


GENTE DETRÁS DEL DINERO
Y AHORA, BIG BROTHER DIGITAL CON IMPUESTO
POR MAURICIO FLORES

mauricio.flores@razon.com.mx / @mfloresarellano

Las principales plataformas de comercio electrónico y servicios de transporte de personas y entrega de mercancías ya advirtieron el riesgo para empresas, trabajadores, consumidores y para el mismo sistema tributario generan mayores impuestos; pero mientras que por un lado todo indica que será negativo el fallo que esta semana darán los ministros de la Corte al amparo solicitado por organizaciones de reparadores, las adecuaciones del Código Fiscal de la Federación que serán aprobadas por la obediente mayoría de diputados oficialistas obligarán a las plataformas de comercio digital entregar las bases de datos privados de los usuarios al Servicio de Administración Tributaria.

Una suerte de *big brother* "sin premio, pero con cobro.

Este martes se espera que inicie a las 4 de la tarde en San Lázaro la discusión sobre las reformas al Código Fiscal de la Federación, que contiene modificaciones en las reglas del comercio digital mediante ajustes en el artículo 30-B que contempla la entrega de bases de datos privadas de los usuarios que realicen transacciones. Y ello pese a que las plataformas ya reportan mensualmente información al SAT bajo el artículo 18-J de la Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

El efecto alcanza a las plataformas de *delivery* como Uber, DiDi, Cabify, Rappi, Lalamove y Mensajeros Urbanos, es decir a los integrantes de la Alianza In México que dirige Guillermo Malpica..., pero también a otras plataformas de economía colaborativa como InDrive, además de los canales comerciales como Shein, Temu, Amazon, Mercado Libre; también a las compañías comerciales con canales de venta electrónica como Liverpool, que dirige Carlos Marín Rangel; Walmart de México,

que lleva Cristian Barrientos y a los emprendedores que han montado ventas en línea a través de aplicaciones como Shopify y WooCommerce.

El impuesto, así como la exigencia de entregar la información privada de la clientela bien podría incumplir los compromisos internacionales y ya no se diga con el T-MEC, cuya renegociación no será un día de campo tal y como ya lo advirtió el representante comercial de Estados Unidos.

Jamieson Greer. A ello se agrega el impacto al mercado doméstico que, como señaló el diputado del PRI, Eruviel Alonso, integrante de la Comisión de Economía, impactará al sector formal y propiciará mayor informalidad. Y es que los negocios digitales operan con márgenes de utilidad muy bajos —entre 3.0 y 6.0 por ciento—, por lo que un aumento en las retenciones del Impuesto Sobre la Renta (ISR) e Impuesto al Valor Agregado (IVA) a 4% y 8% sobre valor de la venta, llevaría a la quiebra en cascada de



Pymes o su vuelta a transacciones rústicas, como advirtió el diputado panista Héctor Saúl Téllez.

La nueva regla también alcanzaría a los integrantes de la Cámara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac) que conduce Ignacio Alarcón, pues las retenciones implican pagar impuestos por ventas aún no cobradas que pueden absorber hasta la mitad de sus márgenes de utilidades, por lo que su viabilidad está en riesgo con todo y sus 3 millones de trabajadores y empleados directos.

Y cómo la reforma a la Ley de Amparo permitiría la retroactividad de las leyes fiscales —como señaló Alejandro Moreno, líder nacional del tricolor— es fácil imaginar lo que sucederá en la inversión, el consumo y empleo en 2026.

CIE saca la casta por el Turismo en México. La Corporación Interamericana de Entretenimiento que encabeza Alejandro Soberón está llenando —y con creces— el vacío que dejó la falta de promoción turística del país. Vaya, la semana pasada, a través de su división CreaTurismo que dirige Eduardo Martínez concluyó la gira "Meet México Road Show 2025" en San Francisco y Los Ángeles donde reunió a 182 compradores clave entre tours operadores, aerolíneas, agencias mayoristas y asociaciones de viaje, sumando así 553 compradores en las tres giras efectuadas este 2025 en Estados Unidos.

La creación de alianzas comerciales con alto valor agregado y el posicionamiento del país con CreaTurismo también se extendió al IMEX América (especializado en turismo de negocios y exposiciones), así como en Rimini, Italia, donde gestionó la participación del Pabellón México en la TTG Travel Experience.

Y para cierre de oro en 2025, la firma operará en la primera semana de noviembre el Pabellón México en

la World Travel Market (WTM) Londres; y en la tercera estará en IBTM, Barcelona, España.

En tanto que del 10 al 14 de noviembre se culminará el ciclo 2025 de *Meet México Road Show* con su presencia en Nueva York y Montreal.

Ya hacía falta esa promoción.

IEPS a refrescos, "error tributario". El seminario especializado en materia tributaria realizado en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, de la UNAM, concluyó que el aumento del IEPS a bebidas azucaradas no cumple con las condiciones de una carga impositiva: ni proporcional, ni equitativo ni progresivo.

Así lo apuntó la doctora Elba Jiménez, quien expuso que, tras una década de aplicarse ese gravamen, los índices de diabetes y obesidad se han duplicado, amén de que los incrementos impositivos dañan mucho más a pequeños comercios que comercializan refrescos que a grandes cadenas comerciales. "Es un error económico tributario", afirmó.

Coppel, financiamiento sustentable. La mano de Diego Coppel Sullivan se notó en la captación adicional de 16, 100 millones de pesos a través del refinanciamiento y ampliación por 5 años de su crédito sindicado con 18 instituciones y liderado por BBVA, HSBC y Santander. Ese crédito se formalizó en 2021 bajo criterios Ambientales, Sociales y Gobernanza (ASG), y llega ahora a 51 mil mdp con plazo al 2030.

Los recursos se aplican en ambiciosos proyectos como hacer que 28% de su flota secundaria opere con tecnología híbrida o eléctrica, aproximadamente el 30% de la energía utilizada por la compañía provenga de fuentes renovables en 2030, transformación tecnológica y expansión geográfica.