

## e-Commerce durante la pandemia de COVID-19



**BeAtriz Ruiz PuLido**

Estudiante de la licenciatura en contaduría en la Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
ruiz.brp50@gmail.com

**AlexAndra Ruiz PALMA**

estudiante de la licenciatura en contaduría en la Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
ruizpalmalez15@gmail.com

### Síntesis

El acelerado cambio que trajo como consecuencia la pandemia, fue la manera en que los mercados tradicionales debieron adaptarse a los medios electrónicos provocando que el fenómeno e-Commerce haya tenido una presencia cada vez más fuerte en la economía del mundo. Por lo tanto, en el presente artículo se abordan las consecuencias que ha provocado el e-Commerce en el país, y los aspectos fiscales aplicables desde junio de 2020.

**A** causa de la inmersión de la tecnología en la sociedad, ha nacido un fenómeno que poco a poco va teniendo más relevancia a escala global, nos referimos al e-Commerce. Este nuevo concepto se refiere a la distribución, venta, compra y publicidad de productos o servicios por Internet, es decir, el comercio electrónico.

Es verdad que el e-Commerce no es un concepto totalmente nuevo, pero a raíz de la situación sanitaria mundial por SARS-CoV-2, que obligó al mundo a practicar distanciamientos sociales, se ha fomentado el crecimiento del mercado electrónico a pasos agigantados.

Desde hace dos años ya se podía predecir el incremento del e-Commerce a escala nacional; el estudio realizado por in-Store Media México, mencionó que, en 2019 el 39% de los consumidores ya prefería realizar compras domésticas por medios digitales. Sin embargo, el aislamiento que se inició en 2020, y se mantiene en la actualidad, se convirtió en un factor protagónico para que 50.7% de la población mexicana participara en los e-Commerce nacionales e internacionales, según los datos de la consultora Statista. Además, la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) declaró que el e-Commerce alcanzó a aportar 9% de las ventas totales del *retail*, cuando se esperaba 7% para 2024.

## La AMVO declaró que el e-Commerce alcanzó a aportar 9% de las ventas totales del *retail*, cuando se esperaba 7% para 2024

### El crecimiento agigantado del e-Commerce durante 2020

A consecuencia de las normas sanitarias emitidas por las autoridades, los comercios tradicionales han tenido que adaptarse a medios digitales con el fin de continuar con sus actividades económicas, evitar la suspensión de labores o cierre total de los negocios y garantizar productos o servicios sin necesidad de poner en riesgo la salud de sus consumidores; por lo tanto, han tenido que implementar tres servicios:

- > Entregas a domicilio.
- > Información disponible y actualizada en tiempo real.
- > Diversidad de productos o servicios a ofrecer.

Gracias a estas adaptaciones de los comercios tradicionales, en México, el e-Commerce acumuló ventas por 316 mil millones de pesos, equivalente a un incremento anual de 81%, de acuerdo con la AMVO.

### El e-Commerce en materia fiscal

Ante el incremento de la relevancia del comercio electrónico en México, la legislación correspondiente debe hacer frente a los cambios que surgen al paso de los años, es por eso que se aprobaron reformas fiscales en

2020 que, a pesar de no tratarse de impuestos de nueva creación, se establecieron nuevos criterios para la regulación y tratamiento de personas físicas y/o morales que generen ingresos mediante plataformas digitales, aplicaciones informáticas y similares con el propósito de incrementar las contribuciones del comercio digital.

De acuerdo con el artículo 113-A de la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR), se establecen tablas de retención que serán aplicadas dependiendo del total de ingresos que genere el sujeto aplicable al pago del impuesto, así como las posibles causas para realizar pagos definitivos para el impuesto, ya que, generalmente, se presentarán como pagos con carácter provisional.

### ¿Qué pasará con el e-Commerce en el futuro?

La interacción de los usuarios con el e-Commerce se ha incrementado hasta obtener, hoy en día, 56% de participación en las compras de la población mexicana, así que su disminución no se verá en el futuro. Asimismo, a consecuencia del gran crecimiento de las tecnologías en la vida cotidiana de la sociedad, se han comenzado a presentar nuevas necesidades a medida que se cubren otras. La situación sanitaria, causada por el COVID-19, impulsó el incremento de un fenómeno que ya se encontraba detrás de nosotros: el comercio electrónico. Este nuevo fenómeno ha podido sustituir la necesidad de salir para adquirir productos o servicios, sin embargo, ante la gran aportación hacia las ventas que está generando el e-Commerce en el país, las autoridades fiscales se han percatado de la nueva necesidad que surge de este fenómeno que ha incrementado el *retail* mucho más rápido que las predicciones para su correspondiente regulación tributaria.

La aplicación de este nuevo esquema de retención entró en vigor el 1 de junio de 2020 y ha causado mucha incertidumbre sobre los resultados que se obtendrán, por lo que, probablemente, en el futuro se den reformas o misceláneas fiscales que puedan ayudar a los contribuyentes para cumplir con sus obligaciones fiscales de manera óptima.

Ahora que el e-Commerce se encuentra regulado en materia fiscal, no hay ningún aspecto que pueda detener el incremento masivo que va adquiriendo el mercado electrónico, puesto que, en caso de que la pandemia llegue a su fin, los hábitos de consumo permanecerán en los medios digitales. ☞

### Referencias

- <https://www.in-storemedia.com/blog/ose-healthy/>
- <https://www.amvo.org.mx/>
- <http://omawww.sat.gob.mx/NovedadesFiscales/Paginas/preguntasfrecuentes.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2020). "Ley del Impuesto Sobre la Renta". *Diario Oficial de la Federación*.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2021). "Ley del Impuesto Sobre la Renta". *Diario Oficial de la Federación*.

# Efectos económicos de la pandemia de COVID-19 en México

**Andrea Monserrat Hernández Aquino**

Estudiante de la Licenciatura en Contaduría en la Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
andreaajimenez.0621@gmail.com

## Síntesis

En este artículo, se darán a conocer algunos de los factores económicos perjudicados por la pandemia. A raíz del confinamiento, muchas actividades económicas se pospusieron y otras se tuvieron que cancelar. Entre estos factores están el desempleo, las actividades primarias y secundarias, la publicidad, el turismo, la industria petrolera, las telecomunicaciones y el sector automotriz. La finalidad es demostrar cómo ha resultado afectado México por la caída del PIB, la cual ha sido una de las contracciones económicas más grandes en la historia del país. Lo fundamental es que todos los sectores productivos, propendan a desarrollarse para permanecer en el mercado y, sobre todo, que se generen más beneficios económicos.

Como bien sabemos, la pandemia de COVID-19 ha sido un tema del que muchos hemos hablado, porque nos encontramos preocupados, ya que es un virus peligroso que, desafortunadamente, ha incrementado mucho la tasa de mortalidad no solo en México, sino también en el mundo. Este virus ha afectado de cualquier manera a cada persona, a cada país, y nuestro país no es la excepción, pues nos hemos encontrado con una situación delicada referente a la economía porque, ha provocado que mucha gente se haya quedado sin trabajo y al mismo tiempo tienen problemas para vivir económicamente. A continuación, se mostrarán algunos de los efectos económicos que ha ocasionado esta pandemia.

El desempleo ha sido un efecto predominante, ya que, al momento de que inició esta pandemia, mucha gente entró en crisis derivado de la incertidumbre generada, pues aumentó la preocupación porque nadie sabía cómo actuar con este nuevo virus; además, las indicaciones del confinamiento rompieron las actividades económicas.

Solo 51.1 millones se identificaron como población económicamente activa, donde de estos predominan los siguientes:

- > 48.3 millones están ocupados:
  - » 13.1 millones tienen empleo formal.

## La recuperación de la **venta de vehículos nuevos en el país**, que en 2020 cayó 28%, podría tomar unos cuatro años

- » 9.7 millones están sub-ocupados.
- » 25.5 millones se ocupan en el sector informal.
- > 2.8 millones no están ocupados, donde 5.4% se identifica como desempleo abierto.

Por eso mismo, el desempleo fue uno de los factores más importantes de riesgo, puesto que aumentó de 2.9% a 5.4%. El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) aseguró que la crisis amenazó los avances que tendría México en cuestión de desarrollo social y que, sobre todo, afectaría en mayor proporción a los grupos vulnerables.

Asimismo, se suspendieron muchas actividades económicas para prevenir el riesgo de contagio, hubo restricciones en los viajes internacionales, la caída del turismo y, sobre todo, el aumento de la pobreza. Comenzábamos una nueva normalidad, algo que nadie se había esperado porque muchos creían que el virus no llegaría a México, pero desafortunadamente fue así. Tuvimos que adaptarnos a trabajar a distancia, a no tener contacto físico con las personas; al principio fue difícil, sin embargo, poco a poco, íbamos avanzando a fin de evitar el contagio. Aproximadamente, en julio fue cuando se decidió abrir 30% de hoteles y restaurantes para que de manera paulatina se pudiera reactivar la economía, ya que había sido un periodo difícil para muchos sectores.

Después de la última crisis, el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) fue de apenas 2.16% y en 2019 fue negativo con -0.29%; ahora, con la crisis que está causando este virus, ha sido como la continuación de la mala racha de la economía del país. Se había pronosticado que el PIB de México caería más de 10% en 2020, lo cual ha sido muy grave porque es el mayor porcentaje que se ha registrado en el país a diferencia de años anteriores. Asimismo, podemos destacar que las actividades primarias, como la agricultura, disminuyeron -2%; las actividades secundarias, como la minería, manufactura y construcción, cayeron -23.4% y, por último, las actividades terciarias, como el comercio, cayeron -15%.

Por otro lado, uno de los sectores que se vio afectado fue el de turismo, ya que muchos países prohibieron los vuelos internacionales y, sobre todo,

evitar viajar a otros países para no contagiarse. Aero-méxico planteó despedir 37% de su plantilla laboral –integrada por 2719 sobrecargos– y revisar las condiciones de contrato colectivo para poder tener una buena maniobra y que la empresa siguiera operando. La empresa que ha registrado mejores resultados, a pesar del efecto de la pandemia, es Volaris, ya que mantiene 40.5% del mercado y es líder en número de pasajeros atendidos.

La industria petrolera tuvo afectaciones importantes porque la demanda de hidrocarburos se hundió por el distanciamiento social y la crisis económica, dando lugar a que los precios del petróleo disminuyeran, ocasionando una guerra de precios entre Arabia Saudita y Rusia. Cabe mencionar que la mezcla mexicana tuvo su más bajo precio de -2.37 dólares por barril durante los primeros días de pandemia en el país; en el caso de Pemex, terminó 2020 con una pérdida financiera de 480,966 millones de pesos y, de acuerdo con publicaciones de la misma empresa productiva del Estado, se dio a conocer que 2020 fue el peor año en cuanto a sus finanzas, ya que tuvieron una crisis severa por los movimientos del mercado ocasionados por la pandemia.

En 2020, el sector de las telecomunicaciones experimentó una caída de 1.1% al alcanzar los 493,600 millones de pesos y, esto se debió a la demanda de servicios digitales, ya que, para evitar el contagio, se realizaron las actividades laborales, educativas, de entrenamiento, entre otras, a distancia por medios digitales. Erick de la Cruz, gerente de la consultora Select, explicó que el servicio de banda ancha fija, que es proporcionado por tres grandes operadores móviles en México, creció 18% el año pasado; los operadores de televisión restringida, que también ofrecen banda ancha, tuvieron un aumento de 30%. El analista aseguró que todo esto representa 25% de los ingresos totales de su negocio.

De acuerdo con el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) la base de suscriptores se incrementó 14.1%, lo cual significa que los 25 OMV (Operador Móvil Virtual) activos en el país poseen 2.02 millones de líneas.

En el caso del sector automotriz, durante marzo 2020, cuando inició la pandemia, muchas empresas pararon operaciones en sus plantas. El resto de los fabricantes, cerraron sus plantas antes de que terminara la primera semana de abril, donde en algunos casos, los paros se extendieron hasta la última semana de mayo. Asimismo, un inesperado desabasto puso nubes negras sobre el sector; y, la verdad, esto era muy preocupante porque México era un país que enviaba 80% de las exportaciones a un mercado en EE.UU., y, a su vez, la producción y exportación de vehículos en

México, pareciera como una montaña rusa. Por ello, los analistas esperan que la actividad fabril se establezca a mediados de este año.

Una cosa muy importante que debemos tomar en cuenta es que la recuperación de la venta de vehículos nuevos en el país, que en 2020 cayó 28%, podría tomar unos cuatro años.

La publicidad también cayó, ya que 64% del total de anunciantes disminuyó su presupuesto de *marketing* en 2020, y buena parte de ellos lo hizo en el segundo trimestre del año. Pero sí hubo algo positivo a pesar de la pandemia, ya que, inmediatamente, se percataron de que la publicidad digital aumentó 46%, pues representó 51% del total del gasto de las empresas en 2020.

Se reportaron 2,932 empresas (59.6) con paros técnicos: 2,738 fueron microempresas, 172 fueron medianas y 20 grandes empresas; se reportaron diferentes periodos de cierre de empresas. La principal afectación fue en los ingresos, porque disminuyeron debido a la baja demanda del mercado y la escasez de insumos, pero también, se reportó la reducción de personal y de sus respectivas remuneraciones.

### Conclusión

Con todo esto, nos podemos dar cuenta que México es uno de los países que más ha resultado afectado por esta pandemia; nuestra economía ha tenido muy mala racha, el desempleo aumentó, muchas empresas están en quiebra y, a su vez, también la condición de salud de los empleados se deterioró a causa de la presencia del virus, el cual ocasionó que las muertes de estos generaran ausencias importantes en la actividad laboral.

Por lo anterior, resulta fundamental que todos los sectores productivos en México tiendan a desarrollarse en las tecnologías de la información y comunicación, pues las condiciones actuales demandan inversiones en otros conceptos que serán fundamentales para el desarrollo de las actividades productivas y empresariales, no solo para generar beneficios económicos, sino para subsistir en el mercado, que se ha convertido en el principal objetivo de las empresas y organizaciones del país. ☞

### Bibliografía

Fischer de la Vega, L. E. y Méndez Morales, J. S. (Coords.) (2021). *El impacto de la crisis del COVID-19 en México*. FCA 2012, México: UNAM-FCA.

### Cibergrafía

<http://www.inegi.org.mx/>

<https://expansion.mx/empresas/2021/02/28/un-ano-de-COVID-19-en-mexico-asi-afecto-a-las-empresas>