguay	México - Japón	México- Perú	Alianza del Pacífico	México Panamá	TPP-TIPAT	TMEC*	TLCUEM 2.0*
CBTS	❖ X	❖ X	❖ X	❖ X	X	❖ X	❖ X	X	❖ X	❖ X	❖ X	❖ X	❖ X	❖ X
SF	X		X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Telecom	X	X	X			X	X			X	X	X	X	X
ETPN	X	X	X			X	X	X	X		X	X	X	X
TM				X	X					X				X
TA		X												
E-comm/CD						X				X	X	X	X	X

Fuente: Secretaría de Economía.

Notas: X Significa que contiene capítulo; la UE tiene a la fecha 28 Estados Miembros; AELC (EFTA) está formada por Noruega, Suiza, Islandia y Liechtenstein; TLC con Centroamérica: Guatemala, Honduras, El Salvador, Costa Rica y Nicaragua; Alianza del Pacífico: Chile, Perú, Colombia.

* Negociados, pendiente entrar en vigor

❖ Anexo de servicios profesionales

Evolución del comercio electrónico en México

Según el Estudio sobre Venta Online en México 2022 de la AMVO, el comercio digital en México creció 27% en 2021, llegando a 401 mil millones de pesos. Esto representa el 11% de las ventas totales en México (retail). México está en el top 5 de países con mayor crecimiento.



Los consumidores digitales continúan reconociendo los beneficios de entrega a domicilio, evitar traslados a las tiendas físicas y tener acceso a inventarios exclusivos del canal digital.

Entre los principales motivadores para comprar en línea, se mencionan los métodos de pago (50%), la seguridad (82%), el nivel de información anunciada (43%) y las necesidades de entrega más rápida (46%).



Evolución del comercio electrónico en México

Comida a domicilio (72%), Moda (64%) y Electrónicos (55%) siguen siendo las categorías de productos preferidas para adquirir por Internet. En el top 10 también están Cultura, Juguetes, Belleza y Cuidado Personal, Electrodomésticos, Muebles, Deportes y Herramientas. Estos últimos 4 destacan por su mayor crecimiento en 2021.

En cuanto a servicios: servicios bancarios (80%), servicios de suscripción (79%), pago de servicios (75%), telecomunicaciones (71%) y Viajes y transporte (64%) son los principales. El mayor crecimiento en 2021 estuvo en espectáculos y eventos y en movilidad urbana.

Fuente: AMVO, Estudio de Ventas Online 2022, en: <https://www.amvo.org.mx/estudios/estudio-sobre-venta-online-en-mexico-2022/>

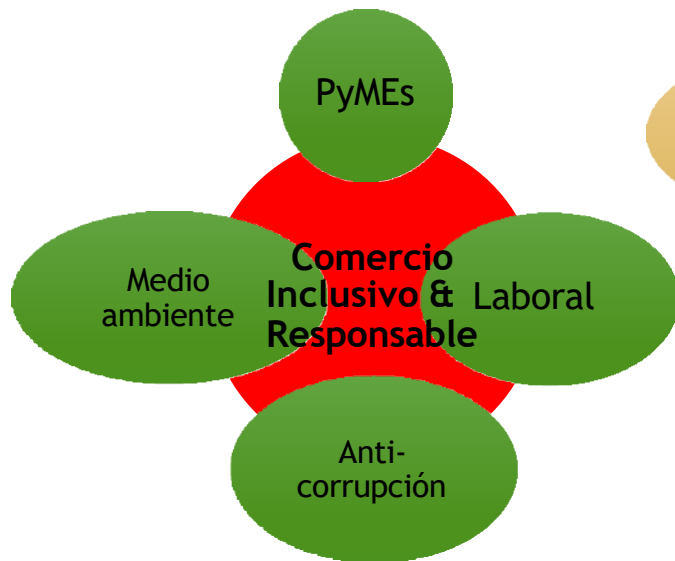


Prioridades de la negociación en TMEC

✓ Preserva la integración de América del Norte

✓ Provee de certidumbre

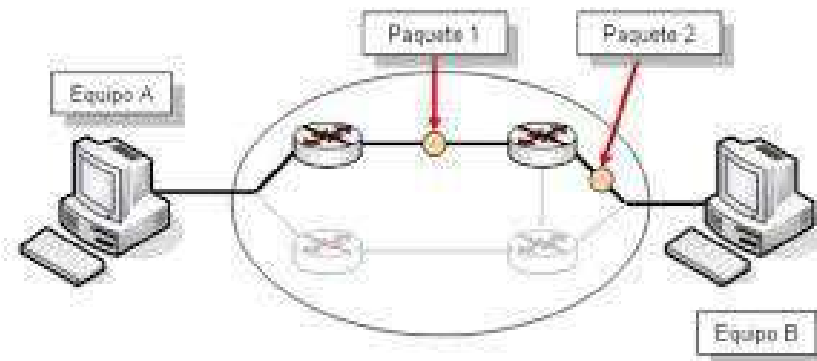
✓ Garantiza el acceso a mercados



Comercio electrónico

Objetivos de nuestros capítulos

- Eliminar obstáculos al comercio
- Fomentar la economía digital
- Preservar la integridad de la información confidencial y la seguridad de las transacciones por internet
- Establecer un marco de cooperación de largo plazo entre los países participantes, con el fin de promover el intercambio de información y experiencias relacionadas al desarrollo de políticas que fomenten el uso del comercio electrónico.



Objetivos de México

Asegurar las condiciones que permitan que el comercio electrónico se mantenga como una fuente de oportunidad para el fomento de la economía digital, el desarrollo, la innovación y la creación de PyMEs.

Definición de producto digital

- ▶ Significa un programa de cómputo, texto, video, imagen, grabación de sonido u otro producto que esté codificado digitalmente, producido para la venta o distribución comercial y que puede ser transmitido electrónicamente.

- Un producto digital no incluye la representación digitalizada de un instrumento financiero, incluyendo dinero.



Disposiciones relevantes de los capítulos:



- ▶ Libre flujo de la información
- ▶ No restricción a la ubicación/establecimiento de servidores
- ▶ No imposición de aranceles a transmisiones electrónicas, incluyendo contenido electrónico
- ▶ Trato no discriminatorio a los productos digitales

Artículo 19.11: Transferencia Transfronteriza de Información por Medios Electrónicos

- ▶ Cada país podrá tener sus propios requisitos regulatorios sobre la transferencia de información por medios electrónicos.
- ▶ Se permitirá la transferencia transfronteriza de información por medios electrónicos, incluyendo la información personal, cuando esta actividad sea para la realización de un negocio.
- ▶ Excepción: Los países podrán adoptar o mantener medidas incompatibles para alcanzar un objetivo legítimo de política pública, siempre que la medida no sea un medio de discriminación arbitrario o injustificable, o una restricción encubierta al comercio.



No restricción a la ubicación/establecimiento de servidores

Artículo 14.13: Ubicación de las Instalaciones Informáticas

- Cada país podrá tener sus propios requisitos regulatorios relativos al uso de instalaciones informáticas, incluyendo los requisitos que buscan asegurar la seguridad y confidencialidad de las comunicaciones.
- Ningún país podrá exigir usar o ubicar las instalaciones informáticas en el territorio de ese país, como condición para la realización de negocios en ese territorio.



No imposición de aranceles a transmisiones electrónicas

- ▶ Artículo 14.3: Derechos Aduaneros
- ▶ Los países no impondrán derechos aduaneros a las transmisiones electrónicas, incluyendo el contenido transmitido electrónicamente, entre una persona de un país y una persona de otro.



Sin embargo, está permitido que un país imponga impuestos internos, tarifas u otras cargas sobre el contenido transmitido electrónicamente, siempre que dichos impuestos, tarifas o cargas se impongan de una manera compatible con el TMEC.



Otras disposiciones importantes:

1. Protección de los consumidores y de su información personal.
2. Principios sobre el acceso y uso de internet
3. Marco nacional de las transacciones electrónicas
4. Autenticación electrónica y firma electrónica
5. Comercio sin papel
6. Comunicaciones electrónicas comerciales no solicitadas
7. Cooperación
8. Responsabilidad de las plataformas digitales
9. Código fuente
10. Ciberseguridad



Artículo 14.7: Protección al Consumidor en Línea

- ▶ Adopción de medidas transparentes y efectivas para proteger a los consumidores de prácticas comerciales fraudulentas y engañosas. (protección al consumidor cuando participa en el comercio electrónico)
- ▶ Cooperación entre las agencias de protección al consumidor de los países



Artículo 14. 8: Protección de la Información Personal

- ▶ Reconocimiento de los beneficios económicos y sociales de la protección de la información personal de los usuarios del comercio electrónico y la contribución que esto hace para mejorar la confianza del consumidor.
- ▶ Adopción de un marco legal para proteger la información personal de los usuarios del comercio electrónico.

Artículo 14.10: Principios sobre el acceso y el uso del Internet para el Comercio Electrónico

Sujeto a las políticas, leyes y regulaciones aplicables, se reconocen los beneficios para:

- ▶ (a) acceder y usar los servicios y aplicaciones a su elección disponibles en Internet;
- ▶ (b) conectar sus dispositivos a Internet, siempre que dichos dispositivos no dañen la red; y
- ▶ (c) acceder a información sobre las prácticas de administración de redes de su proveedor del servicio de acceso a Internet.



Marco nacional de las transacciones electrónicas

- No especifica cuál marco, solo tener uno
- Compatible con la Ley Modelo de UNCITRAL sobre comercio electrónico (1996).
- Procurará evitar la carga regulatoria excesiva
- Consulta previa

Autenticación electrónica y firma electrónica

- Libertad en el modelo o estándar de autenticación.
- Permitir interoperabilidad.
- Se puede exigir ciertos estándares de desempeño en ciertas transacciones especiales.

Comercio sin papel, cooperación y spam comercial

- Fomentar los trámites de administración del comercio sin el uso de papel.
- Cooperar con intercambio de información y mejores prácticas, en posiciones comunes en foros regionales como APEC, y fomentar el desarrollo por parte del sector privado de métodos de autorregulación que fomenten el comercio digital, incluidos códigos de conducta, contratos modelo, directrices y mecanismos de cumplimiento.
- Cooperación para evitar mensajes comerciales no solicitados, ya sea vía el proveedor de los mensajes o poniendo como condición la autorización del receptor.

Servicios informáticos interactivos

- Posición de México y phase-in period.
- Debate en EEUU por sección 230 de la DCA.
- Excepciones por cuestiones legales o penales.

Código Fuente

- Ninguna Parte requerirá la transferencia de, o el acceso a, un código fuente del programa informático propiedad de una persona de otra Parte, o el algoritmo expresado en ese código fuente, como condición para la importación, distribución, venta o uso de tal programa informático, o de productos que contengan tal programa informático, en su territorio.

Ciberseguridad

- Desarrollar capacidades domésticas
- Cooperación internacional
- Es mejor un enfoque de riesgos que una regulación prescriptiva

Comercio Digital en la OMC

- ▶ Desde la Conferencia Ministerial de 1998 se estableció un programa de trabajo.
- ▶ En la MC11, de 2017, se lanza iniciativa conjunta para negociar disciplinas en comercio digital entre 71 países y actualmente incluye a 86 países. Coordinado por JP, AU y SG.
- ▶ Objetivos: Herramienta de inclusión, confianza a los consumidores y apoyo a empresas.
- ▶ Avances en la negociación:
 - ▶ Texto consolidado en septiembre de 2021.
 - ▶ Mayor convergencia en 8 artículos: protección al consumidor, firmas y autenticación electrónicas, spam comercial, datos abiertos de gobierno, contratos electrónicos, transparencia, comercio sin papel y acceso a Internet.
 - ▶ Consolidación en otras áreas: aranceles a transmisiones electrónicas, libre flujo de datos, localización forzada, código fuente, marco e transacciones electrónicas, ciberseguridad, facturas electrónicas, así como discusión sobre acceso a mercados.



Comercio Digital en el RCEP

- ▶ El TLC más grande del mundo por su PIB (30%), 15 países. En vigor para 4 por ahora (faltan Myanmar, Indonesia, Filipinas y Malasia).
- ▶ Capítulo 12 sobre comercio electrónico.
- ▶ Menor nivel de ambición:
 - ▶ Moratoria de la OMC sobre aranceles.
 - ▶ No hay artículo de no discriminación).
 - ▶ Phase in periods para Myanmar, Laos y Camboya (5 años).
 - ▶ No aplica el mecanismo de solución de diferencias.



Conclusiones

- La regulación doméstica y los tratados siempre van atrás del avance tecnológico.
- Los capítulos sobre comercio electrónico en nuestros TLCs contribuyen a que las empresas mexicanas comercialicen sus productos por varios canales, disminuyendo costos e incrementando su competitividad.
- Se espera ayudar a las PyMEs a aprovechar las ventajas del comercio electrónico, tomando en cuenta que estas empresas se apoyan cada vez más en el uso de plataformas digitales para realizar transacciones y prestar sus servicios.
- El marco de cooperación, se trabaja para aumentar la confianza de los consumidores en el comercio digital y adoptar las mejores prácticas internacionales.