

879330



Universidad Lasallista Benavente

ESCUELA DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES



Con Estudios Incorporados a la:
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MEXICO
Clave : 8793-30



" IMPACTO ECONOMICO EN LA
COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y
SERVICIOS DE EMPRESAS MEXICANAS
ENCONTRADAS EN INTERNET "

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN RELACIONES
INTERNACIONALES

PRESENTA:

Carlos Alberto Mancera Granados

ASESOR: LIC. RAMON TOVAR CERRITOS

CELAYA, GTO.

ENERO DEL 2000

2783-71



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

En Memoriam...

Jag. Ernesto Alonso Manóera Almanzo.

Soy, que soy un hombre, agradezco tu dureza y agresividad ante mi indiferencia por el estudio, pero también tu lucha inmensable de preocupación, dedicación y comprensión que han traspasado ya la barrera de la vida y la muerte.

Que razón tenías... ahora puedes descansar en paz padre mío, pues tu misión en este mundo imperfecto está ya dada con una educación sólida que de tu parte he recibido y con la herencia más abundante que nunca nadie podrá darme... mi profesión. No te miento, el camino fue muy difícil, lleno de confusión y falsas esperanzas que se me presentaron en el transcurso de mi peregrinar.

Padre, mi etapa de estudios ha concluido satisfactoriamente y, mi sacrificio de estos años de formación humana te los dedico como fruto vivo a tus esfuerzos.

Este logro lo comparto contigo y con mi madre felizmente y para siempre.

Gracias padre.

*Agradezco con un profundo amor a mi madre quien terminó la labor que mi padre
dejó inconclusa con su partida*

Marta Del Carmen Granados Pomo Vda. De Mansera

A mi único hermano y esposa

Luis Ernesto Mansera y Marta Valenzuela De Mansera

*A todos mis familiares, amigos y compañeros que me brindaron siempre su apoyo
incondicional*

*Con profundo agradecimiento
A la Universidad Lasallista Benavente*

*May en Especial al Lic. Roberto Navarro Aguilar por creer en mí y haberme
apoyando siempre*

Con Respeto y un eterno agradecimiento al Lic. Ramón Tovar Carrizosa

ÍNDICE

Introducción.....	I
Capítulo I. ANTECEDENTES.....	1
1.1. Comercio Internacional a través del tiempo.....	1
1.2. Desarrollo histórico del comercio exterior en México.....	8
1.2.1. El milagro mexicano.....	8
1.2.2. El comercio exterior en los sesentas.....	9
1.2.3. De los ochentas a la apertura comercial y el Tratado De Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).....	10
1.2.4. La actividad comercial de México hacia el exterior en la actualidad.....	11
1.3. Nacimiento de Internet y su expansión en el mundo.....	13
1.4. Desarrollo de Internet en México.....	15
1.4.1. Crecimiento de Internet en México.....	19
1.4.2. Consolidación de los servicios de Internet.....	21
1.5. Comercio Internacional por Internet.....	22
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.....	28
2.1. Teoría de las comunicaciones.....	28
2.2. Teoría descriptiva del comercio internacional de servicios.....	33
2.2.1. Consecuencias de la intangibilidad del comercio de servicios.....	34
2.3. Teorías del comercio internacional.....	36
2.3.1. Teoría de las ventajas absolutas.....	36
2.3.2. Teoría de las ventajas comparativas.....	39
2.3.3. Argumentos contra el libre comercio.....	41
2.4. Teoría de la dotación de factores.....	42
CAPITULO III. PROCESO DE EXPORTACIÓN Y GENERALIDADES DE INTERNET.....	47
3.1. En Importación.....	48
3.1.1. Factura comercial.....	49

3.1.2. Certificado de origen.....	50
3.1.3. Documentos anexos.....	50
3.1.3.1. Regulaciones o restricciones no arancelarias.....	50
3.1.3.2. Licencias.....	50
3.1.4. Conocimientos.....	50
3.1.5. Póliza o certificado de seguro de transporte y mercancía.....	51
3.2. En exportación.....	52
3.2.1. Pedimento.....	52
3.2.2. Regulaciones o restricciones no arancelarias.....	53
3.3. Restricciones al comercio.....	53
3.4. Las aduanas y su funcionamiento.....	54
3.5. Introducción a la computación.....	56
3.5.1. Concepto de computadora.....	57
3.5.2. Componentes básicos de un sistema de computo.....	57
3.5.3. Concepto de sistema operativo.....	58
3.5.4. Memorias RAM y ROM.....	59
3.6. Generalidades de Internet.....	60
3.6.1. Concepto y protocolos que utiliza.....	60
3.6.2. Características.....	62
3.6.3. Beneficios.....	63
3.6.4. Servicios ofrecidos por Internet.....	64
3.6.5. Charlas electrónicas.....	64
3.6.6. Correo electrónico.....	65
3.6.7. World Wide Web.....	66
3.6.8. Modos de conexión a Internet.....	66
3.6.8.1. Acceso telefónico a un proveedor de servicios.....	66
3.6.8.2. Por medio de una red de computadoras.....	67
3.6.8.3. Otros medios de conexión.....	67

CAPITULO IV. COMERCIO INTERNACIONAL POR INTERNET Y SU PROBLEMÁTICA.....69

4.1. Legislación de Internet.....	69
4.1.1. Legislación estadounidense.....	70
4.1.2. Legislación canadiense.....	71
4.1.3. Sistemas legales europeos.....	72
4.1.4. Marco legal en México.....	72
4.1.5. Régimen de TLCAN y la Unión Europea para la libre prestación de servicios.....	74
4.2. Proceso de comercialización de la red.....	76

4.2.1. Cierre de contratos por Internet.....	76
4.2.1.1. Reglas generales que rigen la celebración de contratos en Internet....	77
4.2.2. Validez de los contratos.....	78
4.2.2.1. Consentimiento.....	78
4.2.2.2. Capacidad legal.....	79
4.2.2.3. Objeto del contrato.....	79
4.2.3. Pagos por Internet.....	79
4.2.4. Intermediarios electrónicos y el dinero virtual.....	80
4.2.4.1. First Virtual Holding.....	80
4.2.4.2. Dinero electrónico o virtual.....	82
4.3. Empresas virtuales.....	82
4.4. Problemática en la actualidad.....	83
4.4.1. Generalidades.....	83
4.4.2. Lavado de dinero en la red por narcotraficantes.....	84
4.4.3. Fraudes monetarios a usuarios en la red.....	85
4.4.4. Problemas de las tarjetas de crédito sin códigos.....	87
4.4.5. Evasión de impuestos a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el caso de empresas nacionales.....	89
4.4.6. Otros problemas en Internet.....	92
4.4.6.1. La Propiedad Intelectual.....	92
4.4.6.2. Compra ilegal de menores.....	95
4.4.6.3. El error del milenio (Y2K).....	95

CAPITULO V. ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL A TRAVÉS DE INTERNET.....98

5.1. Aportación del comercio internacional al Producto Interno Bruto de México.....	98
5.2. Impacto del comercio electrónico en el mundo.....	101
5.3. Impacto económico del comercio electrónico en México.....	103
5.3.1. Realidad del entorno fiscal en México.....	109
5.3.2. Evasión fiscal en las exportaciones y transacciones comerciales de empresas mexicanas localizadas en Internet.....	112
5.4. Expectativa del comercio electrónico latinoamericano en el futuro.....	123

Conclusiones.....	V
Glosario de términos.....	IX
Bibliografía y otras fuentes.....	XIII
Anexos.....	XXI

Introducción

A principios de siglo y pese a la acelerada revolución industrial hubiese sido casi imposible pensar el periodo de vida que actualmente está corriendo. En las películas de ciencia ficción de los años 40's y 50's el futurismo pintaba bastante diferente a la realidad del presente; Sin embargo, ya se observaba sobre todo en las teorías internacionalistas la posibilidad de una integración no solo en bloques comerciales o de poder sino también a través de la información y la cibernética.

Nos encontramos ahora en el umbral no solo de un nuevo siglo, sino de la nueva era: la popularidad de Internet anuncia la "Era de la información". Las tecnologías del teléfono, la televisión, la señal satelital y la computación están convergiendo y ayudándonos para impulsar cambios en nuestra forma de comunicarnos, de gastar dinero y de trabajar.

Con el tiempo se espera que Internet contribuya a la creación de la "Supercarretera de la información", un conjunto de servicios de información inteligentes proporcionados a hogares, escuelas, organizaciones e instituciones mediante fibra óptica de ultra-alta capacidad y medios de transmisión inalámbricos. Sin embargo, y pese a este gran adelanto tecnológico no se han medido los alcances que Internet tiene en cuestión de servicios, publicidad y comercio. A medida que el espacio aumenta, paralelamente crece la desestabilización de los países y el enriquecimiento de algunos que tratan de sacar provecho del espacio electrónico.

Se habla mucho en los medios de comunicación en general de los "fraudes virtuales" provocados por empresas "ficticias" que solo existen en el Internet y que físicamente no tienen ningún sustento. En pocas palabras un "mercado ambulante electrónico" pues no paga impuestos al gobierno pero mantiene servicios que hasta cierto punto podrían ser un fraude para el cliente. En otras palabras no solo evaden al fisco sino que también pueden no cumplir lo estipulado en sus anuncios en línea. Este trabajo se limitará a hablar únicamente de los regímenes, leyes y empresas mexicanas, sin embargo dará un panorama general de la legislación Internacional.

El interés por elaborar un trabajo de este sector, es por el grado de crecimiento de manera descontrolada por parte de los gobiernos a nivel internacional de espacio cibernético que está traspasando las fronteras uniendo al mundo entero y por otro lado llevando consigo información así como servicios que podrían ser un arma de doble filo. Sin embargo, Internet es y será la puerta cibernética a la integración de los países no solo interactivamente sino comercialmente hablando, y bien vendría a romper con todos los modelos y teorías dadas en el pasado a través del futuro. Por otro lado, de que manera México ha reaccionado ante esta nueva tendencia, motivándome a plantear como tema de tesis:

"IMPACTO ECONÓMICO EN LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
DE EMPRESAS MEXICANAS ENCONTRADAS EN
INTERNET"

CAPITULO I ANTECEDENTES

El objetivo del presente capítulo será, como su nombre lo indica de mostrar las causas históricas que originaron el comercio electrónico en México y el mundo entero.

Se inicia con un panorama histórico del comercio internacional a través del tiempo, en donde veremos su evolución desde la edad antigua, pasando por la edad media, la revolución industrial y las bases del comercio en el Siglo XX.

Posteriormente, se analiza el comercio exterior de México después de la revolución, a partir del gobierno de Don Victoriano Huerta, así mismo, entraremos a los logros aportados por la Industrialización, llegando al primer antecedente que se tiene de un comercio exterior activo en México: el ingresar a la Asociación Latinoamericana de Libre Cambio (A.L.A.L.C.), Se analizan también las medidas tomadas por nuestro país durante el gobierno de Luis Echeverría en una política de apertura y las medidas tomadas por López Portillo, periodo en el cual se elabora la primera Ley aduanera. Durante éste periodo el comercio al exterior toma una especial importancia creándose los primeros programas de fomento PITEX y ALTEX a mediados de la década de los ochentas, los cuales sirvieron como parte importante para alentar el comercio exterior casi una década después, tras la entrada en vigor del Tratado De Libre Comercio De América Del Norte (TLCAN).

A partir del último tercio de siglo XVIII se vislumbran cambios en el pensamiento económico, aportando teorías del comercio internacional destacando la "Teoría de Ventajas Absolutas" en la cual Adam Smith proponía a los países especializarse en la producción y exportación de bienes en los cuales tuviesen una ventaja absoluta"; sin embargo, ésta teoría solo explicaba una pequeña parte del entorno por lo que David Ricardo la perfecciona con la "Teoría de las Ventajas Comparativas" proponiendo que dos o más países se unieran por medio de sus ventajas comparativas para crear una ventaja absoluta y hacer frente a los que contaban con la misma.

Planteando fundamentalmente que el comercio internacional entre países lo determina la diferente escasez relativa de los factores de la producción entre los diversos países se crea la "teoría Heckscher-Ohlin" complementando el pensamiento de Adam Smith y David Ricardo.

CAPITULO III

PROCESO DE EXPORTACIÓN Y GENERALIDADES DE INTERNET

El fin de este capítulo será explicar de manera clara y resumida los pasos que se deben seguir para una importación y exportación típica, para de éste modo comprender el resto del desarrollo de la investigación. Una importación y exportación típica, quiere decir cubrir los puntos generales en el proceso de aduanas sin entrar en detalles o casos específicos.

Así mismo, se abordarán los conceptos básicos en computación y como trabaja Internet a nivel técnico,

englobando así todas las herramientas para la mejor comprensión del comercio electrónico o el comercio internacional en línea.

CAPITULO IV

COMERCIO INTERNACIONAL POR INTERNET Y SU PROBLEMÁTICA

Durante esta parte de la investigación se analizará la legislación internacional en cuanto a sistemas de computo y cibernética dejando entre ver los diferentes problemas por los que actualmente pasa no solo el comercio electrónico sino también el sistema de red mundial en general lo cual ha provocado una muy fuerte controversia alrededor del globo.

Internet no es propiedad de ningún Estado pese a que Los Estados Unidos fueron los creadores de ésta tecnología, el mundo entero está interconectado lo que complica una legislación general de Internet, el hacerlo violaría la carta de las Naciones Unidas en el postulado de la soberanía de los Estados.

La falta de legislación ha llevado a actuar en Internet por parte de algunos usuarios de forma anárquica ante el descuido de las naciones en este punto. Ya son cotidianos en línea el lavado de dinero del narcotráfico, los fraudes monetarios a usuarios, la evasión fiscal de impuestos en algunos países, violación desmedida de la propiedad intelectual, pornografía, compra ilegal de menores y por si fuera poco la falta de visión ante el error del milenio (Y2K) el cual provocó en 1999 la inversión más grande en la

historia de la humanidad ante la previsión de un desastre mundial.

CAPITULO V

ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL A TRAVÉS DE INTERNET.

Sin duda alguna, la tecnología sobretodo de informática ha regido el mundo actual, a principios del nuevo milenio el mundo comienza no solo a integrarse sino a digitalizarse, producto de las nuevas tendencias, a finales del siglo pasado el comercio electrónico se forma como un escaparate en el cual las micro y grandes empresas compiten por igual y que las ganancias que aporta Internet en el último año del siglo son 18.9 billones de dólares triplicándose lo que había ganado en 1998. El mundo, ahora gira mucho más veloz, pues el mercado en Internet es el que más rápido ha proliferado en la historia de la humanidad a 6 años de su introducción con fines comerciales, Los Estados Unidos hacen el 60% de sus transacciones a través de Internet. Las tecnologías ahora se desarrollan a velocidades nunca antes vistas en el mundo a través del tiempo. Y a ése grado puede que haya empresas en México que contengan dentro de Internet información prohibida y que cometan ciertos ilícitos como evasión fiscal. Durante éste capítulo veremos también la aportación de México a Internet y el grado de conocimiento que las instituciones gubernamentales tienen con respecto al tema.

MODELO DE LA INVESTIGACIÓN

CARÁCTER DE LA INVESTIGACIÓN.

1. Investigación documental y de campo
2. Cuadros estadísticos
3. Cuadros de referencia
4. Evolución histórica del comercio Internacional en México y el mundo así como la invención de Internet y su desarrollo en México y el mundo.

5. Se refiere a la problemática actual que enfrenta el país ante la evasión fiscal parcial y/o total de empresas mexicanas que están en Internet y a las consecuencias que esta laguna en legislación y planeación gubernamental trae.

ETAPA No. 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

- JUSTIFICACIÓN:

La inesperada evolución de los sistemas cibernéticos trajo consigo Internet que operaba desde hace más de 40 años, sin embargo, apenas hace 6 años es introducido con fines comerciales, algo que sin duda se posiciona en las expectativas de muchos pues integra los países de manera global a través de las tecnologías, Sin embargo, dicha introducción al mercado no fue planeada de manera correcta, pues los gobiernos de todas las naciones jamás se imaginaron el alcance económico y social que tendría Internet en un periodo demasiado corto, al grado de rebasar de manera asombrosa cualquier proyecto de legislación en línea provocando así un hueco legislativo directo en el World Wide Web, lo cual ha traído como consecuencias entre muchos otros problemas, la evasión fiscal masiva, sobre todo en países de Latinoamérica los

cuales quizá por ignorancia del sistema burocrático gubernamental, no se han preocupado por el comercio electrónico que ha venido creciendo a pasos agigantados.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La manera más viable para exponer un problema, de acuerdo al criterio del estudioso Kerlinger, es elaborando preguntas que a su vez desencadenarán otros cuestionamientos. Es entonces como se elaboran las siguientes interrogantes:

1. ¿Qué es el comercio internacional?
2. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos del comercio internacional?
3. ¿Qué es Internet?
4. ¿Cómo se ha desarrollado Internet?
5. ¿Qué es el comercio electrónico?
6. ¿Cuáles son los pasos para exportar?
7. ¿Cómo funcionan las aduanas?
8. ¿Cuáles son los tipos de computadoras que hay?
9. ¿Qué es un sistema operativo?
10. ¿Qué es un protocolo?
11. ¿Cuáles son los modos de conexión a Internet?
12. ¿Cómo se da la legislación de Internet?
13. ¿Qué es una empresa virtual?
14. ¿Cómo funciona el dinero electrónico?
15. ¿Cuál es la problemática que se vive en Internet?

16. ¿Cómo se da la evasión de impuestos a la secretaria de Hacienda y Crédito Público en el caso de empresas mexicanas encontradas en Internet?

17. ¿Cuál es la aportación del comercio Internacional al PIB de México?

18. ¿Cuál ha sido el impacto del comercio electrónico en México y el mundo?

ETAPA No. 2 MARCO GENERAL DE REFERENCIA

Durante el siglo pasado se marcó la pauta del comienzo de una nueva forma de vida, en la cual se planteaba un mejor nivel de vida y provocar la comodidad del hombre en muchos trabajos que fueron sustituidos al paso de los años por las máquinas, la introducción de las computadoras marcó un cambio trascendental en la forma de producir bienes, atacar y ser atacados en tiempos de guerra, investigar, calcular operaciones matemáticas, de comunicarnos, competir e incluso de hacer negocios creándose un espacio para el comercio a través de la electrónica y el mundo digital en el cual México no pudo ser la excepción.

La integración de los países a través de la tecnología, los sistemas digitales y de cibernética es toda una realidad y con ello han nacido nuevas formas de actividades ilícitas que han proliferado rápidamente y el comercio electrónico no ha sido la excepción pues de hecho es el medio más importante de dichas actividades.

- TEORÍA DE LAS COMUNICACIONES

La teoría de las comunicaciones enmarca la realidad cibernética por la que el mundo está pasando, los países ya no serán poderosos en base al oro almacenado, reservas armamentistas o incluso al petróleo producido en sus terrenos sino a la cantidad de información que sus gobiernos obtengan para contrarestar al enemigo, una guerra que pasa de bélica a comercial y que el principal enemigo sea quizá el bloque económico en oposición.

Ubicando a México como país que pretende alcanzar elpreciado desarrollo, nos damos cuenta que debemos aprovechar al máximo el potencial exportador que genera la red para las micro, pequeñas y medianas empresas y así se logren consolidar en el entorno del mercado internacional, desarrollando al mismo tiempo una estrategia que permita generar un ambiente propicio tanto de empresarios como del gobierno para hacer efectivo el Internet como medio de comercialización masiva.

ETAPA No. 3 LAS HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

En el desarrollo de esta investigación se tratará de aclarar los siguientes supuestos:

Cómo hipótesis principal, las empresas anunciadas en Internet pueden evadir impuestos de forma parcial o total al comercio exterior o incluso en el mercado nacional. Y además:

1. La teoría de las comunicaciones no prevé los problemas de evasiones fiscales de forma parcial o total.

2. Las transacciones comerciales por Internet podrían ser un fraude muy bien planeado al no existir una cédula profesional que ampara el registro ante Hacienda y al tomar en cuenta que al hacer cualquier transacción el cliente tiene que apuntar su número de tarjeta de crédito.

3. ¿Existe una ley que regule el uso de Internet en el mundo?

4. ¿Se evade de forma total el pago de impuestos en las exportaciones?

ETAPA No. 4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Para poder aclarar estas hipótesis, el objetivo principal durante esta tesis, será el comprobar de manera clara el grado de evasión fiscal que dichas empresas "virtuales" han venido desarrollando, paralelamente también se comprobará la ineficiencia que existe en las aduanas para detectar las empresas que no están dadas de alta en Hacienda, así mismo, se estudiará el Internet a nivel global para saber de esta forma el alcance que se puede tener no solo en evasión fiscal sino también de acciones ilícitas que pueden desestabilizar a un país en el contexto internacional.

Capítulo I

Antecedentes

1.1. El comercio Internacional a través del tiempo.

En la antigüedad, el transporte de mercancías a larga distancia era caro y arriesgado. Por lo tanto, el comercio se realizaba, fundamentalmente, en mercados locales, siendo los bienes comercializados alimentos y vestidos fundamentalmente. Casi todo el mundo gastaba la mayor parte de sus recursos en alimentos, y lo que no producían ellos mismos lo obtenían comerciando. Lo mismo ocurría con los vestidos: la ropa se hacía en casa o se compraba. Además de alimentos, ropa y cobijo, los grupos más ricos empleaban sus ingresos en atuendos vistosos, joyas y obras de arte, lo que provocó un importante comercio de bienes de lujo.

Uno de los primeros y más destacados ejemplos de comercio a larga distancia es el de la Ruta de la Seda entre China y la Roma imperial, que surgió alrededor del año 100 a.C., cuando la dinastía Han logró que gran parte de Asia central fuera una zona segura para el tránsito de caravanas. Los seis mil kilómetros de ruta permitían el transporte de seda china, lana romana, metales preciosos y muchos otros bienes de gran valor provenientes de puntos intermedios de la India y Arabia. También destacaba el comercio marítimo costero, tanto en el golfo

Pérsico, como en el océano Índico y en el océano Pacífico norte. Los bienes que se enviaban a tan larga distancia solían ser bienes de lujo que se comercializaban mediante intermediarios, ya que rara vez permanecían durante todo el trayecto en las manos del mismo comerciante. La inestabilidad política que invadió toda la zona por la que transcurría la ruta a partir del siglo V, D.C. interrumpió este comercio, que reaparecería durante los periodos de paz.

Tras la recesión que siguió a la caída del Imperio romano, el comercio en Europa empezó a crecer paulatinamente durante la edad media, especialmente a partir de los siglos XII y XIII. El comercio a larga distancia fue menos peligroso a medida que los comerciantes creaban asociaciones para protegerse durante los largos viajes. Las principales rutas comerciales de larga distancia ponían en contacto el Báltico y el Mediterráneo oriental con el centro y el norte de Europa. De los bosques del Báltico provenían materias primas: madera, alquitrán y pieles. Del Este provenían bienes de lujo: especias, joyas y productos textiles. A cambio de estos bienes, Europa occidental exportaba materias primas y bienes manufacturados. Los ingleses vendían prendas de lana, los holandeses arenques salados, en España se producía lana, Francia exportaba sal; el sur de Europa también destacaba por sus vinos, sus frutas y su aceite. Las ciudades italianas y alemanas que cubrían estas rutas promovían y financiaban el comercio. No obstante, durante la edad media, el comercio entre Europa y Asia era escaso, porque el transporte terrestre era caro y los bienes de Europa no tenían valor suficiente para exportarlos al Este.

El desarrollo de veleros y de transportes eficientes durante los siglos XV y XVI ayudaron a una rápida expansión del comercio. A medida que descendía el coste de transportar grandes cargamentos a larga distancia, el grano empezó a importarse a gran escala desde el Báltico hasta los Países Bajos y otros países de Europa. Las nuevas rutas oceánicas entre Europa y el Este permitieron importar desde Asia, con menores costes, un mayor volumen de mercancías del que se podía transportar por tierra. El descubrimiento de América creó un comercio de nuevos bienes como tabaco y madera.

La explotación española de las grandes minas mexicanas y peruanas de oro y plata transformó por completo el comercio internacional. Por fin, Europa poseía un bien —los metales preciosos— que tenían una gran demanda en el lejano Oriente. A cambio de los bienes asiáticos, Europa ofrecía monedas de plata acuñadas en México, España, Italia y Holanda. *"Utilizando la tecnología y las técnicas desarrolladas gracias a la navegación transoceánica, los europeos acapararon el mercado naval asiático. Los veleros europeos transportaban el cobre japonés a China y a la India, los productos textiles de algodón indio al sur asiático y las alfombras persas a la India".*¹ El comercio de bienes de primera necesidad creció a una velocidad asombrosa. La importación de tabaco desde los estados de Virginia y Maryland a Inglaterra, por ejemplo, se multiplicó por más de cien durante el siglo XVII.

A medida que crecía el comercio a larga distancia aparecían nuevas formas de organizaciones comerciales. Al principio, las asociaciones informales dieron lugar a asociaciones

¹ Enciclopedia Salvat Diccionario; Tomo 3; Salvat editores, S.A.; Madrid, España; 1971; p.p. 553

legales. Por ejemplo, en Holanda, a partir del año 1500 era normal que los propietarios de los barcos fueran los accionistas, y no los capitanes de los barcos. La aparición de las acciones rompió las barreras sociales existentes entre las distintas clases de comerciantes, permitiendo que los individuos dividieran sus bienes entre barcos que tenían distintos destinos. El comercio internacional dejó de estar limitado a aquellos que podían pagarse el viaje. A partir del siglo XVI, los monopolios nacionales sustituyeron a las asociaciones temporales como forma de organización primordial entre comerciantes. Estas grandes empresas, creadas por el Estado, pero gestionadas y pertenecientes a individuos privados, mantuvieron monopolios sobre el comercio con ciertas regiones.

Ya en 1750 el comercio de bienes de primera necesidad era mucho más importante que el comercio de especias. En los años siguientes, el comercio sufrió una nueva transformación, esta vez debido a la Revolución Industrial. Como la primera Revolución Industrial se produjo en Europa, ésta se convirtió en el centro de una red comercial global durante todo el siglo XIX. Las economías europeas dependían de los mercados extranjeros para conseguir las materias primas que necesitaban, y vender en ellos los bienes manufacturados que producían. Por lo tanto, el crecimiento de la producción industrial fue seguido de una rápida expansión del comercio. Entre 1750 y 1914, el comercio mundial se multiplicó por cinco. Solamente en el siglo XIX, el número de toneladas transportadas vía marítima, a escala mundial, pasó de 4 millones a 30 millones de toneladas. Los

comerciantes europeos controlaban la mayor parte de este comercio.

El crecimiento de la industria afectó al comercio de muchas formas. Al principio, el aumento de la producción estimuló el comercio de materias primas. La mecanización de la producción textil europea provocó un enorme aumento de las exportaciones americanas de algodón en bruto. A partir de 1850, también aumentó el comercio de grano; carne y lana. *"Europa se convirtió en un importador permanente de trigo de Estados Unidos, Australia, Argentina y la India, pagando estas importaciones con sus productos industriales"*².

Otro aspecto relevante del crecimiento industrial fue la revolución en el transporte terrestre. El desarrollo de la máquina de vapor y la construcción de líneas férreas favoreció el comercio entre la costa y el interior de todos los continentes. Los trenes y ferrocarriles tuvieron una importancia esencial en Estados Unidos, el Este asiático y Latinoamérica.

A finales del siglo XIX, las principales regiones productivas dejaron de ser los principales mercados de los productos europeos y norteamericanos. Cada vez más, las naciones industriales empezaron a ser las consumidoras de los productos de las demás, y el comercio entre América y Europa se hizo multilateral. Lo contrario ocurrió con las principales regiones productivas de Africa, Asia y Latinoamérica: muchas pasaron a formar parte de los imperios coloniales europeos, y casi todas estas regiones empezaron a depender de unos pocos mercados exteriores.

² Ibid; p.p. 554

Tanto el comercio nacional como el comercio exterior sufrieron importantes recortes durante la I Guerra Mundial. Se generalizó la imposición de aranceles a productos de importación, teniendo que dismantelarlos durante la siguiente década a través de conferencias internacionales. Sin embargo, este dismantelamiento de los controles aduaneros no siempre implicaba la reducción de las barreras al comercio. Estados Unidos, y muchos otros países, adoptaron nuevos derechos de aduanas (también denominados derechos arancelarios) durante la década de 1920.

*"Con la Gran Depresión de 1929, el comercio volvió a perder relevancia. Las políticas comerciales nacionales no variaron durante 1929, pero en 1930 y los años siguientes se impusieron numerosos controles a las importaciones. A partir de entonces aparecieron zonas de influencia comercial: el área de la libra esterlina, que comerciaba fundamentalmente con el Reino Unido, el bloque del oro, cuyo centro era Francia, y las zonas bajo las influencias alemana y estadounidense"*³. En este contexto, el comercio nacional e internacional empezó a recuperarse, lenta pero constantemente, y sólo se volvió a interrumpir durante la II Guerra Mundial.

La reducción de las barreras comerciales y la continuada expansión del comercio internacional son dos logros importantes del periodo posterior a la II Guerra Mundial. Las reducciones de los aranceles comerciales se han logrado gracias al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) y a la Organización Mundial del Comercio (OMC), así como mediante la creación de uniones aduaneras. Aunque

³ García Pelayo y Gross, Diccionario enciclopédico a color Larousse; Tomo 3; Larousse; tercera edición; México, D.F.; 1982, p.p. 5672

las exportaciones mundiales se han duplicado, en volumen, y han aumentado ocho veces su valor entre 1954 y 1974, este crecimiento no ha sido igual para todos los países. Durante la década de 1950, las exportaciones de los países de Norteamérica y Europa occidental aumentaron rápidamente, mientras que las exportaciones de los países menos desarrollados decayeron. Por el contrario, a partir de 1965 las exportaciones de los países en vías de desarrollo crecieron más rápidamente, en parte debido al aumento del valor de las exportaciones de los países productores de petróleo. La participación de Japón y de la Comunidad Económica Europea sobre el comercio mundial aumentó, decayendo la de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas y la de Europa del Este.

En el plano mundial, el valor del comercio internacional (exportaciones e importaciones) creció drásticamente. No obstante, durante las décadas de 1970 y 1980, reaparecieron las presiones para eliminar las barreras al comercio exterior. Muchos países establecieron cuotas a la importación y negociaron restricciones voluntarias a sus exportaciones —fenómeno conocido como ‘nuevo proteccionismo’— pero no está claro si esto representa una seria amenaza al comercio entre países, y su efecto está disminuyendo desde 1990, al finalizar las conversaciones de la Ronda Uruguay del GATT, crearse la OMC y firmarse nuevos acuerdos bilaterales sobre libre comercio entre varios países.⁴

⁴"Comercio", *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 99*. © 1993-1998 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

1.2. Desarrollo Histórico Del Comercio Exterior En México.

Después de la Revolución, México entró en un tremendo caos, usurpado el poder por Victoriano Huerta y seguido después por el periodo callista, México se retrasó en gran medida sobretodo por ajustes políticos lo que obstruyó el paso de un comercio exterior intenso. En 1934 toma el poder el General Lázaro Cárdenas quien tenía una idea de progreso y comenzó las bases para dar lugar a éste. Durante su gobierno, mejoró e incrementó la producción agrícola con la apertura de nuevas zonas de cultivo, la irrigación y crédito para los agricultores, tomó medidas protectoras para el obrero, promovió la organización de los sindicatos y la confederación de trabajadores y, ordenó la expropiación de bienes de compañías petrolíferas y ferroviarias de Estados Unidos, Gran Bretaña y Holanda. Dicho evento provocó problemas con las potencias lo cual hacía más complicadas las relaciones entre éstos países.

1.2.1. El milagro mexicano

En 1940 llega Manuel Ávila Camacho al poder quien comienza con la planificación económica del país y la independencia total de México. *"Ávila Camacho negoció el arreglo de la cuestión petrolera con las potencias, impulsa la explotación agrícola y ganadera; al mismo tiempo, desarrolla una vigorosa campaña contra el analfabetismo Durante éste periodo comienza "La Industrialización" ó "El milagro mexicano".* ⁵

⁵ Vega Cánovas Gustavo; Liberación económica y libre comercio en América del norte; Colegio de México; 1ª edición; México, D.F.; 1993; p.p. 11

Después de Ávila Camacho; sentadas las bases de una estabilidad política toma el poder Miguel Alemán hacia 1946 quien, impulsó la industrialización del país mediante una amplia red de transportes y comunicaciones, la electrificación y la ayuda a determinadas empresas de interés nacional, también negoció diferentes créditos con el extranjero, y modificó la estructura del monopolio estatal del petróleo así mismo favoreció el desarrollo agrícola e instituyó la política de sustitución de Importaciones la cual fue desarrollada en México durante casi cuarenta años.

Para 1958, ingresa al poder López Mateos, quien tuvo que hacer frente a una fuerte inflación que sacudía al país, la política de México después de la revolución fue siempre de protección, sin embargo, López Mateos comienza con una política de liberalismo económico e iniciando con la apertura de mercados; de éste modo; México logra ingresar a la Asociación Latinoamericana de Libre Cambio (A.L.A.L.C), Quizá sea éste el primer antecedente que se tiene de una política de apertura de México, después de la revolución. Así mismo, López Mateos inició giras en países de habla española en Centro y Sudamérica así como Asia y Europa.

1.2.2. El comercio exterior en los setentas

Para el gobierno de Luis Echeverría (1970) la exportación se intensifica aún más. La política tomada por Echeverría en el exterior fue de una marcada separación de Estados Unidos, lo que se vio reflejado en la mayoría de los sectores del país, incluyendo el comercio hacia el exterior. La apertura

de nuevas fronteras y constantes viajes a Centroamérica, Europa, Asia e incluso la URSS dio pauta a un comercio más movido e inversiones fructíferas⁶

Durante su periodo se establecen estímulos a la exportación mediante mecanismos de devolución de impuestos indirectos y del impuesto general de importación a exportadores, de productos manufacturados acordes a la proporción de insumos nacionales utilizados. Se propicia la exportación de numerosas manufactureras. La política llevada por parte del Presidente Echeverría a las compañías fue la conciencia de exportar, mediante incentivos fiscales otorgados y la actitud de los sectores productivos. La actividad creció al grado de instalarse 27 consorcios de comercio que reunieron cerca de 500 empresas. *“El 28 de Agosto de 1975 nacen jurídicamente las empresas de comercio con la publicación del Diario oficial de la Federación “Acuerdo que dispone el otorgamiento de incentivos fiscales a favor de las empresas de comercio exterior”.*⁷

1.2.3. De los ochentas a la apertura comercial y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte. (TLCAN)

López Portillo permitió, por su parte la política de sustitución de importaciones, manejada en el comercio exterior por medio de permisos previos, reemplazándose por el uso más flexible de los aranceles procurando que la liberación comercial no

⁶ <http://www.secofi.gob.mx/directorio/programas/exportaciones/historia.htm> (1998)

⁷ Vega Canovas Gustavo; Liberación económica y libre comercio en América del Norte; El Colegio de México; 1ª edición, México D.F.; 1993; P.p. 30

fuera en detrimento de la producción. En la ley del impuesto al valor agregado (1 Enero 1980) se contempló la devolución automática de todos los impuestos indirectos que incidían sobre los productos de importación el monto a pagar de los productores en cuestión de impuestos se vio severamente reducido.

Durante los últimos años México ha sufrido una transformación no solo interna sino externa en materia comercial y económica. El Presidente Miguel De La Madrid comienza las bases de una política de apertura hacia el comercio exterior. Sin embargo fue en el periodo de López Portillo donde se elabora la primera Ley Aduanera (1981) y se quedan atrás los códigos aduaneros. En el periodo madrilista se crean los programas para las empresas que importan temporalmente (PITEX) en 1985, y posteriormente el acuerdo de apoyo a las empresas altamente exportadoras (ALTEX) en 1986.

Carlos Salinas De Gortari sienta las bases de lo que sería la nueva política comercial de México abriéndolo hacia la globalización. El Estado en 1989 modificó las regulaciones restrictivas de comercio para incentivar la inversión extranjera permitiendo incluso el control mayoritario de las empresas que antes eran paraestatales a foráneos. En octubre del mismo año Salinas y George Bush, Presidente estadounidense, reunidos en la ciudad de Washinton, firmaron lo que fue el escrito como acuerdo más amplio de comercio e inversión aceptado por ambas naciones. Para 1992 Carlos Salinas, Bush y el primer ministro de Canadá, Brian Mulroney negociaron el Tratado de Libre Comercio de América del Norte con lo que se consolida la apertura comercial y un intenso

trabajo en las exportaciones e importaciones de ambos países.⁸

La ley, publicada en 1981 sufre grandes reformas, sobretodo de 1991 a 1994, las cuales fueron requisito indispensable para entrar al TLCAN. La nueva ley Aduanera sale en 1995 y es la que hoy rige con diversos cambios cada año.

1.2.4. La actividad comercial de México hacia el exterior en la actualidad.

En los últimos 5 años ha sido muy favorable la apertura comercial y el financiamiento externo a largo plazo para México. Esto después de firmarse el TLCAN ha dado como resultado que empresas privadas obtuvieran créditos por 18 mil millones de dólares de la banca extranjera. *"La alta venta de títulos gubernamentales y privados es consecuencia de la mayor apertura comercial de México con el resto del mundo, lo que a su vez ha permitido elevar las exportaciones de 60 mil 882 millones de dólares en 1994 a 117 mil 500 millones para constituirse en líder de todo latinoamérica."*⁹

La integración económica y financiera de México en los mercados internacionales le ha favorecido para obtener el aval de corredurías estadounidenses, como Moody's Inverstors Services y Standard and Poor's. Así mismo, le ha permitido financiar el 100% de su déficit en cuenta corriente. También los grandes fondos de inversión extranjera concentran alrededor de un 60% de las transacciones totales del mercado

⁸ "Mexico", *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 99*. © 1993-1998 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

⁹ Venegas Rodfgo; El Financiero; Miércoles 22 de Septiembre de 1999; p.p. 3A

de cambios, por lo que éstos intermediarios extranjeros pueden fijar el precio de la paridad cambiaria y modificar su tendencia en el corto plazo.

De seguir así el país, Según el Artículo del periódico "El Financiero" *"provocaría que los niveles de eficiencia productiva y modernización industrial aumenten, toda vez que se compita con las empresas más importantes del mundo. Los principales indicadores de económicos en México como la inflación, cuenta corriente, o el crecimiento del producto interno bruto (PIB) tendrán que ser equiparables con los principales socios comerciales"*.¹⁰

1.3. Nacimiento de Internet y su expansión en el mundo.

La historia del Internet en realidad, es la historia de las redes de computadoras. A principios de los años 60's, científicos en computación empezaron a explorar nuevos métodos para la conexión en donde usuarios pudieran compartir recursos y disponer de ellos.

Las redes utilizadas a mediados de siglo, eran de computadoras aisladas que generalmente eran utilizadas para comunicarse de universidad a universidad o sitios militares; fue entonces cuando el gobierno de Estados Unidos, decidió llevar a cabo un proyecto de redes que pudiera intercambiar información entre computadoras remotas; a esta red se le dio el nombre de Apanet, dicha red fue reemplazada y ampliada para formar lo que hoy en día se conoce como Internet.

¹⁰ Ibid; Vanegas Rodrigo; 3A

Paul Baron, de la red Rand Corporation fue comisionado por la fuerza aérea de los Estados Unidos para hacer un estudio sobre como se podía mantener comandados y controlados los misiles y bombas después de un ataque nuclear. Él creó un Network descentralizado militar que podía sobrevivir a las consecuencias nucleares, con el fin de que si una ciudad de Estados Unidos fuese atacada, los militares pudieran seguir utilizando sus armas y contraatacar.

El documento terminado por Baron describe muchos caminos a seguir pero el más importante es un paquete network conectado. (Packed switching).

El primer programa de correo electrónico fue creado por Ray Tomlison de BBN. En 1969 la BBN en conjunto con la empresa ARPA fundaron Arpanet para comunicarse a cuatro nudos: Universidad de California en Los Angeles, SRI en Stanford, Universidad de California en Santa Barbara y Universidad de Utah.

*"Durante ése tiempo se desarrolló un protocolo que sigue vigente llamado TCP/IP y fue desarrollado por un grupo encabezado por Vinton Cerf de Stanford y Bob Kahn de DARPA."*¹¹ Este nuevo protocolo sistematiza computadoras network interconectadas y comunicadas la una a la otra.

En 1974 el primer término de Internet fue creado por Cerf y Kahn con el objeto de transmisión del control del protocolo. El Dr. Robert M. Metcalfe, desarrolló Ethernet, el cual sistematizó el cable

¹¹ Barret Neil; Internet, una revolución silenciosa; Edit. Selector, México, D.F. 1997; p.p.89

coaxial de movimiento de datos extremadamente rápido.

Más tarde llega un proyecto de paquete satelital el cual pretendería unir las comunicaciones de Estados Unidos con Europa, esto para uso práctico. Es entonces cuando nace Satnet, network satelital de Atlántico y sorpresivamente fue utilizado para usos comerciales por el International Telecommunications Satellite Organization.

Internet Activities Board (IAB) fue creado en 1983 y el primero de enero de ese mismo año cada máquina del gobierno fue conectada a un Apartnet bajo el lenguaje TCP/IP. Éste fue utilizado como protocolo de Internet. Para 1991 se plantea usar el Internet para fines comerciales lo que requería mayor velocidad de acceder en modems. Es en éste mismo año cuando se identifica la sociedad de Internet.

Para 1993 se crea Internic para proveer un específico servicio de Internet; directorio y servicio de base de datos, (por AT&T) registro de servicios (por Network Solutions Inc.) y servicio de información en general. (por General Atomics / Cerfnet).

Este mismo año, Andreessend y NCSA en conjunto con la Universidad de Illinois desarrollaron un uso gráfico de interface al de "WWW" llamado "Mosaico para X".

1.4. Desarrollo de Internet en México.

La historia del Internet en México empieza en el año de 1989 con la conexión del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, en el Campus Monterrey, ITESM hacia la Universidad de Texas en

San Antonio (UTSA), específicamente a la escuela de Medicina. Una Línea privada analógica de 4 hilos a 9600 bits por segundo fue el enlace.

Sin embargo, antes de que el ITESM se conectara a Internet, casi a final de los 80's, recibía el tráfico de BITNET por la misma línea privada. El ITESM era participante de BITNET desde 1986.

Las conexiones se hacían a través de líneas conmutadas. La conexión permanente de esta institución se logró hasta el 15 de Junio de 1987 (a BITNET y posteriormente a INTERNET).

La UNAM se conectó a BITNET en Octubre de 1987. En Noviembre de 1988 se cambia la conexión permanente que interconectaba equipo IBM con RSCS, a equipos DEC utilizando DECNET. Al cambiar el protocolo se tenía la posibilidad de encapsular tráfico de TCP/IP en DECNET y por lo tanto formar parte de INTERNET.

Al siguiente año, en 1989, se cambió de una a tres líneas. Con ello, se cambió el equipo de interconexión y se incorporaron los equipos de ruteo CISCO. Las conexiones siguieron siendo con la UTSA.

La máquina que recibía la conexión de DECNET era una Microvax-II con la dirección 131.178.1.1 (desde Septiembre de 1993 se encuentra fuera de operación en el ITESM, Campus Monterrey). Esta máquina tenía un software que recibía el tráfico de TCP/IP encapsulado en DECNET, lo sacaba y permitía acceder Internet.

Además de ser el primer nodo de Internet en México, pasó a ser el primer Name server para el dominio .mx.

El segundo nodo Internet en México fue la Universidad Nacional Autónoma de México, en el Instituto de Astronomía en la Ciudad de México. *"Esto mediante una conexión vía satélite de 56 Kbps, con el Centro Nacional de Investigación Atmosférica (NCAR) de Boulder, Colorado, en los Estados Unidos de Norteamérica"*¹². Por lo tanto, se trataba de una línea digital.

Después de esto, lo que proseguía era una interconexión entre la UNAM y el ITESM (Campus Monterrey), pero lo que funcionó en ese entonces fue un enlace BITNET entre ellos. Claro, usando líneas privadas analógicas de 9600 bps.

El ITESM, en su Campus Estado de México, se conecta a través del Centro de Investigación Atmosférica (NCAR) a Internet. Como la UNAM, obtiene una conexión satelital de 56 kbps, es decir, enlace digital. La función de este enlace es dar servicio a los demás ITESM, diseminados a través de todo el país.

El ITESM, Campus Monterrey, promovió y logró que la Universidad de las Américas (UDLA) en Cholula, Puebla y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) en Guadalajara, Jalisco, se enlazaran a INTERNET a través del mismo ITESM.

¹² Buenrostro, Cuervo, Gutiérrez y Rosado; Los negocios en Internet hoy en México; McGrawHill, México, D.F.; 1997; p.p. 46

Aunque sus enlaces eran de baja velocidad, 9600 bps, fue suficiente, en ese momento, para proveer de correo electrónico, transferencia de archivos y acceso remoto.

Debido al crecimiento registrado en Internet, la National Science Foundation, en los Estados Unidos, requería de una respaldada red de telecomunicaciones para todos aquellos países que se integraban a Internet, por lo tanto, se tomaron algunas decisiones en México, como la de formalizar el uso de IGRP entre los ruteadores y revisar detalladamente la asignación de ASN (Autonomous Systems).

La Universidad de Guadalajara, obtiene una conexión a Internet con la Universidad de California en Los Angeles. Esta era una línea privada de 4 hilos a 9600 bps. Estaban bajo el dominio de UCLA y con direcciones de IP también de la UCLA.

Las demás instituciones, en ese tiempo, accedían a Internet por medios conmutados. Tal es el caso de Colegio de Postgraduados (COLPOS) de la Universidad de Chapingo, en el Estado de México. El Centro de Investigación en Química Aplicada, con sede en Saltillo, Coahuila. El Laboratorio Nacional de Informática Avanzada de Xalapa, Veracruz. Todos ellos se conectaban al ITESM, Campus Monterrey para salir a Internet.

La Universidad de Guanajuato - Precursor de RUTYC - en Salamanca, Guanajuato, se enlazaba a la UNAM. El Instituto Tecnológico de Mexicali, en Baja California; se conectaba a la red de BESTNET.

En este entonces existía un organismo llamado RED-MEX, formado principalmente por la academia, y es donde se discuten las políticas, estatutos y procedimientos que habrían de regir y dirigir el camino de la organización de la red de comunicación de datos de México. Esta debería ser una Asociación Civil.

Es así (después de muchos problemas para reunir a los representantes legales de cada institución) como surge MEXNET, el lugar fue la Universidad de Guadalajara. El Motivo, crear a la asociación civil. El día 20 de Enero de 1992. Los participantes: ITESM, Universidad de Guadalajara, Universidad de las Américas, ITESO, Colegio de Postgraduados, LANIA, CIQA, Universidad de Guanajuato, Universidad Veracruzana, Instituto de Ecología, Universidad Iberoamericana, IT de Mexicali.

1.4.1. Crecimiento del Internet en México

Más tarde, el 1ro. de Junio de 1992, MEXnet establece una salida digital de 56kbps al Backbone de Internet.

El crecimiento de MEXNET fue registrando a usuarios como: UdeG, IPN, CINVESTAV, UAdeC, UdeM, INAOE, en 1992; UAM, UAG, Universidad Panamericana, CIMIT, UAP, UA de Chapingo, UAAAN, COMIMSA, UASLP, Universidad Veracruzana, UANL y Universidad Autónoma de Puebla entre otros, esto durante 1993.¹³

¹³ WebSite NIC-México webmaster@nic.mx

BAJAred se empieza a formar con las siguientes instituciones educativas, todas ellas de Baja California:

- Centro de Enseñanza Técnica y Superior - CETYS.

- Centro de Investigación Científica y Educación Superior de Ensenada - CICESE.

- Universidad Autónoma de Baja California - UABC.

- Colegio de la Frontera Norte - COLEF.

e

- Instituto Tecnológico de Mexicali - ITM

En 1993 el CONACyT se conecta a Internet mediante un enlace satelital al NCAR. El ITAM hace lo propio el 18 de Enero de 1993.

Para finales de 1993 existían una serie de Redes ya establecidas en el País, algunas de ellas:

- MEXnet

- Red UNAM

- Red ITESM

- RUTyC, que desaparecería como tal ese mismo año

- BAJAnet

- Red Total CONACYT

- SIRACyT, un esfuerzo por agrupar las anteriores

Fue hasta 1994, con la formación de la Red Tecnológica Nacional (RTN), integrada por MEXnet y CONACyT que el enlace creció a 2Mbps (E1). Y es en este año que el Internet se abre a nivel comercial en nuestro país PIXELnet, ya que hasta entonces, solamente instituciones educativas y de investigación lograron realizar su enlace a Internet.

Durante 1994 y 1995, se consolidaron redes como RTN creando un Backbone nacional y agrupando a un gran numero de instituciones educativas y comerciales en toda la República, desde Baja California hasta Quintana Roo. Se mantuvieron esfuerzos de la Red UNAM y surgieron los ISP's comerciales con más fuerza, los cuales no sólo brindaban conexión a Internet sino servicios de valor agregado, tales como acceso a Bases de Datos públicas y privadas.

1.4.2. Consolidación de los servicios de Internet en México

En Diciembre de 1995 se hace el anuncio oficial del Centro de Información de Redes de México (NIC-México) el cual se encarga de la coordinación y administración de los recursos de Internet asignados a México, tales como la administración y delegación de los nombres de dominio ubicados bajo .MX.

En 1996, ciudades como Monterrey, N.L., registran cerca de 17 enlaces El contratados con TELMEX para uso privado. Se consolidan los principales ISP's en el país, de los casi 100 ubicados a los largo y ancho del territorio nacional.

En los primeros meses, tan sólo el 2% de los hosts totales (16,000) ubicados bajo .mx tienen en su nombre las letras WWW.

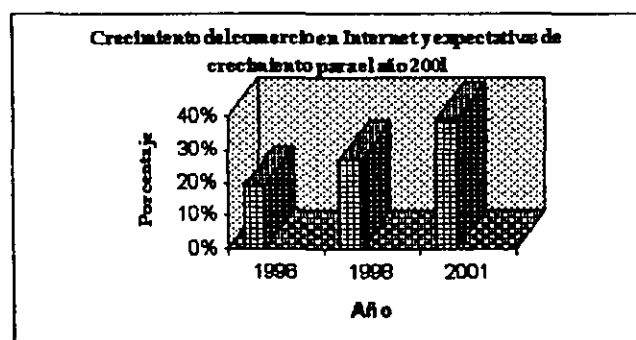
Nace la Sociedad Internet, Capítulo México, una asociación internacional no gubernamental no lucrativa para la coordinación global y cooperación en Internet. Se crea el Computer Emergency Response Team de México.

A finales del '96 la apertura en materia de empresas de telecomunicaciones y concesiones de telefonía de larga distancia provoca un auge momentáneo en las conexiones a Internet. Empresas como AVANTEL y Alestra-AT&T ahora compiten con TELMEX.

*"En 1997 existen más de 150 Proveedores de Acceso a Internet (ISP's) que brindan su servicios en el territorio mexicano, ubicados en los principales centros urbanos: Cd. de México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, Tijuana, Puebla, Mérida, Nuevo Laredo, Saltillo, Oaxaca, por mencionar sólo algunos."*¹⁴

1.5. Comercio Internacional por Internet.

Durante años se ha estado esperando que el mercado electrónico sea una realidad para poder realizar transacciones comerciales a nivel internacional, de una manera rápida, barata, cómoda y segura. Internet lo hace posible gracias al World Wide Web.

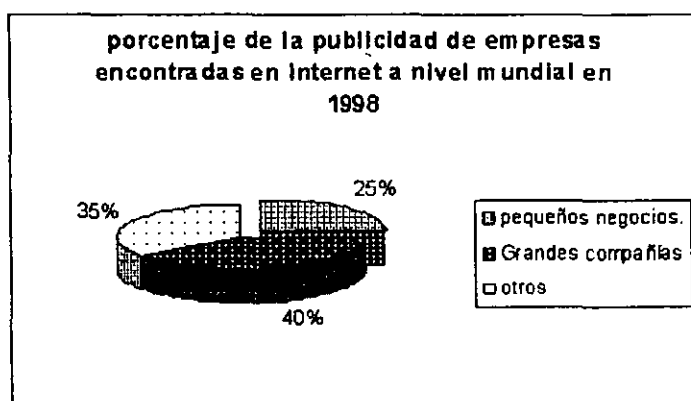


Fuente: Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)

Las ventas generadas por el World Wide Web según el Banco Nacional de Comercio Exterior

¹⁴ Montes Eriksen Oscar; Internet como estrategia de promoción; Banco Nacional De Comercio Exterior S.N.C.; 1ª Edición; México, D.F.; 1998; p.p. 56

(Bancomext) se calculan de 518 millones de dólares en 1996 a 6, 600 millones para el año 2000. Según estimaciones de Forrester Research, la mayoría de las ventas durante 1996 fueron hechas en Los Estados Unidos por más de 2.5 millones de consumidores según la empresa Nielsen, además asegura que dentro de 8 años el 20% de las compras se realizarán por ése medio. Los cálculos son enormes debido a que el World Wide Web es nuevo canal de publicidad y distribución a nivel mundial además de tener un gran potencial de hacer una gran porción de las transacciones comerciales a nivel mundial. Parte de este proyecto de crecimiento se basa en el alcance que éste medio tiene para las pequeñas y medianas empresas, las cuales generan nuevos canales de compra/venta.



Fuente: Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)

Las empresas continuaran atestando el World Wide Web muchas veces sin tomar en cuenta los resultados en las ventas, más que nada por el estímulo que representa una presencia en el Web, bajos costos y presión de la competencia. Los Estados Unidos dominan el comercio en el Web pero no por mucho tiempo, ya que países como Canadá y Australia así como Asia y Latinoamérica que empiezan a tomar significativa presencia comercial.

Las exportaciones son la llave del éxito, no importando la ubicación de las empresas.

*"En general las empresas que se encuentran en la Web, estaban más orientadas al consumidor, durante el año de 1995 pero al diversificarse más geográficamente ha venido creciendo en el área de negocios orientados hacia las manufacturas y a nivel internacional."*¹⁵

Entre 1995 y 1996 la proporción de consumidores en el Web describieron sus operaciones como financieramente redituables de un 22% a un 31% respectivamente.

Los factores que varían son:

- a) Tamaño de la transacción
- b) Localización del sitio Web
- c) Tamaño de la empresa
- d) Tiempo o edad del sitio Web.
- e) Uso que la empresa da al sitio
- f) Combinación de ventas dentro y fuera del Internet
- g) Las exportaciones como porcentajes de las ventas

El desarrollo de sistemas de pago de crédito como tarjetas de compra, canastas virtuales y encriptación de información de tarjetas de crédito es un factor fundamental que ha servido para impulsar el comercio electrónico a través de la red. La aparición del sistema de Visa y Mastercard para encriptación de

¹⁵ Barret Neil; Internet, Una revolución silenciosa; ed. Selector, 1997, México, D.F.; p.p. 172

las tarjetas de crédito son requisitos SET (Seguridad de Transacciones Electrónicas) y fue desarrollado con ayuda de Netscape, IBM, Versign y otros. Los detalles de su funcionamiento los veremos a lo largo del desarrollo de ésta Tesis.

Existen, así mismo otros sistemas de pago como Cibercash o Cibercoin que funcionan con la cuenta bancaria después de haber llenado previamente un formulario en-línea como tarjeta de crédito. El sistema inglés Mondex que fue vendido por Netwest a un consorcio de 17 bancos fue adquirido en 1997 en un 51% por Mastercard con la idea de internacionalizar las transacciones electrónicas. Los bancos tienen tanto interés en éste negocio que están creando sus propios mercados virtuales, no solo por el carácter innovador que ello supone sino también para consolidar sus transacciones.

En la cuestión de la limitación del idioma, se adoptó el inglés como idioma oficial de la red pero es evidente que cada vez más países que no lo dominan acceden a ella. Las páginas Web en inglés jamás podrían ser leídas por 80 millones de japoneses y ni hablar de los 1200 millones de chinos. Es por ello que muchas de las páginas se han preocupado por hacer páginas gemelas pero en diferentes idiomas para abarcar los mercados más inimaginables.

Vemos pues que las ventas por Internet han producido ya ingresos considerables, en éstos momentos en que parece que se ha alcanzado la seguridad en las transacciones puede ser un punto de arranque del boom de las ventas en Internet sobre todo en lo concerniente al comercio exterior.

Internet ha venido a ser un directorio electrónico para el empresario actual; *“Cada año se invierten 600 mil dólares en anuncios para Internet”*¹⁶, a pesar de lo que afirma Arturo Dragonné, vicepresidente y director de la firma Betancourt Barba Euro RSCG de México que se pierde casi el 100% de éste dinero debido a que aún no se tiene calculado el impacto real que estos provocan a los consumidores en potencia, la gran mayoría de empresas han visto crecer sus ventas por medio del ambiente cibernético de las computadoras, instalando sus páginas o sitios para anunciar sus servicios. Inclusive la comunicación entre las compañías a través del sistema se ha vuelto un factor importantísimo para el progreso de sus consorcios.

“Hoy en día una empresa que esté fuera del ambiente Internet estaría tan desconectado como el tener una empresa en el desierto, completamente incomunicada; y es que Internet ha crecido a tal magnitud que incluso microempresas pueden observarse en el ambiente ya sea por el sistema de explorador o con sus mismas páginas o sitios Web”.¹⁷

Políticamente hablando Internet no es mas que la consolidación de la Teoría de las comunicaciones, en la cual el ambiente cibernético de las comunicaciones operan al mundo y lo integran a través de la información.

El comercio electrónico a nivel internacional es ya una realidad cuyo progreso está claramente en

¹⁶ Yalín Cacho López; Publicidad en Internet, negocio a largo plazo; El financiero; 23 de septiembre de 1998; p.p. 28.

¹⁷ La Nueva supercarretera en la Información interactiva; principios para un desempeño de clase mundial; International Training Center, San Diego State University, Noviembre, 1997.

aumento, pero esa realidad de un mundo tan nuevo como Internet necesita ser tratada con métodos tan antiguos como son las buenas ideas y el sentido común. Puede que los términos se inviertan si hasta ahora existía el miedo a comprar en Internet, es posible que a partir de ahora exista también el miedo de vender en Internet debido a la gran competencia, al trabajo e inversión que supone hacerse conocido en la red. No obstante, cuando la demanda supera la oferta es señal de que nos podemos encontrar ante un negocio en éste caso mundial.

Capítulo II

Marco Teórico.

2.1. Teoría de las comunicaciones.

Una de las teorías de las Relaciones Internacionales fundada en los años 50's , a raíz de la invención de las computadoras a finales de los 30's y principios de los 40's debido a la red de comunicaciones desarrollada por Los Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial; la televisión (Incluyendo en esos años la televisión a colores), la radio, el cine, la prensa, etc. es la teoría de las comunicaciones.

Las comunicaciones según el diccionario enciclopédico Larousse: “ *Es la unión entre ciertas cosas como mares, pueblos, casas o habitaciones, por medio de pasos, escaleras, etc.*”¹ es decir, integrar de forma parcial o total una nación o un conjunto de naciones.

Su principal representante, Carl Deutsch explica cómo los países logran integrarse a través de los medios de comunicación. Nos dice básicamente que del sistema político se pasa al cibernético, una visión futurista en que los países no serán poderosos por el grado de oro almacenado en sus reservas o la bomba nuclear más potente del mundo, si no por el grado de información que sus gobiernos obtengan para contra restar al enemigo. En ésta teoría Deutsch reta a la

¹ J. Barran, Diccionario enciclopédico a color, Egedsa; Tomo 4; España; 1992, p.p. 884

Teoría de la Política de Poder que comenzaba a surgir y propone ésta teoría como su predecesora.

La teoría de las comunicaciones se divide en tres distintas fases acorde al tiempo al que se desarrolla:

1. Llega hasta principios de los años 50's, se caracteriza por el hecho de que las aportaciones se ocupan únicamente de las relaciones formales entre élites gubernamentales de los Estados, consideradas como un flujo de mensajes en dos direcciones y normalmente en situaciones de conflicto. En los cuales los diplomáticos son los puntos de referencia más importantes para el análisis de las comunicaciones y el realismo político y su noción de interés nacional es el que determina el enfoque en cuestión.

2. Esta fase cubre la década de los 50's y termina en los años sesenta. Aquí corresponde al auge de la corriente behaviourista (Behaviour; proviene del inglés que significa conducta) y está profundamente determinada por el mismo. Supone así, en base a esos planteamientos, una reacción contra los postulados teórico-metodológico del realismo político y de la búsqueda de modelos de análisis capaces de ser probados empíricamente.

3. Ésta última fase empieza a finales de los sesenta y culmina hasta nuestros días. En ésta etapa se ve más reflejada la corriente postbehaviorista pues, habla en pocas palabras del aspecto económico y las

comunicaciones enmarcando de una forma más directa a las empresas multinacionales

Carl ve el sistema político como una red de comunicación en base a la información. En ella se provee:

1. Relación: de la entrada y salida de información (Lo que al Estado le conviene que se sepa y lo que no, con relación al exterior).

2. Control. Cómo piensan los demás países con respecto a él, así como una mejor forma de llevar sus asuntos financieros, diplomáticos, gasto público, etc. Agilizando al mismo tiempo los recados emergentes que pueden influir en la seguridad nacional del propio Estado.

3. Desarrollo del sistema. Una mejor logística gubernamental lo cual propicia el avance en todos los aspectos.

El caso a estudiar durante esta tesis es la evasión fiscal en las exportaciones y transacciones comerciales de las empresas encontradas en Internet de 1995 hasta nuestros días, pues, la teoría de las comunicaciones no solo fundamenta, sino que prevé el problema latente que ya existe en el ambiente cibernético.

Este modelo está centrado en el estudio de las comunicaciones que son indicadores del grado de integración nacional e internacional estudiando los canales de comunicación y decisión.

Este modelo teórico no solo contempla el nivel político, sino así mismo el nivel comercial entre los Estados. Carl Deutsch vislumbraba ya desde entonces una forma de integración de los Estados

comerciales a través de las comunicaciones. Explica que ellas podrían en algún tiempo ser pie de grandes transnacionales, y no solo de ellas sino del comercio en general.²

El modelo también contempla ciertas desventajas sobre esta índole como lo menciona Clark en su crítica de las comunicaciones en la política internacional. Él nos maneja 4 supuestos:

1. No se contemplan las tensiones entre los países, es decir, el grado de complejidad en los asuntos diplomáticos bilaterales y multilaterales entre asuntos particulares de los Estados.

2. El fenómeno de Integración es complejo; puesto que una integración virtual es muy hipotética al ser siempre impersonal y evitar el contacto corporal que a veces es necesario en una negociación o mediación entre países donde existen tensiones.

3. Estados Unidos es un sistema confederado; es decir, que cada uno de sus estados actúa independientemente y a pesar de que se lograsen integrar por las comunicaciones cada uno tomaría la decisión que cada uno considere pertinente para su progreso y desarrollo sin tomar en cuenta el resto de la federación, esto también ocurriría con cualquier otra entidad federativa de otro país o Estado en el que vaya en contra de su política exterior como es México.

4. No se toma en cuenta el contenido de los mensajes; En éste punto, se crea polémica si realmente conviene un sistema de comunicaciones o es solo un espejismo que a largo plazo puede traer consecuencias negativas a los países como la falta

² Theories for International conflicts; Carl York Houston; Edit. Mcgrowhill; 1996; p.p. 389

de control de mensajes que entran y salen, ausencia de validez que de seriedad al sistema, forma burocratizada en el medio, corrupción, información negativa que crea desestabilidad en los países.

De éste modo es necesario el sustento científico de la Teoría de las comunicaciones a éste estudio, puesto que las comunicaciones como Deutsch lo vio desde un principio han llegado a un punto de integración y funcionalismo decisivo sobre todo en materia comercial en la que la mercadotecnia sobrepasa las fronteras tomando el nombre de marketing y que es capaz de abarcar los rincones menos pensados en el mundo.

Sin embargo, hay un mercado que se desarrolla día a día en el ambiente cibernético de las comunicaciones llamado "Internet" lo cual genera polémica al no ser legislado por ningún país puesto que las leyes nacionalistas no previeron el avance de la tecnología en la comunicación y ahora muestran un choque ante la nueva civilización humana. Lo cual ha generado un problema que quizá no se pueda palpar, sin embargo está presente, la evasión fiscal de las empresas encontradas en Internet y que exportan a diversos países, algo que Clark y Burton previeron, tal vez no de la misma forma pero sí dándose una idea de lo que un sistema tan complejo en el ámbito de las telecomunicaciones modernas podrían generar en un futuro para ellos, y que para nosotros ya es un presente y un problema en potencia que hay que resolver.

2.2. Teoría descriptiva del Comercio Internacional de Servicios.

Ésta Teoría nace a finales de la época de los 80's, su exponente es Geza Feketekuty, quien ha desempeñado un papel importante en la negociación de los últimos años. Feketekuty observa en su teoría los problemas que debemos afrontar a nivel nacional para avenirnos a la nueva economía basada en los servicios, así como las ventajas que ello ofrece.

Su modelo teórico habla de que para adquirir un servicio (turismo, educación, espectáculo, etc.) se exige un viaje Internacional forzoso, ya sea que nosotros nos transportemos hacia el o viceversa. Será importado, cuando nosotros debamos viajar para adquirirlo y exportado cuando el productor venga a nosotros, con relación del lugar de operaciones del productor.

- Comercio de servicios de acrecentamiento de valores: es cuando los servicios se exportan e importan por medio de flujos de información, incluso los diseños arquitectónicos, los eventos deportivos, programas computacionales, transacciones de tarjetas de crédito, etc.

- Comercio de servicios de transferencia: es cuando se exportan por medio de una transferencia de dinero de una nación a otra. Éste es el caso muy común de las operaciones bancarias y otros servicios financieros, así mismo en las transacciones efectuadas en Internet.

Por último, algunos servicios se comercializan a través de un embarque internacional de bienes, por ejemplo: los servicios de reparación, se importan y exportan cuando un objeto necesita ser reparado y el técnico tiene que trasladarse al país donde está el objeto.

Según Feketekuty, *"todo el comercio internacional de servicios se encuentra vinculado al movimiento internacional de personas, información, dinero o bienes"*.³ Al mismo tiempo el autor afirma que todo comercio internacional de servicios exige la aplicación de servicios de acrecentamiento de valor de bienes, personas, dinero o información que posteriormente se trasladan de un país a otro, o bien requiere la aplicación de servicios que contribuyan a trasladar bienes, personas, dinero, información de un país a otro.

2.2.1. Consecuencias de la Intangibilidad del comercio de servicios.

1. Las señales electrónicas que tuvieran en su contenido información confidencial, como un secreto de Estado, transferencia bancaria, mensaje personal, etc. el funcionario encargado de controlar las exportaciones e importaciones no sabría interpretar si se trata de tráfico internacional u otro mensaje.

2. Una suma de dinero que cruza una frontera internacional podría ser una suma de dinero de contrabando, narcotráfico o dinero ilícito de cualquier rama de la delincuencia. Y

³ Bello Salcedo Roberto; Economía Internacional, digesto de lecturas; Universidad Nacional Autónoma de México; Volumen I; México, 1996, P.p. 46

los funcionarios bancarios no pueden determinar las razones de porque esa suma de dinero está fluyendo de un país a otro.

3. La dificultad de observar tangiblemente las importaciones y exportaciones de servicios presenta una serie de implicaciones importantes.

a) Los gobiernos no pueden medir los servicios que verdaderamente cruzan la frontera.

b) Todos los datos sobre el comercio internacional de servicios son extremadamente pobres. La mayoría de los gobiernos solo han logrado captar las formas más obvias de ése tráfico, como embarques internacionales, transportación aérea, seguros operaciones bancarias, turismo, etc.

c) La dificultad de visualizar de manera tangible las exportaciones e importaciones de servicios también dificulta controlar el flujo internacional de éstos mismos.

La teoría descriptiva del comercio Internacional de servicios ha servido como pilar importante de ésta investigación, pues veremos más adelante que a pesar de que existe el comercio internacional de bienes por Internet, al menos del 70 al 80% del comercio en la red es de servicios. Pues la red misma es un servicio internacional que no se puede palpar y no se sabe el alcance exacto, sin embargo, está ahí. También éste autor nos habla de una realidad inevitable, el descontrol de los países en cuestión de servicios internacionales, pues no saben en números reales cuantos servicios importan o exportan al exterior.

Hablando de Internet, esto es algo muy interesante pues por medio de ésta red es casi

imposible saber los alcances que el comercio de servicios tiene no solo para México sino para el resto del mundo, pues aún no hay forma de medir el comercio de servicios en la red, mucho menos el saber cuantos y cuales de ellos son legales e ilícitos.

2.3. Teorías del comercio internacional.

Si la idea de las ganancias del comercio es el concepto más importante de la economía internacional desde el punto de vista teórico, la eterna batalla entre el librecurso y el proteccionismo parecen ser el tema más importante desde el punto de vista de la política económica. Desde la aparición de los estado-nación en el siglo XVI los gobiernos han estado preocupados por el efecto de la competencia internacional sobre la prosperidad de las industrias nacionales y han intentado, o bien defenderlas de la competencia extranjera imponiendo límites a las importaciones, o bien ayudarlas en la competencia mundial subvencionando las exportaciones.

2.3.1. Teoría de Ventajas absolutas.

Las doctrinas del comercio internacional comenzaron a surgir tras el desarrollo de las naciones-estados durante el siglo XV. El mercantilismo, una de las formas de política económica comenzaron a dominar Europa oriental de 1500 a 1800. Los países que tenían grandes cantidades de oro y plata eran quienes promovían una protección para sus exportaciones, mientras que los países que carecían de ello se veían realmente afectados al tener que importar el oro de aquellos quienes lo poseían. Los poderosos se beneficiaban a costa de los más sumergidos por falta de oro.

Una reacción contra éste control ocurrió en Francia el siglo XVIII con la primera teoría del libre comercio hecha por un grupo de filósofos economistas seguidores de François Quesnay. Ellos pensaban que el libre movimiento de bienes estaba en acuerdo con los principios de la libertad natural.

A pesar de que sus ideas no significaron mucho en Francia, ellos lograron influir en el pensamiento de Adam Smith cuyas teorías de libre comercio contribuyeron ampliamente a lo que fue el desarrollo de la política de comercio en Gran Bretaña.

*"En la teoría de Adam Smith se rechaza de una manera abierta el proteccionismo que abarcaba lo que fue el mercantilismo."*⁴ Él apuntaba que el acuerdo consistía no en la especie por si misma, si no en una especie que fuera remunerable. Las regulaciones gubernamentales del comercio de hecho reducían los acuerdos entre naciones, pues ello reducía las ganancias al máximo y el precio no podía ser más bajo. Con el libre mercado cada nación podía hacer crecer sus ganancias por la exportación de productos que se producían más baratos y que importaran bienes que fueran producidos a un costo más económicos en cualquier otra parte.

Según Smith, *"cada país podría especializarse en la producción y exportación de bienes que tuvieran una ventaja absoluta"*⁵. Ésta especialización internacional de factores de producción mundial que sería compartido por los países comerciantes. Por lo tanto no era necesario que un país se beneficiara a

⁴ Ibid; Bello Salcedo Roberto; p.p. 44

⁵ "Foreign Trade Theory" Microsoft Encarta© Microsoft 1993-1994 © Microsoft & Wanall's corporation

expensas de otros. Todos los países podrían beneficiarse simultáneamente.

El principio de la ventaja absoluta puede ser aclarado fácilmente por medio de un sencillo ejemplo. Consideremos dos países: Inglaterra y Estados Unidos. Dedicados a la producción de dos bienes; alimentos y telas. Supongamos que Estados Unidos la producción de cada unidad de alimento requiere ocho unidades de trabajo, mientras que la producción de cada unidad de telas requiere cuatro unidades de trabajo. En Inglaterra cada unidad de alimento requiere diez unidades de trabajo mientras que cada unidad de telas requiere dos de trabajo.

<i>Inglaterra</i>	<i>Estados Unidos</i>
10 u. de trabajo (alimentos)	8 u. de trabajos (alimentos)
2 u. de trabajo (tela)	4 u. de trabajo (tela)
Ventaja absoluta de tela	Ventaja absoluta de alimentos

En éste ejemplo, Los Estados Unidos son más eficientes en la producción de alimentos, mientras que Inglaterra es más eficiente en la producción de telas. En particular una unidad de alimentos requerirá más unidades de trabajo en Inglaterra que en Estados Unidos, de cualquier manera las unidades de telas requieren más unidades de trabajo que en Inglaterra.

En tal situación Los Estados Unidos tienen ventaja absoluta en la producción de alimentos que Inglaterra y viceversa. Hablamos de ventaja absoluta cuando un país puede producir un bien a un costo absolutamente menor medido en términos de unidades de trabajo - que el otro país.

2.3.2. Teoría de las ventajas comparativas.

La teoría de las ventajas absolutas de Adam Smith que era muy lógica sólo explicaba una pequeña parte del comercio internacional. Sería entonces David Ricardo 40 años después quien perfeccionaría y explicaría al conjunto del comercio mundial en su ley de la ventaja comparativa.

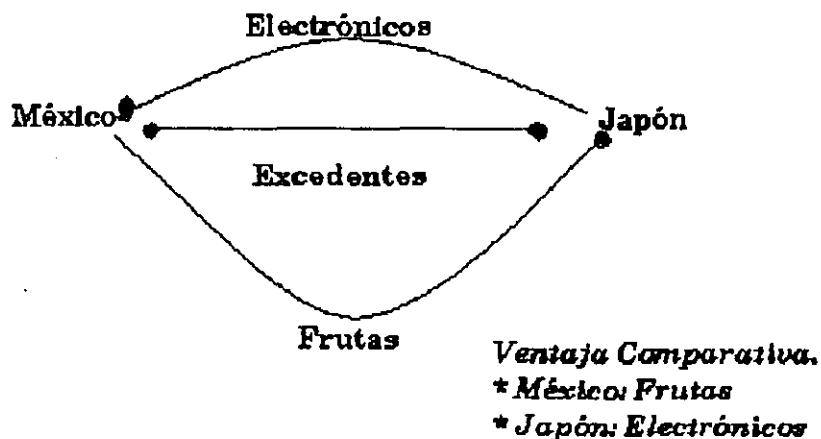
Ricardo notó que algunas naciones estaban faltas de una ventaja absoluta en la producción de alguna mercancía. Incluso esas naciones podrían ganar del libre comercio si ellos se unen en una relativa ventaja de producción; es decir, ambos países que no cumplen con la ventaja absoluta unen sus mercancías para hacer frente a uno que si lo tenga. Éste principio ha marcado las bases teóricas de todo argumento de libre comercio. Ricardo asumió que todas las naciones pueden compartir en la competencia del libre comercio.

La ley de la ventaja comparativa es el pilar de lo que Alfred Marshall habla como teoría pura del comercio internacional. Marshall usó el adjetivo "pura" para indicar una teoría que se trata de valores reales, en contraposición con los factores monetarios. Así la teoría pura del comercio internacional es una teoría de largo plazo que penetra el "velo del dinero" y se concentra sobre los valores reales que determinan la especialización internacional observada y el comercio y que aumentan el bienestar del mundo.

La teoría pura del comercio Internacional, tal como fue propuesta por los economistas clásico, como Robert Torrens, David Ricardo y John Stuart está principalmente dedicada a tres preguntas importantes:

1. ¿Cuáles son las ganancias del comercio?
2. ¿Cuál es la dirección del comercio?
3. ¿A que precios se exportan e importan los bienes de intercambio?

Según la teoría clásica, cada país se especializa en la producción de aquellos bienes que pueden ser producidos a menor costo respecto a otros países. Por ejemplo: si México se especializara en producción de frutas y Japón en su producción electrónica, entonces cada uno exportaría sus excedentes a cada país correspondiente, es decir, México exportaría las frutas a Japón y Japón sus equipos electrónicos a México. Tal división del trabajo lleva una producción tanto de alimentos como de aparatos electrónicos con el resultado de que más bienes están a disposición de cada país para el consumo, de lo que existiría en el caso de la situación autárquica.



Las ganancias del comercio se reflejan en el mayor consumo hecho posible por el patrón anterior de la especialización internacional y el intercambio de productos. La división de las ganancias del comercio

entre México y Japón depende de los términos de intercambio; es decir, el número de unidades de aparatos electrónicos que se intercambian en el mercado Internacional por una unidad de frutas. Los términos de intercambios se determinan por la oferta y la demanda internacionales.

Sin duda, la ley de la ventaja comparativa o costo comparativo debe señalarse como uno de los grandes logros de la escuela clásica del pensamiento económico. El mensaje de ésta ley es muy simple; los países del mundo pueden beneficiarse de la especialización Internacional del libre comercio.

Las aportaciones de Adam Smith y David Ricardo han continuado vigentes hasta nuestros días pues son la base del comercio internacional, por ello es necesario tener sus sustentos pues aproximadamente el 75% del comercio en Internet va dirigido al exterior.

2.3.3. Argumentos contra el libre comercio.

También es interesante en este punto notar algunos de los argumentos en contra del libre comercio que han sido propuestos tanto en Inglaterra como en Estados Unidos:

En Inglaterra algunos políticos y editoriales podrían argumentar que la eficiencia de Los Estados Unidos es tan grande que sería capaz de vender más barato que los productores ingleses en cada línea de producción. ¿Cómo, entonces, podrían competir los productores ingleses si son inferiores en tecnología a su contraparte? Para proteger a los trabajadores

"honestos" de Inglaterra de una experiencia tan ruidosa, se necesitan aranceles de importación. A menudo se sugiere la imposición del arancel científico que iguale los costos de producción.

Por parte de Estados Unidos se podría argumentar que debido a que los salarios en Inglaterra son mucho más bajos que los salarios estadounidenses se verían severamente reducidos si los trabajos de los estadounidenses se sometieran a los trabajos baratos en Inglaterra, entonces se tendría que poner aranceles de protección para evitar que el nivel de vida de Estados Unidos se vea reducido por el trabajo barato del exterior.

La mayor contribución de Ricardo y Torrens fue la de demostrar que ambos argumentos estaban equivocados, son pseudo argumentos que no soportan el examen científico. Ciertamente Ricardo y Torrens demostraron que los trabajadores tanto de Estados Unidos como de Inglaterra se pueden beneficiar del libre comercio internacional.

2.4. Teoría de la Dotación de Factores.

David Ricardo no se preocupó en explicar las determinantes finales de la ventaja comparativa. En su teoría, la ventaja comparativa dependía de diferencias comparativas en la productividad del trabajo (o sea, diferencias de tecnología), pero el no explicaba las bases de éstas diferencias aunque la razón implícita era la diferencia de climas.

Los fundadores de la teoría de dotación de factores son 2 economistas suecos Heckscher (1919) y

su estudiante Ohlin (1933), sin embargo, la teoría de debe mucho a Stolper (1941) y Samuelson (1948).

Uno de los principales objetivos de la teoría de Heckscher-Ohlin es la predicción del patrón de comercio con base en características observables de los países que comercian. En particular, la teoría de Heckscher-Ohlin supone que la tecnología y los gustos son semejantes entre los países y atribuye la ventaja comparativa a diferencias de dotación de factores. El meollo de ésta teoría se resume en las dos siguientes suposiciones:

1. La causa del comercio Internacional se encuentra principalmente en las diferencias entre dotaciones de factores de los diferentes países. En particular un país tiene una ventaja comparativa en la producción de aquel bien que usa más intensamente el factor más abundante de ése país.

2. El efecto del comercio Internacional consiste en tender *"a igualar los precios de los factores entre países, y a servir en alguna medida como un sustituto de la movilidad de factores. En ésta situación se conoce como el teorema de la igualación del precio de los factores"*⁶

El modelo de comercio internacional Heckscher-Ohlin supone que cada uno de los países están dotados de dos factores homogéneos de producción y se producen bajo rendimientos constantes a escala dos bienes, Pongamos una vez más el ejemplo de

⁶ obcit, Bello Salcedo Roberto; p.p. 102

Inglaterra y Estados Unidos con los Productos de tela y alimentos.

Además los dos factores homogéneos son indiferentes entre sus usos; son de la misma calidad de todos los países y se ofrecen inelásticamente en todos los países. Así mismo, el producto de cada bien, depende sólo de las cantidades de trabajo y de tierra que entran en el proceso de producción de ése bien exclusivamente.

Los siguientes dos supuestos incorporan algunos elementos nuevos:

1. La tecnología es la misma en todos los países. Esto significa que la función de producción de alimentos es la misma en Inglaterra que en Estados Unidos. Lo mismo es válido para la función de producción de tela.

2. Un bien, digamos, tela, siempre es intensivo en trabajo en relación con el segundo bien (alimento) Esto equivale a decir que el alimento es intensivo en tierra en relación con la tela. Lo que éste supuesto realmente significa es que bajo todas las circunstancias, la industria textil usará más unidades de trabajo por unidad de tierra de la industria de alimento.

Uno de los supuestos cruciales de éste teorema consiste en que las funciones de producción son idénticas entre países. En efecto, Ohlín parece haber dado por sentado que las funciones de producción son las mismas en todas partes. Él basaba éste supuesto en la observación empírica de que las leyes de la física son iguales en todas partes. "las

de la física son iguales en todas partes. "*las condiciones físicas de producción... son las mismas en todas partes*"⁷

El supuesto de que las funciones de producción son idénticas entre países plantea la pregunta fundamental de la definición adecuada de dos conceptos: funciones de producción y factores de producción.

Debido a la relación fundamental entre los precios de los factores y los precios de los bienes, el bien intensivo en trabajo es necesariamente más barato antes del comercio en el país con la relación salario-renta más baja. En otras palabras, el país más abundante en trabajo necesariamente tiene una ventaja comparativa en el bien intensivo en trabajo.

Cuando el libre comercio lleva a la igualación del precio de los bienes entre países y a la especialización incompleta en cada país, los precios de los factores necesariamente se igualan, tanto relativa como absolutamente esto debe ser así debido a la existencia de una correspondencia de uno a uno entre los precios de los bienes y los precios de los factores.

En un modelo ideal de comercio internacional llevaría realmente a la igualación del precio de factores tales como capital y trabajo entre países. En realidad la igualación de precios entre factores no se observa a causa de enormes diferencias en recursos, barreras comerciales, y diferencias internacionales en tecnología.

La evidencia empírica sobre la idea de que la diferencia de los recursos son el principal

⁷ obcit; Bello Salcedo Roberto; p.p.102

determinante de los patrones de comercio, es generalmente negativa. Por el contrario, las diferencias en tecnología probablemente desempeñan un papel clave, como se sugería en el modelo ricardiano. No obstante, el modelo de Herckschen-Ohlin sigue siendo útil como guía de predicción de los efectos del comercio sobre distribución de la renta.

Es así como ésta teoría forma parte de las bases teóricas de esta tesis, pues el factor tecnología es crucial dentro de mi investigación y me enfocaré principalmente en éste tópico para comprobar mis hipótesis.

Capítulo III

Proceso de exportación y generalidades de Internet.

Según el artículo 36 de la Ley aduanera, se deberá presentar un pedimento en la forma oficial aprobada por la secretaria en la aduana y al agente aduanal. Desgraciadamente México se ha caracterizado por un país con inseguridad jurídica, debido a los constantes cambios que sufren las leyes sobre todo en miscelánea fiscal y aduanas.

Primeramente es necesario llevar cierto control en la entrada y salida de productos por diferentes razones:

1. Evitar contrabando.
2. Llevar un control en la balanza de pagos del país.
3. Para que el mismo mercado no caiga en un caos.
4. Si no hubiese estas medidas no solo serían más comunes las prácticas desleales sino que cada empresa daría su producto al precio que le conviniera.

“El papeleo es necesario para complementar el éxito de la transacción y esto es considerado como la mayor de las barreras arancelarias. Existen 15 documentos distintos de uso regular o especial en más de 1000 formas distintas”¹

¹ Cateora Phillip; Marketing Internacional; Mcgrowhill; 8ª edición; 1995.

Documentos Importantes:

Los documentos básicos en el proceso de exportación e importación son los siguientes:

1. Factura comercial
2. Pedimento
3. Certificado de origen
4. Se deberán anexar los documentos que amparen el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias del país de destino (certificado fitosanitario, sanitario, permisos de exportación, etc.)
5. Carta de encomienda
6. Documentos de transporte
7. Póliza o certificado de seguro de transporte y mercancía
8. Regulaciones y restricciones no arancelarias.
9. Garantía por precios estimados.

3.1. En Importación:

3.1.1. Factura comercial.

Esta es una cuenta o declaración de los bienes vendidos. Este documento sirve a menudo para varios propósitos en algunos países que requieren para el despacho en aduana y es uno de los documentos financieros solicitados en los pagos comerciales internacionales.

Éste término en México es muy polémico ya que no existe. Sin embargo, en algunos países esto no se usa, esto se utiliza sobre todo en la estructura del precio. la factura debe contener:

- A) Nombre del proveedor.
- B) Domicilio.
- C) Número de factura.
- D) Término de pago.
- E) Término comercial. (Incoterm).
- F) Clave del producto.
- G) Descripción correcta del producto.
- F) País de procedencia.
- G) País de Origen.

Para términos de facturación se debe de poner como nota de remisión ya que al ponérsele factura el auditor las tomará como ingresos. En el artículo 136 de la Ley aduanera dice que se debe de mostrar factura comercial o cualquier documento que sustente la exportación.

3.1.2. Certificado de Origen.

Es el documento en el cual el exportador certifica cual es el lugar de fabricación de las mercancías a ser exportadas. En algunos países éstos son certificados por el Cónsul del país, sin embargo, en la mayoría de los países incluyendo México es por medio de La Cámara de Comercio.

Tal información es necesaria para acogerse a determinadas leyes tarifarias que conceden un trato preferencial a productos de ciertos países.

El certificado de origen tiene 2 funciones:

1. Avalar y manifestar el origen de la mercancía (ya sea como nacional o regional)
2. Posibilitar el acceso a concesiones y preferencias establecidas para ciertas mercancías

de determinados países, de acuerdo a los diferentes esquemas preferenciales de los tratados y acuerdos comerciales internacionales.

Hay diversos tipos de certificados de origen en base a su función y trámite.

3.1.3. Documentos anexos

3.1.3.1. Regulaciones o restricciones no arancelarias.

Son documentos que comprueban el cumplimiento de regulaciones o restricciones no arancelarias a la exportación, que se hubiesen expedido de acuerdo a la Ley de Comercio Exterior, siempre que las mismas se publiquen en el Diario Oficial de la Federación.

3.1.3.2. Licencias

Las regulaciones del país de destino son todos los permisos requeridos para que se lleve a cabo la exportación. En ellos entran las licencias fitosanitarias, sanitarias y los permisos de exportación.

Estas licencias pueden ser de importación o de exportación. *"Cuando un artículo requiere una licencia de exportación, esta debe obtenerse antes de que una declaración pueda certificarse apropiadamente."*²

3.1.4. Conocimientos.

² obcit, Cateora Philip; p.p. 88

El conocimiento; *"es un documento mediante el cual el capitán, chofer, etc. Reconoce haber recibido para transportar ciertas mercancías a través de mar, cielo o tierra y se compromete a entregarlas al verdadero poseedor del documento, cuando el producto llegue a su destino."*³. Éste documento quizá es la pieza más importante para presumir la posesión de la mercancía. Puede darse en varias modalidades:

- A) Conocimiento marítimo.
- B) Conocimiento aéreo.
- C) Conocimiento ferroviario.
- D) Conocimiento terrestre.

El conocimiento y el pedimento deben de coincidir en la cantidad. Según el Convenio de Bruselas del 25 de agosto de 1924, debe venir además especificado:

- A) envasado
- B) peso, bultos, etc.
- C) Puerto de carga y descargue.
- D) Costo del flete.
- E) Estado y condición de las mercancías
- F) Datos del Capitán (como domicilio, lugar donde vive, etc)

3.1.5. Póliza o certificado de seguro de transporte y mercancía

Los riesgos de embarque debido a la inestabilidad política y económica de algunos países y la

³ Ibid; p.p. 89

posibilidad de daño ocasionados por el mar y clima hacen indispensable tener un seguro adecuado que cubra los daños, perdidas parcial o total de la mercancía y robos.

3.2. En exportación

3.2.1. Pedimento.

Es un formato oficial que sale en el diario oficial de la federación, tiene el fin de declarar la cantidad de mercancías con descripción y costo que sale del país. Un error en un pedimento podría dar lugar desde una sanción o multa hasta la perdida parcial o total de la mercancía. Dicho pedimento deberá de ser acompañado del código de barras, en caso de importar también se necesita una factura comercial la cual debe contener el valor de importación y la boleta aduanal. el pedimento debe de llevar el registro federal de contribuyentes, código de barras, descripción del producto, etc.

El 1o de Abril de 1998 en la Universidad De Celaya a las 10:00 horas se entrevisto al Licenciado José A. Isselín Cardona miembro de la comisión redactora del manual de operación aduanera así como responsable en la elaboración de reglas de carácter general en materia aduanera y miembro de la ley redactora del proyecto de la Ley de comercio exterior. Tras la pregunta elaborada: ¿ si una empresa no dada de alta ante Hacienda, es decir que evade impuestos esenciales pudiese exportar y hacer todo el trámite sin ningún problema? Él respondió: *“ Si puede, al no registrarse en el despacho aduanal el registro federal de contribuyentes. El RFC debe*

checarse pero el agente aduanal no lo checa a pesar de que se exige en el pedimento.”⁴

Existe también una modalidad en el comercio exterior mexicano que se ha llamado Pedimento consolidado, que es cuando una factura hace la función de un pedimento al juntarse varias de esta facturas se crea un pedimento normal.

***Ventajas:**

1. Menos Información.
2. Se negocia con honorarios más bajos para el agente aduanal, por el papel, validación, se cobran 7 facturas con un solo pedimento, en la factura todo se puede corregir a diferencia de un pedimento.

3.2.2. Regulaciones o restricciones no arancelarias.

Que son los documentos, los cuales comprueben el cumplimiento de las restricciones y regulaciones no arancelarias a la exportación

3.3. Restricciones al comercio.

Dada la importancia del comercio internacional para una economía concreta, los gobiernos a veces restringen la entrada de bienes foráneos para proteger los intereses nacionales. La intervención de los gobiernos puede ser una reacción ante políticas comerciales emprendidas por otros países, o puede responder a un interés por proteger un sector industrial nacional poco desarrollado. Desde el

⁴ Isselín José Alfredo; Actualización aduanera 1998; Universidad de Celaya; 9:00 hrs; 1 de Abril de 1998.

surgimiento del moderno comercio internacional, los países han intentado mantener una balanza comercial favorable, es decir, exportar más de lo que importan.

En una economía monetaria, los bienes no se intercambian por otros bienes, sino que se compran y venden en el mercado internacional utilizando unidades monetarias de un Estado. Para mejorar la balanza de pagos (es decir, para aumentar las reservas de divisas y disminuir las reservas de los demás), un país puede intentar limitar las importaciones. Esta política intenta disminuir el flujo de divisas de un país al exterior.

3.4. Las aduanas y su funcionamiento

Para entrar de lleno al funcionamiento de las aduanas comencemos por una definición de las mismas, es el *“organismo facultado para controlar el tráfico internacional de importaciones y las exportaciones.*

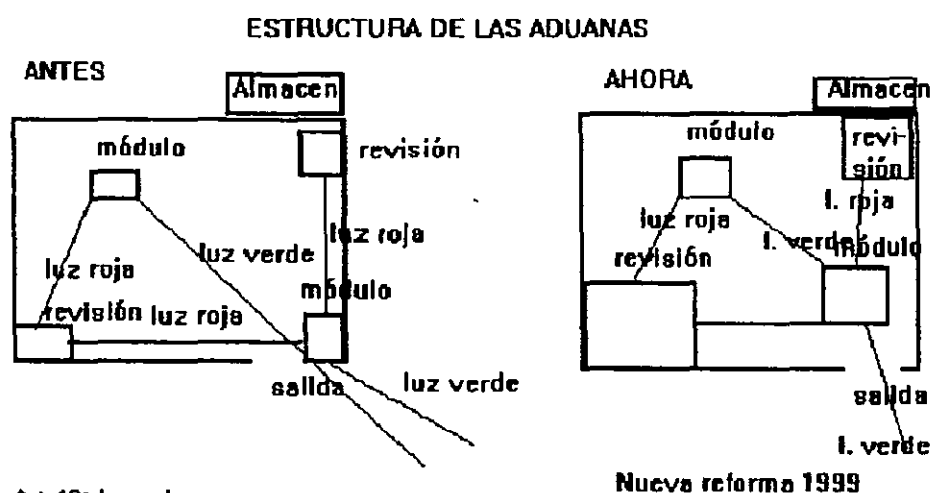
*Designa igualmente todo lugar donde está situado un funcionario aduanero, delegado, con autoridad para tasar y recaudar derechos sobre importación y/o exportación de mercancías, que causan a favor del tesoro público.”*⁵

De acuerdo con la Ley Aduanera de Los Estados Unidos Mexicanos, la exportación principia en la fecha de presentación de las mercancías a las oficinas aduaneras, y termina con la salida de las mercancías del territorio o aguas nacionales. Una vez

⁵ Osorio Ardila Cristobal; Diccionario de Comercio Internacional; grupo editorial Iberoamérica S.A. De C.V.; D.R. ©1995; p.p. 17

establecidos el contacto con el cliente, la cotización (CIF, FOB, FAS, etc) la documentación requerida por éste, los plazos de la entrega, el medio de transporte y las condiciones de pago se debe de reunir la documentación antes mencionada al principio del capítulo.

Las mercancías materia de exportación son objeto de los impuestos y derechos aduaneros, constituyen la garantía de éstos, responden directa y preferentemente ante el Fisco por el importe de dichos impuestos y derechos y las multas y gastos que dieren de lugar.



Fuente: Seminario de Actualización Aduanera 1998; Universidad de Celaya. (10 de Abril, 1998)

Al mostrar éste cuadro y los requisitos para la exportación nos podemos dar cuenta de que la aduana toma mucho cuidado en descripciones del producto para que no sea contrabando pero no toma en cuenta la procedencia empresarial a la que corresponde el producto. Siendo que ello representa un requisito indispensable que los agentes aduanales pasan desapercibido.

3.5. Introducción a la computación.

En esta Tesis no entraremos muy a fondo en los conceptos de computación de manera específica, sin embargo, hablaremos de los conceptos básicos y de la paquetería común que se utiliza para introducir Internet en cualquier computadora convencional.

Las computadoras constituyen una de las herramientas más importantes del mundo moderno. Por su gran capacidad para procesar información, están presentes en todos los ámbitos profesionales, permitiendo llevar a cabo el trabajo con mayor rapidez y eficiencia.

Existen diferentes tipos de computadoras dependiendo del volumen que sean capaces de manejar. Por ejemplo la información relacionada con la actividad económica de los clientes de un banco requiere una máquina muy grande, con una capacidad igualmente grande para almacenar información y procesarla. Una computadora que satisfaga ésta necesidad puede ser una Supercomputadora.

Otro tipo de sistema son los medianos, entre los cuales se encuentran las minicomputadoras. En ellos varios usuarios trabajan al mismo tiempo con una computadora a través de terminales: un monitor y un teclado conectados a la máquina central. A dichas terminales también se les conoce como terminales tontas, debido a que son incapaces de procesar información por si solas, únicamente sirven para introducir información o desplegar los resultados de los procesos realizados en la máquina central.

Para el proceso de pequeñas cantidades de información se tienen las microcomputadoras personales PC's (personal computers) Debido a su gran versatilidad y alto rendimiento para el trabajo se han extendido ampliamente en el mercado de sistemas de computo.

3.5.1. Concepto de Computadora.

En los términos más simples; una computadora es una máquina que obedece las ordenes para efectuar cálculos y operaciones lógicas. Con ésta definición, una persona que opera una calculadora de escritorio podría considerarla como una computadora, pero usualmente aplicamos el término a aquellas configuraciones que efectúan cálculos numéricos y lógicos a velocidades de unos miles de millones de operaciones por segundo.

En realidad, una computadora, sea grande o pequeña, debe efectuar otras tres funciones además de calcular: debe poder contener o almacenar datos, sobre los cuales efectuará los cálculos, debe poder decidir que cálculo efectuará a continuación y además de poder comunicarse con el mundo externo, primero para recibir los datos del problema y más tarde para proporcionar los resultados.

3.5.2. Componentes básicos de un sistema de computo.

Los sistemas de Información están compuestos por elementos que pueden ser clasificados de manera general en dos grupos:

1) Componentes Hardware: que son el conjunto de partes físicas o palpables que integran una computadora. Cómo lo es: el CPU (Unidad Central de Proceso), teclado, monitor, unidades de disco y dispositivos.

2) Componentes del Software: Que son el conjunto de Instrucciones, programas, paquetes, sistemas operativos, etc. que nos permiten controlar y administrar todos los recursos y componentes que tiene un computador y además establece una comunicación entre el usuario y la computadora. Como lo son: Sistemas operativos, utilerías, lenguajes de programación, procesadores de textos, hojas de cálculo, bases de datos y paqueterías en general.

3.5.3. Concepto de Sistema operativo.

El software es la parte lógica de un sistema de computo, sin embargo, sin software no puede realizarse ninguna tarea en una micro computadora, así que es indispensable para el trabajo.

El sistema operativo es un conjunto de programas que administran nuestro sistema computacional en su conjunto (discos, memoria, impresora, teclado, etc) es también un interprete entre el usuario y la máquina, mediante el sistema operativo podemos leer información del diskette o escribir en el, borrar, copiar, etc.

A través del tiempo hemos tenido diferentes tipos de sistemas operativos que han evolucionado rápidamente a medida que crece el mercado de la computación.

SISTEMAS OPERATIVOS

MS-DOS
Windows 3.1 y 3.11

Windows 95, 98 y NT
Windows 2000

AÑOS DE USO

Década de los 80's
Finales de los 80's y
principios de los 90's
De 1995 a 1999
Desde 1999

Fuente: www.msn.com - Microsoft Corporation.

3.5.4. Memorias RAM y ROM.

La memoria es la capacidad de almacenamiento de datos que tiene una computadora. Ésta se divide en RAM y ROM.

- La memoria RAM es una memoria temporal en la cual, mientras la computadora esté encendida tiene la capacidad guardar datos, sin embargo, es limitada, y se mide a través de Bytes. Hoy en día las computadoras tienen una capacidad de almacenamiento de hasta 500MB (algo así como la capacidad de un disco duro de una computadora elaborada en 1994) Ésta memoria determina la rapidez de la computadora, por tanto, a mayor memoria RAM, mayor rapidez en sus funciones.

- La memoria ROM: es la capacidad de almacenamiento global que tiene la computadora, ésta también se mide en bytes, esta memoria es capaz de guardar grandes cantidades de información en el Disco Duro de manera definitiva. Hoy en día los discos duros de las computadoras pueden llegar a ser de más de 20 GB (20,000 MB) Los Bytes son la medida en la capacidad de memoria que existe en una computadora. Por lo tanto:

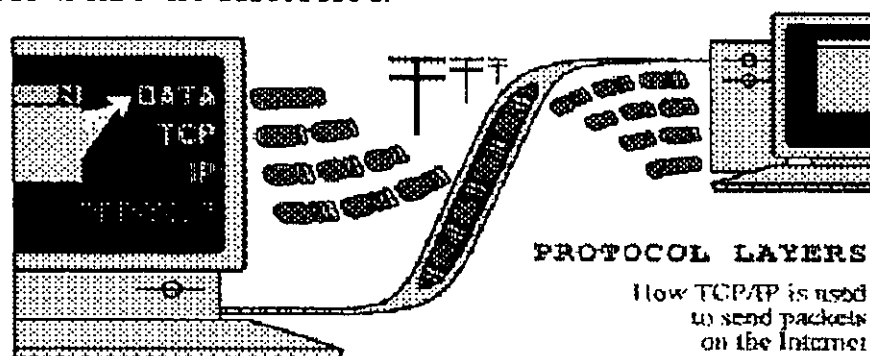
1 GB = 1000 MB = 100,000 Kbs = 1'000,000
bts.

3.6. Generalidades de Internet

3.6.1. Concepto y protocolos que utiliza

Se da el nombre de Internet a una red de computadoras que alcanza el calificativo de mundial, es decir; máquinas y redes en muy distantes países, al unirse entre sí dan origen a esta red de redes. A ésta gran red se incorporan muy distintos equipos, lo mismo que tecnologías de comunicación; Siendo el punto determinante para que puedan comunicarse por medio de un protocolo o lenguaje en común.

Un protocolo de comunicación es un conjunto de reglas en base a las cuales dos o más máquinas pueden entenderse y comunicarse. El protocolo TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) engloba a más de 100 protocolos de comunicación de datos, lo que constituye como protocolo base de Internet.



Cómo el protocolo TCP/IP es usado para mandar información en Internet

Como mencionamos en el primer capítulo los protocolos se fueron desarrollando poco a poco con el fin de que las universidades se pudieran comunicar

unas a otras, actualmente existe el NIC(Network Information Center), el cual se encarga de regular y supervisar a Internet.

Al ir creciendo el número de sistemas conectados a ésta red, el NIC tuvo que idear un mecanismo con el cual pudiese controlar y garantizar que cada máquina conectada contara con una identidad o dirección única dentro de la red. Para esto se utilizan las direcciones de Internet (IP Addresses), las cuales son asignadas por el NIC a cada institución que desea conectarse por medio del mismo. Adicionalmente, a cada sistema se le asigna un nombre (hostname) cuyas características revisaremos a continuación:

La Dirección Internet (IP) está formada por 4 números, separados por un punto. Por ejemplo la dirección de Prodigy Internet de Telmex **200.23.242.201**, y su nombre de hostname es: **cmancera.gto1.prodigy.net.mx**

Ésta dirección no solo identifica a una máquina, sino que describe el entorno que la rodea, la red o ubicación en que se encuentra, si se divide cada dirección en cada una de sus partes, entonces tendríamos:

- **200.23**: Número que indica a la cual pertenece el sistema: **prodigy.net.mx**
- **242**: número que indica a la subred a la cual pertenece el host decir, todas las máquinas que existen el Prodigy de Telmex: **gto1**
- **201**: éste ultimo número es la que identifica a un host o un sistema específicamente que se asocia con el nombre de éste: **cmancera**.

Siguiendo éstas políticas el NIC se asegura de que aunque existan en el mundo varias máquinas con el nombre cmancera, no va a ver dos que se llamen cmancera y que pertenezca a la subred y a la misma red, es decir, no va haber otra dirección **200.23.242.201**, ni otro nombre **"cmancera.gto1.prodigy.net.mx"**

La última parte del nombre de la máquina, en éste caso, mx, hace referencia al país en el cual se encuentra dicha red: México. De ésta forma, es posible determinar en la mayoría de los casos la ubicación dependiendo de la sigla utilizada.

SIGLAS

mx
kr
jp
ch
fr
uk
es
au

PAÍS

México
Corea
Japón
Chile
Francia
Reino Unido
España
Australia

En el caso de sistemas dentro de Los Estados Unidos se utiliza otra nomenclatura dependiendo no del país en el que se encuentran, sino del ramo o actividad de la Institución al que pertenece la red.

3.6.2. Características:

1. Internet es una conexión de miles de redes de computadoras, cientos de miles de computadoras, y más de 30 millones de usuarios que comparten un

medio compatible para interactuar uno con otro intercambiando datos.⁶

2. Es un medio para comunicarse efectivamente con individuos expertos físicamente alejados y ampliamente experimentados en ciertos campos.

3. Es un soporte para investigación y un mecanismo de recuperación e intercambio de información a través del cual se recibe frecuentemente lo "Último" en tópicos de información.

4. Es flexible en costos y aplicaciones.

5. Es al mismo tiempo una entidad local e internacional, permitiendo interacción entre usuarios separados por una pared de oficina o por un océano.

6. No es una pieza específica de software o hardware, es decir puede usarse Internet sin importar de dos usuarios conectados entre sí poseen distintas computadoras, modelo o marca.

7. No es una red individual o particular, pero si un grupo de redes lógicamente (no físicamente) ordenadas (acomodadas) en jerarquía.

8. No es posesión de ningún gobierno o universidad.

9. No está restringido solamente a investigación, comercio u otros usos, sin embargo, algunas redes dentro de Internet si lo son.

3.6.3. Beneficios.

⁶ Curso de Internet; Departamento de Desarrollo Humano; Universidad de Celaya; 27 de Abril de 1998; Manual del estudiante; Ing. Cuauhtémoc González Vázquez. P.p. 15

Los beneficios de Internet son variados y podría resumirse en los siguientes puntos:

A) Intercambio de información rápida y conveniente.

B) Comunicación con individuos expertos y ampliamente experimentados en cientos de campos.

C) Recibir frecuentemente lo último en tópicos de interés.

D) Formar y ampliar equipos de trabajo entre diferentes distancias geográficas.

E) Aprovechar el acceso a información de archivos.

F) Traducción y transferencia de datos entre máquinas.

G) Diversión y entretenimiento.

3.6.4. servicios ofrecidos por Internet:

1. Correo electrónico: envío de mensajes a través de Internet.

2. Transferencia de archivos FTP: envío de grandes volúmenes de datos, archivos o programas.

3. Usenet News: es un grupo de interés o de discusión.

4. Telnet: es la herramienta para efectuar sesiones remotas.

5. Archie: Realiza búsqueda de archivos.

6. Veronica: muestra la lista de varios servidores de consulta a través de un menú gopher.

7. Gopher: medio de divulgación de información.

8. WWW: acceso a información y documentos basado en hipertexto.

3.6.5. Charlas electrónicas.

Se llevan acabo directamente entre computadoras interconectadas y, por lo tanto solo pueden acceder a ella los que estén conectados durante la sesión.

. En todo el mundo ha proliferado rápidamente la la "charla" o el "chat" que comúnmente se llama y México no ha sido la excepción. A diferencia del correo electrónico el "chat" se lleva acabo de forma espontanea y en el momento, como si se estuviese hablando por teléfono.

3.6.6. Correo Electrónico.

Tambiën llamado "e-mail", permite a los usuarios con una dirección electrónica, recibir correo como si fuese un servicio postal convencional. La forma en que se maneja es la siguiente:

El emisor manda el mensaje al servidor de la empresa que ampara sus servicios de Internet. Este servidor a su vez manda el mensaje al servidor de la empresa donde el destinatario tiene sustentada su dirección de Internet, así cuando éste consulta su correo en realidad pide a su servidor local los nuevos mensajes que le han llegado.

Al igual que el servicio postal convencional el servicio de correo electrónico presume de privacidad, pues solo se puede leer con el nombre de usuario y clave. La única diferencia es que el mensaje llega en aproximadamente quince minutos, algo que el correo convencional jamás podrá igualar. "cada segundo se envían por Internet alrededor de cuatro mil mensajes"⁷

⁷ Hance Olivier, *Leyes y negocios en Internet*, McGrawHill, México, D.F., 1996.

3.6.7. World Wide Web.

Ésta es una de las herramientas más amigables para la búsqueda de datos, páginas o sitios a través del Internet. Fue creado por la CERN hace más de 8 años. También se le conoce como (WWW) y es el intento más avanzado de construir una herramienta que permita abarcar toda información disponible en Internet como si fuese un único documento enlazando las diferentes partes mediante hipertexto.

El WWW ofrece a los usuarios acceso a la información y documentación basado en hipertexto. El hipertexto permite la conexión de enlaces en forma visual tales como gráficos o fotografías, mensajes con audio y vídeo. El WWW elimina el molesto uso de comandos como se utilizan el sistema Unix o telnet. Podemos concluir que este programa hace localización y uso de información de manera sencilla y fácil para el usuario.⁸

3.6.8. Modos de conexión a Internet.

En la actualidad, dos son los métodos más usados para conectarse a Internet en Windows 95, 98, NT e incluso el Windows 2000:

- Por medio de acceso telefónico a un proveedor de servicios
- Por medio de una red de computadoras en una corporación

3.6.8.1. Acceso telefónico a un proveedor de servicios.

⁸ obát, Curso de Internet. P.p. 17 -18.

Ésta es la manera más utilizada para un usuario "casero" de Internet, y tal vez la más usada en el mundo. En éste contexto, un usuario convencional, contrata el servicio de Internet con un proveedor comercial, y éste a cambio de una renta mensual, bimestral, semestral o anual, le proporcionará un programa de instalación que llevará a cabo todas las configuraciones pertinentes en su computadora la cual deberá tener como mínimo un procesador 486/DX2/66, Disco Duro de 540 MB, monitor color, y 8 MB en memoria RAM, el usuario deberá poseer además su computadora con un modem de 28.8kbps (Kilobits por segundo, que es la cantidad de datos que puede enviar o recibir un modem que interconecta una computadora con otra) o superior, siempre es aconsejable por supuesto, tener un equipo con características superiores a éstas.

La velocidad y rendimiento de la conexión por éste método está determinada por el modem que conteste la llamada (el proveedor de servicios) y el número de usuarios conectados a ese proveedor en ese instante.

3.6.8.2. Por medio de una red de computadoras.

En algunas corporaciones, una red de computadoras se enlaza con otra red y ésta con otra y así sucesivamente, permitiendo que la empresa posea su propia conexión.

3.6.8.3. Otros medios de conexión

Los métodos antes escritos son los más frecuentes en el uso para lograr las conexiones de Internet, sin embargo, en la actualidad se están desarrollando nuevos métodos de conexión, la mayoría están diseñados para el uso casero y la velocidad y costo depende del tipo de servicio utilizado.

Entre estos métodos se encuentran los siguientes:

- Cablemodem
- Servicio Satelital
- Computadora tipo Palmtop
- Caja de Internet conectada a un televisor convencional.

Capítulo IV

Comercio Internacional por Internet y su problemática

4.1. Legislación de Internet.

En los 60's el gobierno estadounidense jamás pensó en los alcances que Internet tendría a finales de los 90's.

Una vez más retomando lo visto en el capítulo primero, acerca de como nace Internet, me gustaría mencionar que, a pesar de que el gobierno de Estados Unidos creó el sistema Internet, no tiene el derecho para legislarlo o crear patrones de legislación, por que el Internet puede ser tomado como la integración electrónica de los países; El legislar un país, el Internet sería como imponer su ley a los demás violando el Derecho Internacional basado en la Carta De Las Naciones Unidas de la Soberanía de los Estados, creando un conflicto a nivel Internacional.

Por Desgracia nadie es dueño de Internet por tanto nadie puede imponer las reglas; sin embargo, si existe un reglamento más que nada para el uso operacional. Como el poner a las direcciones el "http" o "www" o las terminaciones ".com", ".gob" o ".edu" así mismo las extensiones que determinarían la procedencia de la dirección como lo observamos en el capítulo anterior.

Ahora bien, países como Inglaterra, Canadá y Estados Unidos han elaborado leyes que conciernen a

los sistemas computacionales, aunque por no legislar directamente la red quedan aun algunas ambigüedades en éste entorno.

4.1.1. Legislación estadounidense.

En Los Estados Unidos existe el reglamento de "*Computer Fraud and Abuse act, (acta de fraudes y abusos computacionales)*"¹ el cual, cubre delitos que abarcan los sistemas de computo del gobierno federal, por un lado, y los que necesitan usar computadoras localizadas en más de un estado de los Estados Unidos, por el otro. Desde luego las comunicaciones a través de Internet por lo general satisfacen ésta última condición y, en consecuencia, se aplica con frecuencia dicha acta.

Según el acta es un delito el entrar sin autorización a archivos restringidos, es decir, siempre se pide una clave y contraseña para poder acceder a ellos, el violarlos y entrar siendo persona no autorizada se puede pagar con años de cárcel, al igual que si por medio de la red se introdujeran virus que pudieran perjudicar a tercero. En Mayo de 1999 se condenó con 8 años de cárcel sin fianza, al autor de "Melissa" un virus que logró inmiscuirse en las computadoras de la Casa Blanca, perdiendo casi toda la información que se tenía. En éste punto si se descubre que el dueño del servidor sabía de la existencia del virus y no lo reportó también podría ser condenado. Al mismo tiempo un consumidor está protegido de fraudes por medio de la red; Si usted es víctima de fraudes en la red y es ciudadano americano, solo tiene que teclear el www.fraud.gov o

¹ Hance Olivier, *Leyes y negocios en Internet*, McGrawHill; México, D.F.; 1996. P.p. 192

un número específico de teléfono y podrá ser asesorado para buscar al responsable del ilícito.

Así mismo existe también la llamada "Electric Communications Privacy Act", que pone una pena a la persona que intente entrar de forma fraudulenta a las conversaciones interactivas como el llamado "Chat" o que se intercepte el correo electrónico de alguna persona o compañía. En éste punto cabe mencionar que es todavía casi imposible controlar las personas que acceden a un correo electrónico ajeno a ellos.

4.1.2. Legislación canadiense.

*"El uso no autorizado (o abuso) de una computadora encabeza, por un supuesto, la lista de comportamientos penados en el derecho canadiense, el cual puede emplearse para denunciar un uso penado de Internet."*² En éste punto se habla básicamente de la adquisición de datos de una forma ilícita y/o servicios desde una computadora. También se habla del cometer ilícitos con los datos extraídos, de ahí que los dueños de los servidores pretenden restringir lo más que se puede el acceso a sus datos o archivos importantes. Ésta ley por consiguiente también se aplica a los autores de virus y gusanos dañinos que afecten dentro de la red.

La interceptación de mensajes privados, incluyendo los de telecomunicaciones, también se considera delito en Canadá, puesto que todo el mundo sabe que el mensaje interceptado es confidencial.

² Ibid; Olivier Hance, p.p.193

4.1.3. Sistemas legales europeos.

Desde hace más de 10 años los países europeos han hecho lo posible por incluir en sus leyes la penalidad para acceso ilegal a los sistemas de cómputo o el mantenimiento ilegal de tal acceso, la difusión de virus o la interceptación de mensajes informáticos.

Debido al crecimiento y proliferación de los delitos en el tema de la informática y redes ha sido necesaria la intervención del Consejo de Europa, para de éste modo adoptar medidas para los crímenes convencionales y evitar la proliferación de nuevos.

Por ejemplo: el 5 de Enero de 1988 se agregó en el código penal francés un capítulo sobre crímenes de computo, en el cual se penaliza, entre otras cosas, el acceso fraudulento y el mantenimiento de dicho acceso a un sistema, así también estipula las fianzas en francos por tales delitos.

La ley inglesa también castiga deliberadamente a quien tenga acceso ilegal a los sistemas de computo con una fianza y un periodo de encarcelamiento no mayor de seis meses si el delito no es tomado como grave, sin embargo, de serlo, tendría entonces un periodo de hasta cinco años de cárcel.

4.1.4. Marco legal en México.

"Está descrito y contemplado dentro de la estructura regulatoria de las telecomunicaciones, si bien aplican, tanto las leyes civiles, penales, mercantiles y principios administrativos pertinentes, tanto para el uso comercial como para el no comercial

respectivamente"³ A pesar de ello, México aún se encuentra en el subdesarrollo total en materia de legislación de informática. Nuestras leyes carecen de una imagen actual y están llenas de mucha ambigüedad.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes sería pues la encargada de regular y mantener la seguridad de los sistemas de cómputo. Sin embargo, carece de conocimiento y de un marco legal que le permita actuar. En México no existe ninguna ley en específico que proteja los sistemas de cómputo o el acceso de forma ilegal a uno de ellos, mucho menos asegurar la legalidad de las transacciones que dentro del comercio electrónico se generen; así mismo, no existe ninguna ley directa que ampare los correos electrónicos o las charlas privadas, como ocurre en las legislaciones de Canadá, Estados Unidos o Francia.

A pesar de que existe el reglamento de Telecomunicaciones, emitido por el Presidente Salinas en 1990, y la ley federal de Telecomunicaciones emitida el 7 de Junio de 1995. Tienen una vista o panorama muy general que no incluyen de manera directa a los sistemas computacionales y redes electrónicas de forma directa.

Desde Septiembre de 1999, Autoridades de Estados Unidos y México han buscado establecer un marco jurídico que permita regular el comercio electrónico pero sin que se atente contra el comercio global que ahí se genera, Según Jame McCabe, Presidente del American Chamber of Commerce dice que México a diferencia de los países desarrollados

³ Buenrostro, Curvo, Gutiérrez y Rosado; Los negocios en Internet, hoy y en México; McGrawHill; México, D.F.; 1997; p.p. 37

está a tiempo de preparar un marco jurídico, legal y normativo que estimule el desarrollo del comercio electrónico. Bajo el concepto de "autoregulación" se debe entender como el esfuerzo de participación de todos los sectores para evitar que se genere un marco unilateral dictado por el gobierno.

4.1.5. Régimen del TLCAN y la Unión Europea para la libre prestación de servicios.

En principio, un proveedor de servicio (ya sea que proporcione acceso a Internet u otro de los numerosos servicios disponibles en los servidores Web) autorizado en un país (por ejemplo: Francia) y que desee prestar su servicio en otro (un decir Australia) debe solicitar la autorización a la que la prestación de éstos servicios esté sujeta en cada país, y debe respetar la ley del país anfitrión, que en algunos casos puede regular con cierto rigor sus actividades.

De manera excepcional, los países de la Unión Europea y los países miembros del TLCAN tienen un sistema de libre prestación de servicios dedicado a promover el comercio de servicios transfronterizos entre las partes que firman estos tratados internacionales, permitiendo así, por ejemplo: que un proveedor de acceso a Internet (PAI) ofrezca acceso a un cliente establecido acceso en un país fuera del suyo.

Es importante la forma en que estos dos acuerdos garantizan la libre prestación de servicios, a fin de determinar exactamente que posibilidades ofrecen los PAI y a los proveedores de servicio telemático. Como saben las empresas, la libre prestación de servicios es un tema legal, así como

económico y financiero para el cálculo de economías a escala.

La libre prestación de servicios dentro del TLCAN está garantizada, principalmente por el principio de restricciones discriminatorias prohibitivas. De acuerdo con el TLCAN, la ley estadounidense, por lo tanto, no podría crear una restricción discriminatoria en la prestación de servicios por un servidor Web comercial mexicano o canadiense operando en Internet.

Más aún en virtud del TLCAN, un estado miembro está obligado a garantizar a los proveedores de otro Estado miembro trato nacional (Régimen aplicable a sus propios nacionales en condiciones similares) o trato de nación más favorecida (El régimen más favorable aplicable por el estado miembro a cualquier otra parte o país)

En consecuencia, un proveedor de servicios telemáticos por Internet, todos los ciudadanos de los países adheridos al TLCAN se benefician de este régimen de libre comercio.

Por otro lado, en la legislación de la Unión Europea está claro que un proveedor de servicio debe ser capaz de proporcionarlo, sin impedimento en otros países de la Unión. Estos principios generales se refieren al libre movimiento transfronterizo de servicios aplicables no solo a los competitivos servicios telemáticos en circulación por Internet (servidores Web profesionales e incluso a las páginas de usuario ofrecidas por los proveedores de Internet en ciertos casos), sino también a servicios de telecomunicaciones liberalizados por el mandato 90/388/EC (Por ejemplo, el acceso a Internet)

4.2. Proceso de comercialización de la red.

Internet es una red accesible a millones de usuarios en todo el mundo que ofrece un potencial comercial único. Como escaparate mundial da a las compañías la oportunidad de publicar y vender sus productos a un costo bajo, lo mismo que llevar a cabo transacciones comerciales electrónicas, en éste caso el objetivo del vendedor puede ser un individuo privado o toda una compañía.

Algunas personas creen que las tracciones por Internet como venta de bienes o la prestación de servicios, resulta un riesgo ligado a la falta de confiabilidad y seguridad adecuadas, así como la ausencia de transacciones en "papel". Se dice que el comercio en Internet ocurre en el vacío legal, si no es que en una total anarquía. Esto no sucede en todos los casos. Además de las reglas que rigen "la evidencia". La celebración de un contrato por Internet se regula por reglas generales y por reglas específicas sobre contratos particulares.

Más aún, los pagos en Internet, traen consigo problemas legales, relacionados al tiempo de pago, la responsabilidad de probar un pago realizado (En caso de piratería) y, en consecuencia, implica problemas de protección al consumidor.

4.2.1. Cierre de Contratos por Internet.

Internet permite a los usuarios comerciar utilizando varias técnicas pero solo analizaremos la más común: el Correo electrónico y la Web.

4.2.1.1. Reglas Generales que rigen la celebración de contratos en Internet.

Un contrato en Internet es, ante todo, un contrato. Esta afirmación es evidente y aún así está llena de consecuencias, es decir, la ley que rige la conclusión de contratos "tradicionales" también se aplica a Internet "teóricamente". Como resultado en Los Estados Unidos, el Uniform Commercial Code (UCC), que regula los contratos para venta de bienes muebles y derecho tradicional, que rige la prestación de servicios y transacciones que no incluyen la definición de una venta, gobiernan el cierre de contratos por Internet, lo cual también sucede en varios códigos civiles europeos.

En Estados Unidos e Inglaterra, un contrato se cierra cuando ambas partes muestran su conformidad y voluntad mutua por un conjunto de términos.

Todo lo que quedaría por definir serían pues los conceptos de Oferta y aceptación.

La oferta, según las leyes de Estados Unidos, Inglaterra y Francia; *"es una declaración unilateral de la voluntad por la cual la parte que la hace propone el cierre de un contrato a una o más partes específicas, (por ejemplo A hace una oferta a su vecino B) o al público en general (Digamos que A coloca un anuncio de venta frente a su casa) Con el fin de que se firme un contrato la oferta debe ser firme, precisa y sin ambigüedades."*³ La oferta es efectiva desde el momento que el comprador está informado de ella y hasta que expira el periodo determinado por parte

³ obcit, olivier Hance, p.p.193

que hace la oferta o hasta que expire el periodo de una demora razonable.

La aceptación; es la afirmación del receptor que desea tomar la oferta, esto sin cambiar alguno de sus términos.

La oferta y aceptación que generalmente se expresan por Internet quedan expresadas en la Web y Correo electrónico, Es decir, La página Web anuncia la oferta del producto o servicio que está en venta y siempre existe ahí una dirección de correo electrónico o un formulario donde viene expresa la aceptación que se debe de llenar y una vez llenada se mandará a una dirección determinada, esto con el fin de que si el usuario cumple con los requisitos que la empresa desea le dará su contestación a través del correo electrónico del usuario, checando si realmente fue el quien aceptó la oferta e informándole si fue aceptada o no su tarjeta o una serie de pasos los cuales debe seguir. Esto con el fin de llevar un control de seguridad por la parte ofertante.

4.2.2. Validez de los contratos.

La mayoría de los sistemas legales impone cuatro condiciones sobre el cierre válido de un contrato por Internet: consentimiento, capacidad legal, objeto del contrato y una causa legítima.

4.2.2.1. Consentimiento.

Para que se cierre un contrato por Internet es esencial que cada parte manifieste su consentimiento y que esté informada del límite y alcances del acuerdo, es decir, que ambas partes estén enteradas de lo que existe en el contrato y que no esté viciado.

Mi estudio solo se limitara a ciertos problemas específicos. El consentimiento viciado se da cuando una de las partes actúa en forma fraudulenta o que haya cometido un error a la hora de negociar el contrato.

4.2.2.2. Capacidad legal.

Los contratos firmados por menores se consideran nulo o inválidos. No obstante, algunos sistemas legales reconocen su validez, cuando se hace con el fin de obtener artículos necesarios para la vida diaria del menor.

Sin embargo, una de las problemáticas que veremos más adelante, será de que los sistemas telemáticos aún no pueden detectar si los contratos los está aplicando un menor o una persona mayor de edad.

4.2.2.3. Objeto del contrato.

El objeto del contrato y según la mayoría de los sistemas legales, es la prestación a la que se comprometen las partes; si no hubiera objeto en un contrato, evidentemente no existiría ya que es lo que le da sentido. Como característica, debe ser legal y cumplir con el orden y moral públicos. Las compañías de Internet deben recordarlo al contratar servicios que pueden no cumplir estos criterios en ciertos países (como los servicios de pornografía o algunos juegos)

4.2.3. Pagos por Internet.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Un tema que sin lugar a dudas interesaría a cualquier persona dentro de ésta actualidad tan futurista.

Inicialmente, incluso en el desarrollo de Internet aún se realizaban transacciones externas, sin embargo, la red no podía esperar a que éstas transacciones se hicieran de manera tan lenta y con los métodos tradicionales. La necesidad de una mayor rapidez condujo a los pagos por tarjetas de crédito (Visa, Mastercard, American express, entre otras) El comprador, en éste proceso dará al comerciante el número de su tarjeta de crédito y algunas veces la fecha de expiración. Éste método que en realidad se empezó a utilizar por las ventas por teléfono ha traído ciertos problemas que veremos más adelante.

El usuario para poder comprar necesita llenar un contrato o formulario en donde se le pedirá el número de tarjeta de crédito y el servidor de una forma automatizada e impersonal verifica en la computadora del banco al que pertenece la cuenta del cliente si existe o no la tarjeta. Una vez verificada manda un mensaje al correo electrónico que el usuario anteriormente debió haber puesto en el se expresa por parte del servidor de la empresa si fue aceptada o no la tarjeta de crédito, demorandose en toda la transacción de 10 a 15 minutos.

4.2.4. Intermediarios electrónicos y el dinero virtual.

4.2.4.1. First Virtual Holdings

First Virtual Holdings es, principalmente un intermediario entre compradores y vendedores de bienes y servicios electrónicos en Internet. Éste

sistema presupone la firma de un contrato entre el First Virtual y el comprador; y el First Virtual y el vendedor.

Con el propósito de seguridad, el comprador informa a First Virtual su número de cuenta y le proporciona información de su tarjeta de crédito telefónicamente o por fax cuando cierra el contrato. El comprador recibe un PIN-Virtual, código que servirá para identificarlo en transacciones futuras.

Si el comprador tiene una cuenta en Estados Unidos y satisface ciertas condiciones, el vendedor puede almacenar los bienes ya sea en el servidor WWW de First Virtual o en su propio servidor WWW. El comprador interesado en adquirir un artículo ofrecido en uno de éstos servidores le da al vendedor su PIN-Virtual. El servidor de First Virtual verifica la validez de la cuenta. (correspondencia de los datos de la tarjeta)

Para "compras" de información (digamos, artículos o fotografías) disponible en su propio servidor First Virtual, inicialmente envía al comprador una copia del artículo seleccionado para que lo examine. Si tras examinarlo, el cliente afirma por correo electrónico que desea adquirirlo, First Virtual lo invita a pagar también por correo electrónico. La institución de crédito del comprador acredita la cantidad a First Virtual, que sustrae su comisión (0.29 dólares más el 2% del monto de la transacción) y después pagar al vendedor. No obstante, en lo que concierne a compras de bienes ofrecidos directamente por el servidor del vendedor, no es posible el examen de la compra. El comprador debe enviar su Pin-Virtual, permitiendo así, al vendedor recibir de antemano su dinero. Una vez que el pago haya sido

confirmado por First Virtual, el vendedor se encarga de enviar los bienes dentro de un periodo de 24 horas.

4.2.4.2. Dinero electrónico o virtual.

Digicash es la principal compañía que maneja dinero virtual en el mundo de Internet. Desde el 23 de Octubre de 1995, el banco Mark Twain, institución estadounidense, ha probado el sistema Digicash al ofrecer a sus clientes la posibilidad de invertir dólares en ciberdólares y viceversa, es decir, invertir en un dinero virtual que no tiene valor real, con el fin de hacer compras en Internet. El banco ejecuta tal petición, por medio de la transferencia de una suma electrónica al disco duro del cliente, convirtiéndolo en una verdadera billetera. Una vez aceptada ésta suma, el cliente puede comprar a clientes que acepten dinero virtual. El comerciante tiene dos opciones para acceder al pago: puede cargar la suma en su propio disco duro o puede transferirla directamente a su cuenta en el banco Mark Twain.

Utilizando el software desarrollado por Digicash y una "firma Ciega" asignada por cada unidad virtual, el banco Mark Twain verifica todas las transacciones para asegurarse de que cada unidad virtual sea utilizada una sola vez. Ésta es una forma de desmaterializar el dinero, como las fichas que se utilizan en los casinos para apostar.

4.3. Empresas virtuales.

Mucho se ha mencionado ya de las "empresas virtuales" y vagas ideas pero no se han definido a ciencia cierta. Una empresa "Virtual", es aquella que puede existir en papeleo, propaganda o incluso en el

Internet, pero no existe físicamente, es decir, su centro de operación no está plenamente identificado y por tanto no tiene registro alguno en los archivos de gobierno; en este caso la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Por tanto una empresa "Virtual" Sería una compañía fantasma, nadie sabe donde está ubicada, ni quien la maneja, pero existe en la red. Este tipo de negocios al no estar en el Registro Público, podrían prestarse a fraudes en sus clientes; problemática que analizaremos a continuación.

4.4. Problemática en la actualidad

4.4.1. Generalidades

Internet como lo hemos ya repetido, son un conjunto de redes donde se puede encontrar de todo, desde una simple información escolar, hasta incluso páginas completas de sexo y de grupos extremistas religiosos.

Esto es por que Internet no tiene limitación alguna, es decir nadie la rige; por ello, el desarrollo y proliferación de sitios tan encontrados ha provocado una controversia del sistema a nivel mundial.

En Internet cualquier persona puede encontrar desde anuncios clasificados, la noticia del día, venta de casas, venta de automóviles, incluso poder comprar despensa en los supermercados desde la comodidad de su computadora, recibir información integra de las instituciones de gobierno, diversos exámenes de diferentes áreas, entablar comunicación "on-line" o interactiva con personas de cualquier parte del mundo, así como el manejo mismo de los

recursos de multimedia, páginas sexuales y de los diferentes tipos de preferencias como: lesbianas, homosexuales, transexuales, zoófilos, fetichistas, sadomasoquistas, swingers e inclusive entablar conversaciones públicas o privadas con todos ellos; Esto, sin tomar en cuenta la edad de las personas pues está abierta prácticamente para todo tipo de gente. Aunque la ley muestre en su realidad una teoría muy idealista.

Así mismo, la falta de regulación y control en las leyes de la mayoría de los Estados ha provocado no solo la proliferación de pornografía de todo tipo en la red sino también el nacimiento de empresas virtuales que no solo cometen fraudes a los usuarios sino que también son capaces de lavar el dinero del narcotráfico de maneras tan simples que pasará mucho tiempo para que las autoridades sobre todo de México puedan tener legislado de manera casi perfecta la línea cibernética de información.

4.4.2. Lavado de dinero en la red por narcotraficantes.

Desafortunadamente el descontrol sobre todo en materia de legislación en este sector ha llevado a una nueva forma de lavar el dinero del narcotráfico; *“en la actualidad los grandes cárteles utilizan la tecnología de punta como Internet para crear empresas en las que invierten sus ingresos obtenidos ilícitamente por otras vías; en especial a través de prestanombres.*

Estas compañías pueden abarcar desde la venta de alfileres hasta la adquisición de acciones o firmas de asesoría financiera, muchos de cuyos clientes son

miembros de los mismo cárteles o prestanombres para que realicen operaciones para el bloqueo de dinero".⁴

A pesar de los esfuerzos de la DEA y el gobierno mexicano ante este ilícito se desconocen los alcances que el sistema podría tener para este tipo de operaciones que resultan jugosas y apetitosas para cualquier cártel o estafador que desee aparentar legal su negocio.

En conclusión el Sistema Internet bien utilizado podría generar múltiples ingresos y ganancias a los países en el contexto internacional, pero también podría ser un arma muy poderosa para desestabilizar economías; lo que aparentemente es inofensivo y divertido a la vez que útil podría ser de alta peligrosidad en malas manos.

4.4.3. Fraudes monetarios a usuarios en la red.

Hace unos momentos mencionábamos el problema de las empresas virtuales pero sin visualizar su problemática de fondo. Dichas empresas, al pedir el número de cuenta de la tarjeta de crédito, en las tracciones, ellos no prometen si cumplirán lo convenido en el contrato previo y pueden cobrar el dinero de inmediato. Muchos clientes han confiado y esperado sus envíos que nunca llegan. Ya han intentado denunciar este tipo de ilícitos, pero por desgracia al no haber una legislación en el sistema, lo que no está escrito está permitido. Por lo tanto éste tipo de delitos podrían ser legales, pues no se prohíben directamente.

⁴ Joel Ruiz El Sol Del Bajo; Organización editorial mexicana; Sábado 11 de Abril de 1998; p.p. 3-B.

Estos fraudes se comenten a consumidores caseros, es decir, gente que no consume los productos de ahí provenientes para posteriormente revenderlos. Por tanto ellos son clientes cuyo fin de compra es de orden personal. En Noviembre de 1999 se dio a conocer por parte de la televisión local mexicana de fraudes cometidos por usuarios que utilizaban el nombre de la Lotería Nacional, la cual se desempeña en todo Iberoamérica. Estos usuarios vendían supuestas planillas de boletos a sus clientes, billetes que no tenían soporte ni sustento monetario.⁵

Pero no todo es tragedia en Internet, puesto que hay empresas muy serias como General Motors, Chrysler, Armani, Versace, JCPenny, American Bookstore, etc. Cuyas firmas tienen garantizada su calidad por años y seriedad ante todo.

Comúnmente las empresas dedicadas a este tipo de actividades quizá no ilícitas pero riesgosas son negocios que no son conocidos y por tanto poco serios.

Entrevistando al Ing. Cuauhtémoc González Vázquez. Acerca de si se ha dado un fraude de empresas de Internet a sus clientes, el respondió: *"Por supuesto que sí, durante los años que yo llevo manejando Internet, que no es mucho, desde 1995, ha venido gente a decirme que como puede proceder ante una empresa de Internet que les compran productos que no mandan y por más que ellos les escriben en el e-mail no contestan o de la noche a la mañana cierran sus sitios Web y jamás los vuelven a ver, la mejor recomendación que yo les doy es que compren en sitios conocidos y confiables, por que si no están registrados,*

⁵ Ortega Ruiz Guillermo; Fraudes por Internet; Noticias Televisa; 11:10pm; Televisa Company; 10 De Noviembre de 1999.

no se les hace nada; incluso si lo estuviesen no hay legislación que regule Internet, sin embargo, les puedes dar mala fama".⁶

Algo muy importante que el Ingeniero Cuauhtémoc mencionó fue el que este tipo de empresas aparecen y desaparecen de la noche a la mañana. Por lo tanto Si la Secretaría de Hacienda quisiera formar un operativo para detectar las empresas que evaden impuestos por Internet, solo captaría a las que están en función con páginas poco recientes y a las que se cambian constantemente de dirección serían pues casi imposible detectarlas.

Hasta el momento hemos hablado de fraudes en clientes y empresas fugases virtuales, pero hay negocios en los sitios Web que, aunque no estén registrados en Hacienda cumplen su función de empresas serias y se pueden tener ventas millonarias.

4.4.4. Problemas de las tarjetas de crédito sin códigos.

El uso de una tarjeta de crédito para pagar por Internet trae dos problemas legales: ¿Cuándo se realiza el pago y cuáles son los riesgos implicados en la transacción?

Algunas veces es importante determinar el momento del pago, sobre todo cuando una oferta comercial puesta en un servidor Web sólo es válida por un lapso específico. Por desgracia, es difícil detectar una tendencia uniforme en esa área, ya que los sistemas legales nacionales difieren

⁶ Ing. Cuauhtémoc González Vázquez, Curso de Internet, Universidad de Celaya, Celaya Gto., 30 De Abril de 1998; 8:00 p.m.

significativamente. Algunos consideran que el pago se realiza al momento del cargo a la cuenta del cliente, cuando se hace la acreditación a la cuenta del banco beneficiario o cuando el propio beneficiario queda informado de la transferencia a su cuenta. En consecuencia es importante considerar la variedad de posibles soluciones al hacer transacciones internacionales en Internet; se sugiere ampliamente a las partes que se informen de las soluciones proporcionadas por la ley aplicable al contrato.

El pago mediante tarjeta de crédito sin la protección de un código es riesgoso. Un comerciante no puede estar seguro de que el cliente potencial es el titular de la tarjeta. ¿Qué sucedería en caso de piratería? ¿Se podría impugnar un pago hecho por Internet? ¿dentro de qué periodo?

Éste tipo de preguntas se pueden encontrar en los contratos firmados por la compañía que emita la tarjeta de crédito al usuario("Acuerdo de cargo") y con comerciantes("Acuerdo de franquicia")

Respecto a las tarjetas de crédito existen tres tipos de contratos:

- a. Contrato entre usuario y comerciante para la venta y prestación de servicios.
- b. El acuerdo del cargo entre el emisor y el titular de la tarjeta
- c. El acuerdo de franquicia entre emisor y comerciante.

*"El acuerdo de cargo por lo general protege a la institución crediticia contra todos los reclamos"*⁷; la

⁷ obdt; Hance Olivier, p.p. 167

institución ejecuta todas las transacciones grabadas y transmitidas por el comerciante, aún si no existe ninguna forma el consumidor no tiene ningún recurso contra esto.

• Sin embargo, los consumidores que impugnan un cargo, no están del todo desprotegidos. En el acuerdo de franquicia, el comerciante casi siempre se compromete a cumplir los riesgos si el cliente impugna el cargo y autoriza expresamente a la institución crediticia a cargar a su cuenta, de modo automático, la cantidad de cualquier transacción impugnada por el cliente, sin ningún límite de tiempo.

Se debe hacer notar que los sistemas legales de Norteamérica y Europa son muy similares; la única diferencia radica en que la competencia entre las numerosas instituciones bancarias estadounidenses prodiga un manejo dirigido más a la protección del cliente. Algunas de ellas incluso actúan como conciliadoras en disputas entre comerciantes y clientes.

Por último, estas cláusulas generales, aplicables a todos los pagos pro tarjeta de crédito, protegen eficientemente al consumidor que paga con tarjeta de crédito en Internet.

4.4.5. Evasión de impuestos a la Secretaria de Hacienda y Crédito Público en el caso de las empresas nacionales.

Las empresas disponen tanto de una manera legal como de una manera ilegal para pagar menos impuestos o para evitar pagarlos. El fraude fiscal es la manera ilegal, esto consiste en defraudar deliberadamente al fisco, creando falsas declaraciones

de impuestos u ocultando información relevante en cuanto ingresos sujetos a impuestos, ya sea que se trate de ingresos o de capitales. El fraude fiscal es un delito grave: las multas y otras sanciones pueden ser elevadas.

La evasión fiscal, sin embargo, es un sistema legal y complejo que permite minimizar los impuestos a pagar. Existen oportunidades para minimizar los impuestos a pagar, porque la mayoría de las leyes tributarias, aunque tratan de cubrir todas las eventualidades, inevitablemente dejan lagunas que pueden ser exploradas y utilizadas por personas que desean aligerar su carga de impuestos.

Remarcando una vez más lo expuesto acerca de que el Internet es una integración de redes que tienen el calificativo de mundial, esto implicaría entonces que Internet no pertenece a nadie y por tanto las regulaciones que en Internet existen serían de orden parcial, es decir, no afectan a la red directamente, Dejando ciertas lagunas fiscales como lo acabamos de mencionar en los países.

Para el caso muy específico de México, en éste ámbito, su regulación se encuentra casi nula, por lo que sería realmente posible la evasión de impuestos a consumidores pequeños o aislados en el mercado nacional e incluso para la exportación y los servicios en general.

La problemática en cuestión a la evasión fiscal a través de la red quizá provenga desde mucho tiempo atrás y de la insuficiencia que la SHCP tiene para poder detectar el comercio informal. Como veremos más adelante gracias a la falta de regulación por parte del gobierno mexicano es muy factible la

evasión parcial o total en la venta de bienes y servicios dentro del comercio electrónico. El ambiente que ha generado el sistema tributario de terrorismo al mismo tiempo ha generado no solo que se vean afectadas las inversiones sino también una recaudación un tanto desproporcionada que afecta a las micro y pequeñas empresas que no pueden soportar en su mayoría la excesiva carga fiscal.

Internet ofrece a los usuarios mexicanos una forma fácil de evasión sobre todo en el sector de servicios. Así mismo, el sistema de compras al menudeo puede esquivar sin ningún problema aparente los impuestos de exportación casi en su totalidad. Otro problema que se nos presenta es la forma de facturación de México con el resto del mundo. Para México una factura requiere un R.F.C., pero no para muchos países con los que comercia como Estados Unidos, en donde el R.F.C. no es reconocido en facturas comerciales.

Dentro del mercado nacional es muy factible la posibilidad de la evasión de impuestos sobre todo a consumidores aislados, es decir, el consumidor que compra a menudeo. Cómo vimos anteriormente Internet maneja el mismo tipo de mercadeo que Telemarketing, es decir, ventas impersonales, nadie sabe a ciencia cierta donde se encuentra el centro de operaciones o si realmente existe, esto da como origen que éste tipo de empresas escojan clientes de menudeo y del mercado nacional, por lo que la empresa podría estar realmente establecida realmente en sitio Web, elaborado en una casa, una escuela o quizá una oficina ajena a lo que ahí se anuncia y ¿por qué no? Quizá la persona que se dedique a ello puede entregarle el producto hasta la puerta de su casa. Pero ¿qué pasaría si no le llega nada?

Esto también es parte de la problemática de Internet. Los servicios para bajar software son prácticamente gratis hay páginas que se especializan en ello y que se puede bajar un programa de FTP sin ningún costo, así que cualquier persona con un equipo de buena capacidad puede meter una página Web para mercadeo de forma gratuita y hay sitios específicos en donde no se cobra por mantener dichas páginas por ejemplo: www.geocities.com, www.starmedia.com ó www.yupi.com, de éste modo, con solo llenar un formulario, no solo se puede tener un sitio gratis sino que automáticamente el buscador de éste servidor puede encontrar el sitio.

Ahora, hasta el momento hemos hablado de lo que sería la venta de productos, pero ¿qué hay de los servicios en Internet? El pagar un software específico con su tarjeta, pongamos un ejemplo: Yo quiero obtener por medio de Internet Windows 2000. Actualmente existen programas dentro de la red (download) que me permiten bajar el software, pero no todos son gratis. Para tener acceso a muchos de ellos, tengo que pagar por medio de la ya clásica tarjeta de crédito. Para éste tipo de eventos la secretaria de Hacienda no tiene ningún control, puesto que todo lo que se paga en realidad es virtual, no existe físicamente es un servicio que incluso, no se puede demostrar a ciencia cierta, cuando el sitio no lleva un contrato de respaldo (como ocurre en algunos sitios).

4.4.6. Otros problemas en Internet.

4.4.6.1. La Propiedad Intelectual.

"Los derechos de la propiedad Intelectual, son los que tiene el autor de un trabajo para autorizar o prohibir su uso. El término utilizado en los países de Europa continental es *droit d'auteur*, o derechos de autor, mientras que en países anglosajones se utiliza la expresión "Copyright". Latinoamérica lo tomado como "Copyright" ó "Derechos Reservados".⁸ Durante el periodo en el que el trabajo está protegido, ciertos actos llevados a cabo sin la autorización del autor pueden causar obligaciones de la parte que los infringió.

Dadas las deficiencias del Derecho común, los usuarios de Internet, han desarrollado con rapidez códigos de conducta y buenos modales de red. Esta reacción en los círculos de Internet tuvo como propósito inmediato asegurar el respeto de los Derechos de Propiedad Intelectual con el fin de evitar la pérdida de control del autor por parte de su trabajo. La autorregulación y los cibermodales por lo general obligan a los usuarios o a los operadores de sistemas de cómputo que desean copiar o distribuir un trabajo a respetar todos los derechos de autor, patrimoniales o morales. Sin embargo, a últimas fechas estos modales y regulaciones se han roto y se ha perdido el control de todo lo que se encuentra en Internet, pues la red ha crecido a niveles tan amplios que se han fabricado sitios a costa de otros. Los trabajos que en Internet se protegen son los escritos (para servidores FTP, correo electrónico, artículos integrados a bases de datos, etc.) Software, trabajos musicales o audiovisuales e imágenes entre otros.

Desde 1995, ha podido ser posible el piratear software, imágenes y sobretodo música a través de la

⁸ *ibid*; Hance Olivier, p.p. 87

red. Sin embargo en 1999, la compañía más poderosa del mundo "Microsoft" anuncia la Introducción al mercado de un software realmente innovador, quizá del siglo en cuanto a música se refiere; hablamos del MP3, un programa de música que está depositado en un chip tan pequeño como una lámina de chips de una minicalculadora su única diferencia es que no es ni reproductor de cintas ni mucho menos de discos compactos, basta conectarlo a la computadora, buscar en Internet un sitio donde se pueda escuchar música que tal el www.madonna.com y solo necesita escoger el disco poner "Record" en su microcomponente con el software MP3 y automáticamente el aparato copia la información equivalente a la que existiría en un disco compacto de música y su definición es tan perfecta que podría comparar con la del disco compacto original.⁹

A pesar de las demandas hechas por Grupo Poligram, Columbia, EMMI, Maverick, Warner y Sire records entre otros; la compañía Microsoft ganó todas las demandas por lo que a finales del 2000 éste aparato entrará en circulación, como cualquier aparato electrónico, De hecho SONY Corporation ya ha sacado un aparato para que el chip pueda ser leído, lo que fractura duramente los derechos de autor no solo de las casas disqueras sino de los mismos interpretes. Pero el MP3 es solo un ejemplo de la magnitud que Internet tiene en cuestión de violación a los Derechos de autor.

El Cdwriter es otro ejemplo de ello. ¿Ha usted visto acaso en algún mercado o puestos ambulantes discos compactos piratas? Así es, esto es gracias a la

⁹ MP3; Mundo Digital; Discovery Channel; 5:00pm; 5 de Noviembre de 1999

magia de Cdwriter, sin embargo los tianguistas lo sacan de un CD original. Peor aún, ¿que pasaría si abriera algunos de los sitios de Internet de Música y comenzara a bajar esa información directamente al CD? Tendría entonces una definición de música perfecta, y lo mejor de todo es que el CD le saldría casi gratis tomando en cuenta los costos de un CD virgen y el original del artista deseado. Esto y más es a lo que se enfrentan las casas disqueras en el nuevo milenio, "sonido virtual" ya no se necesitarán cintas magnéticas y quizá en un futuro nos olvidaremos de los discos compactos, lo que hiere abruptamente el mercado de música en forma mundial.

4.4.6.2. Compra Ilegal de menores.

Desde que Internet se abrió al comercio muchas de las páginas sobretodo las que tienen alto contenido sexual han desarrollado sus propias formas de pago para garantizar que los menores no tengan acceso. Sin embargo, al dar números de tarjetas de forma impersonal no se sabe si se está tratando realmente con el adulto o que el menor haya tomado la tarjeta del adulto para hacer las compras que considere pertinentes. Así un menor podría adquirir fácilmente producto para adultos sin ningún control establecido.

4.4.6.3. El error del milenio (Y2K).

La mayoría de las personas que fechábamos en cualquier factura, carta o cualquier otro documento; los hacíamos por medio de dos dígitos ejemplo: 5/12/99, así era la forma como se fechaba en los sistemas de software hasta 1999, pero que pasa cuando el año al que pasamos es el 2000. la mayoría de las personas pueden fechar 5/12/2000; sin

embargo, una computadora no cuenta con esa capacidad, por lo que su forma de fechar sería 5/12/00 y lo que en operaciones contables significaría un retroceso de 100 años, por lo tanto los clientes que estaban en los bancos, empresas de seguros e incluso casas de bolsa para los sistemas de computo no existen, pues aún no nacen. De no haber detectado éste error a finales de 1998 pudo haber costado una crisis de 10 a 15 veces peor que la de 1929. Sin embargo, el problema ya ha tenido solución para las macroeconomías pues los principales centros que pudiesen ser afectados ya han corregido el error.

Pese a ello, Estados Unidos reconoció que de entre 400 mil y 500 mil pequeñas empresas han llegado al 2000 sin resolver el error del milenio y el "esperar a ver que pasa" podría sacar del mercado a muchas pequeñas y medianas empresas pues el arreglar los sistemas computacionales se puede llevar semanas o incluso meses lo que significaría pérdidas irreversibles en los sistemas. Según el gobierno estadounidense, las posibles fallas en las pequeñas empresas serán ajenas al desempeño económico del país, pero más de 50 especialistas han señalado lo contrario en una carta publicada en Noviembre de 1999.

De acuerdo con dicha carta dirigida al Presidente de la Reserva Federal, Alan Greenspan, unas 800 mil pequeñas empresas que producen y entregan mercancías esenciales afrontan de forma incorrecta el conflicto informático.

El error del milenio se origino en los años setentas cuando decidieron quitarle a los sistemas de computo 2 dígitos, la mencionada práctica que se generó por décadas podría originar que los equipos

confundan el año 2000 con el 1900 y cometan errores cuyas consecuencias son impredecibles, pues la humanidad nunca había enfrentado algo similar.

Por otro lado, Internet también se ve afectado por el "Error del milenio" debido a que puede afectar a protocolos y servidores de acceso a Internet, además de causar perjuicios a millones de usuarios. Éste anunció comenzó a circular en los países asiáticos en Diciembre de 1999.

Los servicios susceptibles de falla son los de uso común como FTP y http que ofrecen información necesaria para otros servicios y aplicaciones. Así mismo se vería afectado el protocolo DNS utilizado muy frecuentemente y cuyas fallas pueden afectar negativamente otros servicio de monitoreo. Las fallas de http y FTP pueden provocar problemas de lectura en cuestión a años, documentos o transferencias indeseadas de archivos. De ésta manera el sistema se vuelve vulnerable, pues a pesar de que Los Estados Unidos advierten que no afectará Internet, una sola falla en la lectura de protocolos podría difundirse y afectar a las computadoras conectadas a Internet de todo el mundo, según el estudio de 21 expertos japoneses.

Capítulo V

Análisis del Impacto económico del comercio internacional a través de Internet.

5.1. Aportación del Comercio Internacional al producto Interno Bruto de México.

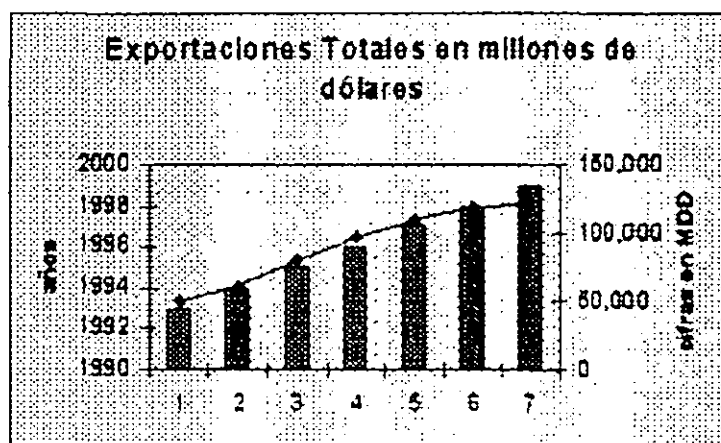
Hace algunos años, y me estoy remontando a 1995, México sufrió la peor crisis económica en su historia, en la que todos los sectores quedaron seriamente fracturados, sin embargo, el proceso de recuperación económica benefició mucho al sector exportador.

Durante el segundo trimestre de 1996 el sector de las exportaciones aportó al PIB un 60 %, lo cual era muy alentador para el comercio Internacional. Pese a ello, la crisis que se vivió en el ámbito internacional ocasionó secuelas en la economía de México lo cual hizo que el Producto Interno Bruto creciera tan solo 1.8 por ciento anual durante 1998.

En la actualidad, el comercio exterior se ha convertido en el pilar de la base de la economía mexicana. Durante el segundo trimestre de 1999 el Producto Interno Bruto creció en un 3.2 por ciento y esto se debió más que nada al auge exportador y a la demanda de los productos mexicanos en el exterior, según un análisis del Financiero sacado en septiembre de 1999: *"la forma más sencilla de notar*

esto es que de 100 por ciento del incremento en el PIB que se observó en el segundo trimestre de 1999, que el 130 por ciento se debió al crecimiento de las exportaciones, contra el 60 por ciento aportado por éstas en los últimos tres trimestres de 1996".⁵

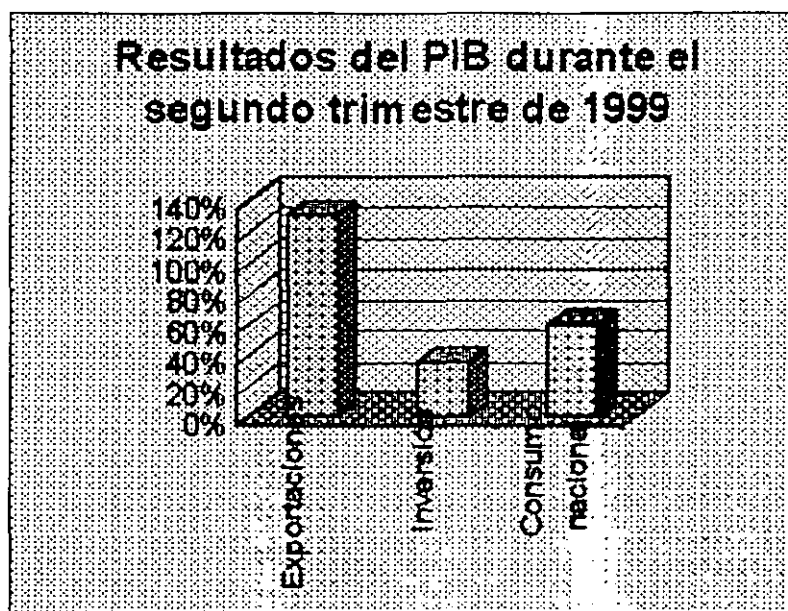
Este fenómeno adquiere una especial importancia si nos ponemos a pensar que el tipo de cambio no ha jugado un papel determinante en el mejoramiento de las exportaciones (cosa que ocurrió en 1995). Esto nos da a entender el papel tan importante que juega el comercio Internacional dentro de la economía nacional y a su elevada demanda externa, en especial la proveniente de Estados Unidos, que es nuestro principal socio comercial.



*Datos acumulados anuales
Fuente: NEGI*

El consumo nacional, por otro lado, no ha variado desde 1998 y su aportación ha sido de 60% en tanto que la inversión se ha visto disminuida y se coloca de un 40% del primer trimestre a un 35% durante el segundo.

⁵ Navarrete Rodolfo; Heterogénea recuperación económica; El Financiero; Lunes, 27 de Septiembre de 1999; P.p. 24



Fuente: www.elfinanciero.com.mx

El crecimiento del consumo nacional está estancado principalmente por el ahorro que ha crecido en un 20.1% muy cercano al registrado en 1997 de 24.4%, esto debido a la cultura que el consumidor mexicano se ha creado para "los tiempos difíciles", consecuencia de la crisis de 1994. Ahora, también hay que tomar en consideración que se crea más incertidumbre entre la población por el cambio de gobierno.

Como quiera que sea las exportaciones han contribuido enormemente para el crecimiento de 17.8%, lo cual nos pone a pensar que el sector exportador es ahora el más fuerte y estable.

Respecto al raquítico crecimiento por parte de la inversión, este se encuentra asociado a 2 factores:

1. La disminución en el flujo de recursos del exterior, producto principalmente de los resabios de la Crisis financiera Internacional de 1997.

2. Las políticas fiscales restrictivas que han fracturado la carga fiscal de las empresas significativamente.

Todo esto no es casualidad, sino que son parte de una realidad que estamos viviendo y, que quizá se deba a los beneficios del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, ahora también con el TLC con la Unión Europea y a los productos mexicanos que son competitivos en cualquier parte del mundo.

5.2. Impacto del comercio electrónico en el mundo.

Hablar de Comercio electrónico o de Internet es hablar de comercio nacional e internacional, pues es en Internet donde se encuentra toda la gama de empresas en el mundo, como el escaparate más grande que nunca haya existido, sin embargo, cobra gran importancia también el consumo nacional dentro de la red, pues ello refleja en cierta medida el crecimiento internacional que éste tenga.

En el ámbito internacional se han tenido grandes ganancias por consorcios extranjeros, tan solo en 1996 el ramo de la publicidad en Internet había sido de 2 millones de dólares mensuales, sin embargo para el 2000 ya se esperan ganancias que rebasen los 200 millones de dólares, es decir un alza del 2000%, las empresas como Netscape y Hot Wired han tenido las mejores ganancias por la venta de Banners (Publicidad en la red). Las empresas norteamericanas dominan el mercado de consumo, mientras que las europeas se han enfocado a los sectores de las manufacturas, industria e investigación científica.

Las expectativas globales del mercado del comercio electrónico se establecen en 111 billones de dólares a finales de 1999, lo que supone un 120% en relación al año anterior. Europa realiza en 1999 el 20% de las ventas; 18.9 billones de dólares lo que supone la triplicación de la facturación de 1998 en este concepto. Los ingresos europeos por comercio electrónico pasarán de 15% del total de Los Estados Unidos en 1998, al 60% en el 2003. En consecuencia el impacto económico y social hasta el momento vivido en Estados Unidos será una realidad en Breve para el continente europeo.

¿Quién domina las compras en Internet?

Viajes	(6.9%)
Informática	(8.1%)
Audio y electrónicos	(8.6%)
Software	(23.9%)

Fuente: BANCAMEX, Dirección ejecutiva de Desarrollo de Servicios Promocionales; 12 de Noviembre de 1999

Se estima que para el 2002 las transacciones electrónicas aporten ganancias de 1.1 trillones de dólares en el mundo, de los cuales 842 mil millones se efectúen solo en Estados Unidos.²

Mercados potenciales - Usuarios de Web en E.U. y México.

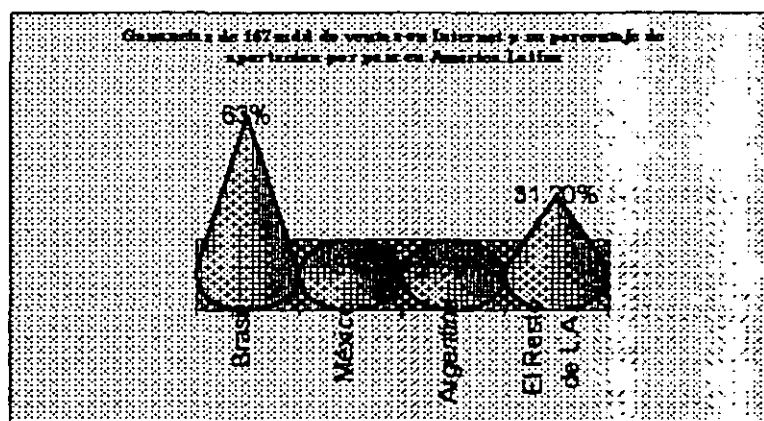
Año	Casa	Trabajo	Total	Total en México
1996	13M	15M	28M	190M
1997	20M	20M	40M	400M
1998	27M	30M	57M	800M
1999	35M	45M	80M	1300M

Fuente: BankAmerica Corp. Robertson Stephens & CO. Report

² www.elfinanciero.com/negocios/desconocimiento.htm; desconocimiento, principal barrera contra el comercio en línea; Guadarrama José de Jesús; 24 de Noviembre de 1999.

5.3. Impacto económico del Comercio electrónico en México

A media década de la introducción de Internet como medio masivo de comunicación y como herramienta básica en las ventas empresariales en todo el mundo, nos hemos encontrado con datos muy alentadores y por otro lado la raquítica situación que vive México dentro del sistema cibernético en lo que es a ventas locales y con el exterior.



Fuente: www.elfinanciero.com.mx

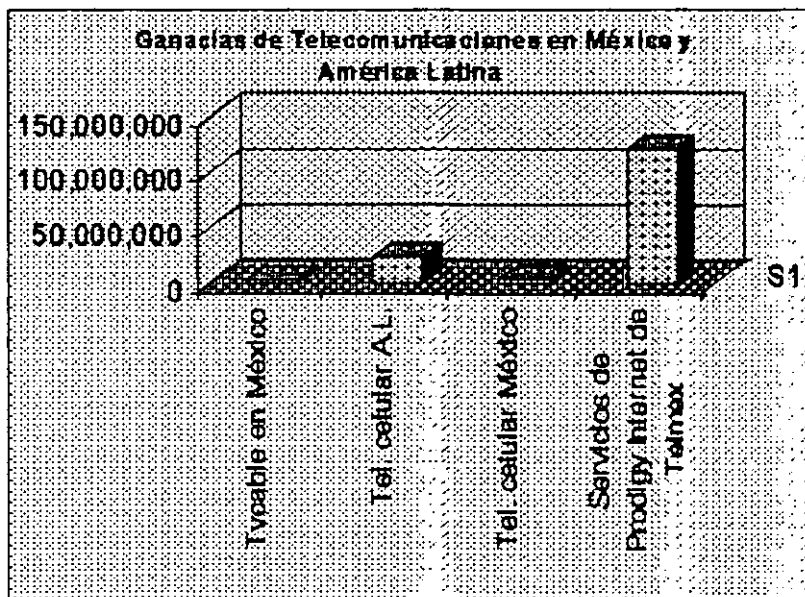
Gracias al número tan reducido de sitios mexicanos en Internet, México alcanzó hasta Septiembre de 1999 negociaciones por 5 millones de dólares, en su mayoría por compras en Estados Unidos.

América Latina ha alcanzado en el mismo año, 167 millones de dólares en ventas por ese medio de lo cual México aporta tan solo el 3 %, un rango bastante pequeño tomando en cuenta que México es líder en América Latina, más aún en cuanto a

telecomunicaciones y sistemas tecnológicos se refiere, así como en producción.

Según un informe del Boston Consulting Group al que tuvo acceso Notimex, Brasil está a la cabeza en ventas locales con un 67.6%, y a una enorme distancia México ocupa el segundo lugar de la región con el 3%.

México es un país muy capaz pues cuenta con recursos tecnológicos mejores que Brasil, por su cercanía con Los Estados Unidos, Sin embargo, por éste mismo detalle la gran mayoría de las compras se hacen en Estados Unidos, además de estar la red invadida por banners americanos.

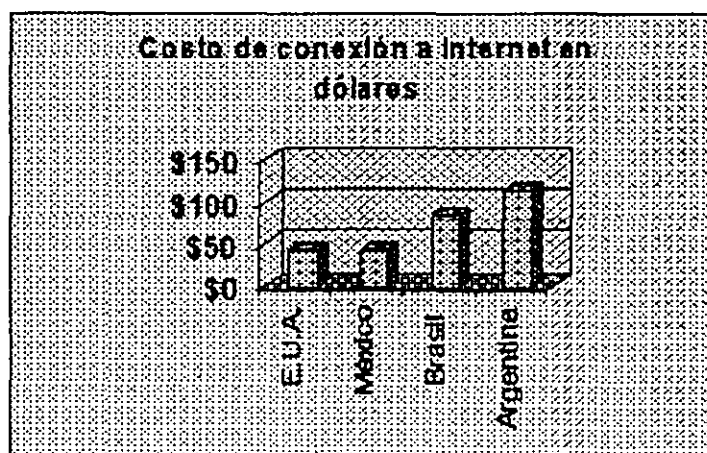


Fuente: El Financiero; 22 de septiembre de 1999

Actualmente México cuenta con emporios en telecomunicaciones como Televisa y Telmex que están sobrepasando ya las fronteras del país poniéndolo a la cabeza de todo América Latina. Telmex tiene en su

poder la mayoría de las acciones de la empresa americana Prodigy y juntas han alcanzado niveles inimaginables de ganancias, a pesar del deficiente servicio Prodigy Internet de Telmex, se tiene ya sólo por acceso a Internet más de 120 millones de dólares, así mismo, Televisa ha conectado ya los servicios de Sky a la red e intenta buscar nuevas alternativas para hacer la televisión por cable más funcional.

Algo realmente alarmante en éste contexto es cómo, comparativamente con todos los países de América, México cuenta con un nivel tarifario realmente barato, si se toma en cuenta su punto de aportación, como lo veremos en la gráfica siguiente:



Fuente: El Financiero; 20 y 22 de Septiembre de 1999

México sin duda queda como "emergente" en el sistema ya que presenta grandes rezagos que no lo son del todo tecnológicos sino de oferta empresarial en el comercio electrónico.

Las ventas Internacionales de las cuales México recauda diariamente no son la excepción, pues en los

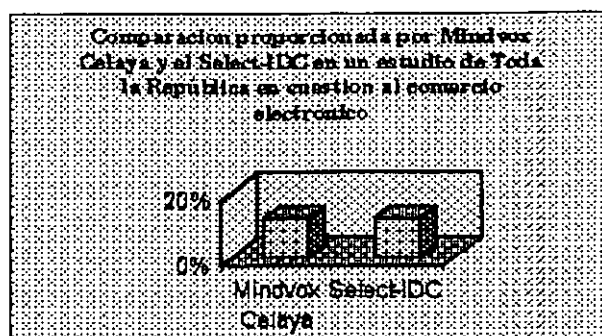
buscadores se deja entrever una presencia muy pobre de México y de las ofertas que las empresas ofrecen. En la actualidad el 90% de los negocios de las ciudades turísticas se encuentran ya en Línea así como grandes tiendas de las ciudades más importantes de la República, pero ¿y el resto del país?

Según Ricardo Zermeño, director general de la firma de Análisis de Mercado de Tecnologías de la Información Select-IDC, el desconocimiento es la principal barrera contra el comercio en línea.

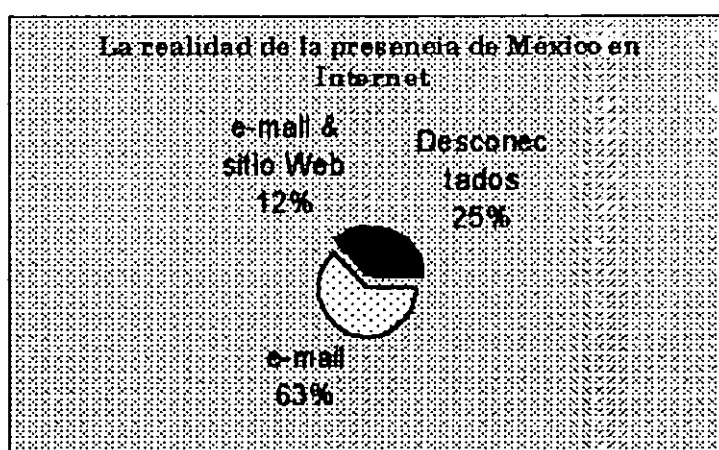
Según un estudio presentado en Noviembre de 1999 "La nueva economía de las transacciones: Evolución de los espacios del mercado exclusivos para Internet y los negocios electrónicos", se manifestó que la desconfianza a las transacciones electrónicas, el desconocimiento del potencial de la Web y la incipiente oferta de productos, son fuertes resistencias que impiden el avance de los negocios en línea.

En el estudio se deja ver lo que la compañía de Internet IBM de Celaya nos proporcionó y las cifras realmente coinciden con la realidad.

Según el Select-IDC solo el 12% de las empresas mexicanas (en un muestreo de 109) han implantado una solución de comercio electrónico y si bien es cierto la demanda crece cada año.



Cortesía: IBM Celaya. 27 de Noviembre de 1999



Los datos proporcionados por el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT) cuyos datos se refieren a la mediana y gran empresa, también nos deja ver que el mexicano se ha dedicado a ser un observador en la red y no un actor o negociador.

Según Herminio Blanco, Secretario de Comercio, asegura que los empresarios y los mismos usuarios mexicanos, se niegan al comercio electrónico en México, pues no existe una legislación que permita la seguridad en las transacciones llevadas a cabo por este medio. Blanco y Zermeño apuntan a la realidad de la deficiencia del comercio en Internet mexicano. Las principales razones de su rezago, según las investigaciones llevadas a cabo durante esta tesis son las siguientes:

- Falta de interés.
- Falta de información acerca de ello.
- No desean invertir para mantener un sitio pese que el pago es anual.
- Pesimismo y desconfianza dentro de la red.

Tomando en cuenta de que para las negociaciones en Internet, según BANCOMEXT no solo basta estar conectado, sino mantener utilizando las herramientas básicas. Según su estudio elaborado en 1998, "Utilidad de Internet en los negocios a nivel Internacional" BANCOMEXT considera 3 herramientas como Básicas: e-mail, WWW y FTP.

Utilidad de Internet en los negocios a nivel

	e-mail	News group	FTP	WWW	IRC
Ventas online	•	•	•	•	•

• Básico

• Muy útil

• útil

Fuente: BANCOMEXT - 1998

El rezago de comercio electrónico que vive México no es solo cosa de los empresarios, sino también por parte del gobierno que no se ha preocupado por el propiciar un ambiente económico y sistema legislativo que permita la seguridad en las transacciones comerciales que se llevan a través de éste medio.

Tan solo para ésta investigación el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) reportó no tener estadísticas acerca de la aportación del comercio electrónico en el PIB de México en ningún trimestre y ninguna otra estadística relacionada con comercio electrónico e Internet, así mismo, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) no cuenta con una información de tributarios electrónicos y desconoce quienes de sus contribuyentes comercian a través de Internet, por consecuencia tampoco cuenta con información estadística de la contribución del Comercio electrónico al PIB.

Los únicos organismos que mantienen cifras "estables" son BANCOMEXT y SECOFI, sin embargo, sus datos son solo nominales, de una validez regular y aún no se tienen estadísticas por sectores. Las estadísticas presentadas por BANCOMEXT y SECOFI no cuentan en ningún caso con la aportación que el comercio a través de Internet aporta a México y la mayoría de sus investigaciones son de 1997 o anteriores.

Por lo tanto, las Instituciones de gobierno nacionales tendrán quizá su presencia en la red, pero no lo es del todo efectiva pues no han cuantificado las ganancias que aporta el comercio electrónico al Producto Interno Bruto, por lo que quizá las cifras en cuestión al crecimiento del comercio exterior trimestral y su contribución no sean las reales y que exista al mismo tiempo una evasión parcial o total de impuestos en cuestión al sistema tributario de la SHCP.

5.3.1. Realidad del Entorno fiscal en México:

El entorno del sistema tributario mexicano es una estructura nacional de la desigualdad, donde el ingreso y la riqueza se continúan concentrándose en pocas manos, aunque hoy somos más mexicanos, el subempleo aumenta y el sector informal de la economía absorbe una parte creciente de una fuerza de trabajo en condiciones precarias, sin seguridad social y con altísima evasión fiscal.

A esto se suma un sistema tributario caracterizado por la petrolización recaudatoria, una inadecuada distribución de la carga fiscal, estructuras tributarias regresivas, recaudación "nula" del comercio exterior, la actividad más dinámica, islotes de privilegio fiscal en sectores como el transporte terrestre, esto significa ingresos tributarios insuficientes para darle solvencia a un gasto público. El ingreso tributario en México es la mitad que el de los países de la Organización para la Cooperación y El Desarrollo Económicos (OCDE) Con base a esas cifras hay quienes afirman que los impuestos son livianos en México y que a eso se debe el bajo crecimiento económico.

Tener una baja captación fiscal con el PIB no significa necesariamente bajos impuestos. Precisamente, una de las trampas en que se encuentra Hacienda es que las tasas de impuestos son tan altas o más que en la mayoría de los países de la OCDE, y debido a esas altas tasas de impuestos y a las complicadas leyes fiscales, la evasión es grande y la captación es pequeña. El Impuesto Sobre la Renta (ISR) es tan alto en México, como en Estados Unidos para los de mayores ingresos y superior para los pequeños y medianos empresarios. El IVA en la mayor parte del territorio nacional es de 15 %,

mientras que en 248 ciudades de la Unión Americana es de 5 % en promedio.

Según Alma Rosa Moreno Presidenta del Servicio de Administración Tributaria (SAT) las tasas de recaudación de impuestos han crecido considerablemente desde 1994 hasta la fecha sin embargo apunta: *"Es inútil negar que existe la economía informal; basta con llegar al mercado de la Merced y no solo en el D.F. sino en todo el país hay ambulante, sin embargo, ya estamos trabajando en ello, muy pronto todas las personas que se escurren a la autoridad hacendaria estarán en lista de contribuyentes registrados y que presenten su declaración"*³

Concepto tributario	Tasa de Crecimiento de contribuyentes en 1999
IVA	7 %
ISR	9.1 %
Padrón de contribuyentes	12.6 %
Registro de Personas Físicas	6.8 %

Aunque los datos son muy alentadores en cuestión a aumentos tributarios para Hacienda la realidad es que aún queda mucho por hacer, pues, según la Secretaria de Hacienda y Crédito Público son 12 millones de personas quienes evaden impuestos totalmente, para quienes evaden impuestos parcialmente aún no se tiene estimado pero se sabe de la existencia del mismo y de los posibles contribuyentes que lo hacen.

³ Ferris De Con Pedro; Para empezar, Stereo digital; México D.F.-Celaya, Gto.; 2 de Diciembre de 1999; 8:30 hrs.

Por otro lado, son solo 8 mil empresas quienes aportan el 60 % de la recaudación, así como un total de 506 mil empresas, 232 pequeñas y medianas que presentan declaraciones y 6 millones 185 mil personas físicas que también cumplen con sus obligaciones.

5.3.2. Evasión Fiscal en las exportaciones y Transacciones Comerciales de empresas mexicanas localizadas en Internet.

***Para la elaboración y debido a la falta de información es éste campo fue necesario:**

1. Una investigación de campo en la cual se tomo un muestreo de 125 páginas comerciales mexicanas encontradas en el buscador electrónico altavista.com.
2. Una investigación de campo de 50 páginas pornográficas que contenían su origen también sacadas por el buscador electrónico Altavista.com.
3. Entrevista con el Lic. Juan Antonio Pérez; Dueño del despacho de comercio Internacional "Veridique" y asesor empresarial de exportación e importación en toda la República.
4. Entrevista con el C.P. Jaime Mandujano, co-propietario del sitio de ventas por Internet www.pmulti.com.
5. Entrevista con la Sra. Margarita León; co-propietario de la librería Bookstore Bajío S.A. y miembro del Padrón de importadores.
6. Los datos estadísticos e información adicional fueron tomados del periódico "El Financiero" de las siguientes fechas:
 - Miércoles 22 de Septiembre de 1999.
 - Miércoles 17 de Noviembre de 1999.
 - Miércoles 1 de Diciembre de 1999.
 - Jueves 2 de Diciembre de 1999.
 - Viernes 3 de Diciembre de 1999.
7. Así mismo se proporcionaron datos e información adicional de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el área del SAT (Servicio de Administración Tributaria)
8. Y datos proporcionados por el Lic. José Isselín Cardona, miembro de la comisión redactora del manual de operación aduanera así como responsable en la elaboración de reglas de carácter general en materia aduanera y miembro de la ley redactora del proyecto de la Ley de comercio exterior.

Sin embargo, aquí se presenta un problema de mayores dimensiones que, ni la SHCP, ni INEGI y ningún otro órgano de México ha tomado en serio, la evasión fiscal que existe en transacciones y

exportaciones realizadas a través de Internet por parte de las empresas mexicanas. Y algo muy irónico, es que los contadores, comercializadores, licenciados e ingenieros en Sistemas lo saben, menos el gobierno. Haciendo una investigación a fondo a través del Internet nos pudimos percatar de la gran cantidad de "mañas" que tienen las empresas para poder vender productos y servicios dentro de la red sin pagar al menos lo que debe al sistema tributario de México.

Para ello dividiremos el comercio electrónico en:

- Comercio electrónico de Bienes.
- Comercio electrónico de servicios.

Así mismo, como en la economía física, dentro de Internet también existe el comercio electrónico formal e informal. Comencemos por el comercio electrónico de bienes formal.

- El comercio electrónico establecido es aquel que aunque tiene su sitio Web también contiene una presencia física dentro del mercado, por lo que Internet se convierte para ellos en solo un complemento para aumentar sus ventas. Las formas de evasión fiscal más conocidas en éste contexto son: Contrabando documentado, contrabando sin documentos.

A) Contrabando documentado:

Así mismo, éste tipo de comercio es el que más volúmenes maneja por lo común, por que más que tener una tienda virtual dentro de la red maneja una fábrica virtual en donde el cliente debe de pedir en grandes volúmenes. Una vez que el cliente ha pedido un volumen considerable el vendedor debe mandar la

mercancía al lugar del comprador, pasando las aduanas, llevando la documentación previamente establecida, para ello, una empresa que tiene su presencia física y más si su imagen pesa sobre cualquier cosa no se puede dar el lujo de mandar la mercancía de contrabando, pero si al menos evadir impuestos de forma parcial cambiando la fracción arancelaria del producto en el pedimento.

La fracción arancelaria determina el tipo de producto que se va a exportar y acorde a su descripción y clasificación se le debe identificar con un tipo de fracción o clave, por medio de ésta se determinan los impuestos a cubrir, por ejemplo: una empresa va exportar chamarras de piel. La diferencia entre una chamarra de piel y una de mezclilla es la fracción arancelaria. Una chamarra de piel generalmente paga más arancel que una de mezclilla, por tanto la empresa pone en el pedimento la fracción arancelaria de una chamarra de mezclilla, por lo que paga menos de arancel. Éste tipo de procesos se han llevado durante años a la práctica y es posible detectarlos a través de una auditoria a la empresa. Es por ello que las empresas tratan de prevenirse con diferentes mecanismos internos para cubrir dichas anomalías en sus declaraciones.

B) Contrabando sin documentos:

En aduanas también es conocido como contrabando "Bronco", el cual consiste en la entrada y salida de mercancías al país por lugares no autorizados (brechas); o bien, cuando un Importador/exportador manifiesta en el pedimento aduanero que el embarque consiste en un tipo de

mercancía, siendo que en realidad dentro del medio de transporte se encuentra otra.

Generalmente, para que las empresas puedan operar con mayor facilidad deben estar incorporadas a un padrón de importadores y/o exportadores, dependiendo de su caso, de éste modo se les facilita el acceso de mercancías con impuestos menos rigurosos, Según la Sra. Margarita León miembro del padrón de importadores y socio de la empresa Bookstore Bajío S.A. *"Nosotros no podemos evadir ningún impuesto porque estamos en el padrón de importadores y para ello tienes que cubrir ciertos requisitos que son regulados y supervisados por Hacienda, con esto nuestros impuestos de importación se nos rebajan por llamarlo de alguna manera, De no estar en el padrón nuestra carga fiscal en cuestión a aranceles sería más dura, ahora que si te pones a pensar que todo lo que nosotros vendemos es importado..."*⁴. Sin embargo, y pese a su declaración las cifras dicen lo contrario, según Omar Fayad, administrador General de Aduanas para el 2000 alrededor de un 30% de empresas serán retiradas del padrón de Importadores Y exportadores por las anomalías que presentan en sus declaraciones y auditorías. En un documento presentado el 17 de Noviembre de 1999, no solo delata la evasión en el padrón sino la constante corrupción que se vive dentro de las Aduanas. Y que hacen que más del 50% de la gente que trafica en ellas tenga mercancía de contrabando.

Por lo tanto el comercio electrónico formal e incluso el comercio de exportación fuera de la red evade impuesto de manera parcial, pues el cambio de

⁴ León Margarita; BookStore Bajío S.A.; 1º De Diciembre de 1999; 1:15pm; Celaya, Guanajuato.

la fracción arancelaria es solo un ejemplo de tantos. Algo que debemos entender es que para efectos de comercialización de bienes es que la negociación se inicia dentro de la red y que la exportación se desarrolla físicamente; por lo tanto en el caso de empresas que están dentro de la lista de contribuyentes su evasión es la "acostumbrada".

Otro gran problema como ya lo habíamos mencionado es la corrupción dentro de las aduanas, según Fayad en solo 3 meses se han cancelado 34 patentes de agentes aduanales que no operaban conforme a Derecho, es decir recibían la famosa "mordida" para pasar artículos de contrabando o que no cumplieran con los requisitos plasmados en la ley.

Según informes del Lic. José Isselín dados a conocer en la reforma fiscal de 1999:

Concepto	porcentaje
-Población de aduanas que pasa con algún tipo de mercancía de contrabando.	53%
-Empresas con alteraciones en sus documentos de exportación	25 - 35%
-Agentes aduanales que no checan correctamente los pedimentos y otros documentos requeridos.	60 - 65 %
-Agentes aduanales corruptos	48%
<i>Fuente: Seminario de Actualización Aduanera; Universidad de Celaya; Abril de 1998</i>	

- En comercio electrónico Informal de bienes; su principal característica será que las empresas son "virtuales" como ya lo habíamos comentado en el capítulo anterior, la inmensa mayoría de éstas empresas trabajan al estilo de sistema "Telemarketing" es decir, ventas por teléfono; la única diferencia es que la transacción no se hace por línea telefónica sino vía e-mail. Y llenando previamente un formulario con datos importantes del cliente.

Este tipo de empresas debido a su constitución no se pueden arriesgar a vender en grandes volúmenes, aunque, existe quienes lo hacen.

Ellos generalmente mandan su producto a través de una empresa de mensajería, Según información otorgada por DHL se manejan 3 tipos de paquetes:

- De muestra: La cual paga 1 o 2 dólares de impuestos dependiendo del Volumen.
- De Venta: La cual si es para exportación debe cubrir todos los requisitos para ser exportada (Como Certificado de Origen, Pedimento, Factura Comercial, etc.)
- De regalo: en la cual, el producto es trasladado con un sello que lo identifica como presente o regalo para la persona que va dirigida y va completamente libre de impuestos.

Lo más común entre éstos conceptos de paquetería es mandar la mercancía como muestra, al ser el pedido al menudeo no existe riesgo alguno de que sea interceptado por autoridades aduaneras. De hecho el 65 % de la muestra de 125 páginas comerciales que tomamos entre páginas Web, toman el servicio de paquetería como su principal opción, el 25% tiene prioridad por el correo normal y el restante tiene otras formas de transporte.

Algo que es muy importante señalar es que el 98% de la muestra en sus términos y condiciones, los cuales debe leer el consumidor antes de aceptar la transacción, se amparan y una vez partiendo la mercancía del lugar donde "está la empresa" el vendedor no se hace responsable de los daños que la mercancía sufra en su traslado. Éste tipo de

cláusulas en los contratos electrónicos también son causas comunes de Fraudes a los usuarios. Tan solo en Estados Unidos en el www.frau.org se reportan un promedio de 1,300 e-mails semanales que denuncian fraudes en todo el mundo. Según reportes de la Procuraduría General de la República no se tiene ninguna denuncia de fraudes a mexicanos, Sin embargo, el procurador de Justicia del D.F. Samuel del Villar, admite que la gente no está interesada en denunciar éste tipo de ilícitos por 3 razones:

1. La ignorancia del personal burocrático que atiende las instituciones de gobierno.
2. La ineficiencia y el trámite complicado que las dependencias de gobierno utilizan para cualquier tipo de denuncia, haciendo que el trámite se prolongue por más de 6 meses.
3. A quien se culpa si lo único que se sabe es solo es una dirección electrónica que cuando la demanda procede la dirección ya no existe.

Todo esto sin contar que si el fraude fuera internacional, entonces se tendría que entablar una demanda en México y el país donde fue provocado el fraude, por lo que el cliente tendría que pagar miles de dólares en abogados por una mercancía que quizá valga unos cientos de dólares. Además hay que recordar que las leyes mexicanas no contemplan en ninguno de sus códigos, artículos y demás, ninguna protección al consumidor electrónico (a diferencia de Europa y Estados Unidos)

Para terminar con los bienes del comercio electrónico formal e informal, otra de las formas más comunes en cuestión a evasión fiscal es gracias a la ambigüedad que existe en la Ley Aduanera de la famosa "Franquicia del Pasajero" o "el maletaso" como le llaman los agentes aduaneros, Según esta cláusula

que se encuentra dentro de la regla 3.7.2. del reglamento aduanero el pasajero tiene el derecho de incorporar mercancía por \$1,000 dólares mientras ésta no tenga alguna restricción arancelaria, así mismo pueden pasar equipos de computo hasta por \$4,000 dólares, quizá una cantidad bastante pequeña pero no tanto si la persona, en lugar de pasar una computadora completa decide pasar 7 de ellas en partes. Pese a que ésta es una práctica muy común, según el Lic. Juan Antonio Pérez, asesor empresarial para la exportación en toda la República y dueño del despacho de asesoría en Comercio exterior "Veridique" asegura que es una de las formas más fáciles en que el agente aduanal puede detectar la entrada y salida de mercancía al país.

Por otro lado, existe una gran corrupción dentro de las aduanas, como se mencionó anteriormente, y generalmente las persona que llevan mucho tiempo exportando e importando mercancías saben como pagar a los agentes aduananales. Alma Rosa Moreno, aceptó que aún existe corrupción desmedida en el área de impuestos incluso al comercio exterior pero también asegura que ya están luchando contra ello.

-Comercio electrónico de servicios: quizá algo en lo que todos los entrevistados coincidieron y me refiero a las preguntas elaboradas a los diferentes profesionistas en las diferentes ramas de los sectores mexicanos es que el comercio electrónico de servicios es el que más impuestos evade de forma total.

El comercio electrónico de servicios se basa básicamente en el pago a cambio no de un bien, sino de un servicio a través de la red, dentro de éste contexto se puede encasillar millones de servicios que se pueden elaborar en la red de forma ilícita pero me

enfocaré al que más dinero deja la "pornografía". Este tema es uno de los que forman el centro de controversias de Internet por el libre acceso al que se tiene. En México todo tipo de pornografía está no solo prohibida sino penada fuertemente.

Haciendo un estudio de los lugares donde ofrecen servicios pornográficos dentro de la red por parte de México, existen pocos, pero existen y lo que es de llamar la atención es que algunos de ellos cuentan con membresías y otros tantos están incorporados al sistema de Webmasters de Adultcheck.com u otros sistemas de verificación de edad. Este tipo de negocios son los más difíciles de detectar debido a su complejidad en la cuestión de comercialización, un servicio no se puede palpar, no se puede ver físicamente, únicamente se sabe que existe. ¿Cómo comprobar que la empresa de servicios existe? Los contadores apuntan a los Bancos, pues debe haber una cuenta en donde se deposite el dinero de estos servicios. Todos los bancos de México en la actualidad están conectados por Intranet a la SHCP, es decir, cualquier movimiento en cuentas bancarias lo sabe Hacienda, pese a que existe un secreto bancario. De cualquier manera esto es hipotético, basta con abrir una cuenta en Venezuela o Colombia y desviar todos los depositos a los bancos de allá.

Jaime Mandujano, Contador público y propietario del sitio www.pmulti.com, dice que en teoría, la SHCP puede detectar las cuentas bancarias que van desde la Coca-Cola hasta con la que una ama de casa hace sus compras en el mercado, Sin embargo, el Licenciado Juan Antonio Pérez asegura que en la práctica éste procedimiento no se lleva, puesto que la SHCP se deja guiar más por las cuentas bancarias que tienen registro, aparte que es imposible

controlar a toda la población cuando deposita o saca dinero del banco. Según el Lic. Pérez, cualquier persona que quiera evadir impuestos mete dinero de ventas en su cuenta personal y únicamente se hacen ajustes en los inventarios de los negocios para que la fuga coincida como si fuese perdida o simplemente es repuesta con más mercancía.

Así mismo, se investigó el sitio de Adultcheck.com para los Webmasters, en la que nos dejó entrever el negocio tan completo y libre de impuestos para los que no sean de Estados Unidos, pues ésta página es amparada por el gobierno de Estados Unidos. Según Adultcheck se les deposita a los webmasters cada 2 semanas cuyos depósitos pueden ser de entre \$5,000 y \$10,000 dólares, todo esto por comisión tan solo por pertenecer la página al sistema Adultcheck. Dentro del formulario que se debe de llenar se encontró una cláusula en la que dice "Si vive en USA no podremos procesar su información si su razón social o ID fiscal están incorrectos", Por lo que si usted no vive en Estados Unidos no es necesario que lo aplique.

Ahora bien, en el mercado nacional es mucho más fácil la evasión fiscal, pues es más sencillo mandar una mercancía a Zacatecas por DHL que a Canadá, más que nada por la distancia y el riesgo inminente que en ello existe. Así mismo para el rastreo del dinero que los bancos aportan a la SHCP llama mucho más la atención cuando los depósitos son de Colombia, Venezuela, Brasil, que si fueran de Guadalajara, León o Morelia, el único "pero" con el que se encuentran las empresas dentro del mercado Nacional según Margarita León es cuando tiene una persona que dar una factura con el registro de

Hacienda, pues si la tienda no está dada de alta en Hacienda, no puede vender la mercancía.

En conclusión esto no es más que el reflejo del rezago que se vive dentro del comercio electrónico y que las autoridades jamás se preocuparon por integrar tecnologías y desarrollar nuevas formas de recaudación de impuestos, así como cuantificar las ganancias que anualmente aporta la Web al PIB. Así mismo el gobierno es un regulador que debe generar condiciones para que el comercio electrónico se de, de no hacerlo los años de rezago serán cada día más.

En éste punto es importante recalcar que a pesar de que el comercio electrónico y el Internet mismo se encuentran todavía en una etapa de desarrollo, México ya tiene años de retraso en éste sector no solo por su aportación tan pobre a la red, sino a su comercio tradicionalista y sobretodo el aparato gubernamental que mantiene los mismo sistemas de hace más de 5 años.

Si a ello aunamos los costos de conexión tan económicos como los de Estados Unidos, la vanguardia en tecnología con la que grandes compañías de telecomunicaciones en México trabajan, la apertura misma en el mercado de telefonía y las facilidades para conectarse y adquirir computadoras en México, nos ponen a pensar en la situación no solo alarmante sino el desperdicio que el empresario mexicano ha creado en la red. Internet es un medio explotado a medias en México, según las cifras recaudadas, el empresario mexicano cree que con solo conectarse a la red le genera un estatus de vanguardia y se olvida de los grandes negocios que puede generar ahí. Por último, nos pudimos percatar

agotando todos los medios de información que el impacto económico del comercio electrónico en México está presente, sin embargo, no se puede cuantificar pues los mismos organismos oficiales para éste trabajo no están actualizados ni cuentan con un registro directo en éste ámbito.

5.4. Expectativas del comercio electrónico latinoamericano en el futuro

Según las cifras dadas a conocer por El Boston Consulting Group en Noviembre de 1999, el comercio a través de Internet en América Latina moverá unos 90 millones de dólares en 1999, cifra que se incrementará hasta alcanzar los 4.700 millones de dólares para el año 2002. Merrill Lynch, por su parte, confirma que el sector publicitario y comercio invertirán de un volumen de 20 millones de dólares a 400 millones en el mismo lapso, la misma consultora estima que para el 2002 la publicidad en la red representará entre el 2 y el 3% del total del sector publicitario.

Ventas Mundiales por Internet (en Millones de Dólares)

Años	Negocio a negocio	Negocio a consumidor
1998	\$43,000	\$8,000
2003	\$1'260,000	\$140,000

Fuente: Asociación Mexicana de Estándares para el comercio electrónico (AMECE) www.amece.org.mx

También ya es toda una realidad la televisión interactiva lo que hoy genera tan solo en América latina el negocio del cable-modem 2 millones de dólares, lo cual se prevé que alcanzará los 9 millones para el 2003. México, Brasil y Argentina conforman los principales mercados futuros para esta tecnología.

De acuerdo con Christopher B. Galvin, presidente y CEO de Motorola, la fusión con General Instrument integra las tecnologías clave para llevar un enorme potencial de redes convergentes de video, voz y datos dentro del hogar

Así mismo, el Delitte Consulting identifica 7 elementos que afectarán el mercado a corto plazo:

- La entrada de un nuevo software: que facilitará la búsqueda de productos y precios en la red, dando oportunidad al consumidor que efectúe mejores transacciones.
- La sustitución de la moneda por las alternativas de pago digitales y sus consecuencias: mayor seguridad en transacciones e incremento del uso de los monederos electrónicos.
- La tecnología de la información del comercio electrónico provocará el reemplazo de los proveedores de acceso a Internet, por proveedores de comercio electrónico.
- La seguridad en las transacciones que derivará en una mayor confianza en los mercados.
- La regulación de Impuestos a nivel global.
- Finalmente, se identifica un potencial ahorro de 72% sobre ganancias anuales de 18.3 millones de dólares al aplicar el uso de sistemas de facturación en línea (cosa que en México no tiene validez hasta la fecha)

Para México, al no existir información de su comercio electrónico, tampoco existen grandes datos de sus pronósticos. Sin embargo, el Boston Consulting Group, así como la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico (AMECE), aseguran que el Crecimiento será paulatino y que

esto se podría comparar con la introducción de los cajeros automáticos, según Lourdes Sánchez, Directora General del AMECE: " *Cuando empezaron los cajeros automáticos en México había gente que tenía temor de acceder a ellos, y actualmente son de uso común en gran parte de la población*"⁵ esto por supuesto, suponiendo que las condiciones económicas, jurídicas, políticas y de cultura empresarial se lleguen a dar, pues hay que recalcar que no es lo mismo sacar dinero de un cajero automático que negociar dentro de Internet. AMECE también prevé a largo plazo, en unos 6 años que el 80% de las compañías ya estén conectadas a Internet.⁶

Por otro lado, hay que recordar lo observado en el capítulo anterior que, con el concepto de "autorregulación" autoridades y empresarios de México y Estados Unidos analizan homologar el comercio electrónico, es decir, buscar mecanismos para crear marcos jurídicos y una regulación que pueda abarcar América Latina sin que se inhiban las transacciones globales en línea, por lo que de darse ello, se daría el primer paso para el rescate del comercio electrónico en México, propiciando un marco jurídico seguro y que por consecuencia los empresarios tengan la confianza de hacer negocios y los usuarios de comprar a través de la red.

En lo relacionado a fiscalización para la exportación y para los contribuyentes en general se observa un panorama de progreso en cuestión de normas y disposiciones del gobierno. El objetivo principal del SAT antes de que acabe la

⁵ Notimex; Auge de compras por mexicanos a EU vía Internet; El Financiero; Negocios; Lunes 27 de Septiembre de 1999; P.p. 78

⁶ www.amece.org.mx/folleto/may99.html

administración del Presidente Ernesto Zedillo, es el hacer que todas las personas paguen sus impuestos incluyendo la economía informal, sector que afecta fuertemente la recaudación y hace que la carga fiscal para los incorporados al padrón sea mucho más dura. De éste modo la carga será más equitativa y propiciará una competencia justa.

Ingresos del Gobierno Mexicano para el 2000

Impuestos	47.3%
Ventas	19.1%
Derechos	13.7%
Deuda	5.9%
Otros	13.2%

**Nota: Esto dependerá de la eficiencia que tenga el gobierno para que los objetivos se cumplan, de no hacerlo en lo que sería deuda e impuestos hay peligro de que se recorte el gasto público y que las metas no sean cumplidas.*

Fuente: Televisa

Las Aduanas no serán la excepción pues se ha comenzado con un programa para evitar al máximo la evasión fiscal por parte de las empresas, y erradicar de una manera total el contrabando de mercancías así mismo, se pretende optimizar la operación aduanera. También se ha decidido combatir la corrupción, facilitar los despachos aduaneros, así como la profesionalización del servicio y fortalecimiento de los principios éticos del personal.

Para concluir, me gustaría hacerlo con una frase del único sitio de comercio electrónico que se encontró en una de las 20 páginas del buscador Altavista.com durante la elaboración de éste trabajo de investigación: " *En Latinoamérica, región a la que Negroponte augura un crecimiento vertiginoso en lo que a telecomunicaciones se refiere, la característica cultural del empresario es su condición de abarrotero: vende lo que llega o hace, y espera a tener el producto*

para luego establecer la lógica que defina las vías de distribución. Junto a la esquizofrenia del mercado mundial, no le queda más que la histeria por acomodarse rápidamente en el proceso económico global. Esto hará que muchas empresas productivas se vuelvan empresas de servicios, la nueva versión del concepto maquila, porque empresarios y gobiernos están lejos de lograr una integración social para la producción, lo que, dicho en otras palabras, significa invertir en seguridad. De ahí que proyectos autosuficientes sean la panacea de las ONG que intentan llenar el vacío de los abarroteros que están lejos de un modelo de inversión a mediano y largo plazo llamado investigación científica y tecnológica. Una economía de misericordias responde a inversiones obsoletas, sobre todo cuando esa mirada piadosa está repleta de fulminantes paranoias políticas.

Es claro que el comercio electrónico no sólo es un argumento político de la globalización sino un parámetro que evidencia las fronteras culturales y cuyo discernimiento, si es que se logra, requerirá varias décadas, porque la democracia se ha convertido en una suerte de fundamentalismo de la economía. "⁷

⁷ www.comercioelectronico.com.mx/indice/estadisticas.htm

CONCLUSIONES:

Después de haber analizado ampliamente el tema, las conclusiones son las siguientes:

PRIMERA: La teoría de las comunicaciones, prevé los problemas de evasiones fiscales de forma parcial o total dentro de los sistemas cibernéticos, enfocándose más a los asuntos políticos y de integración entre países.

SEGUNDA: El agente aduanal no checa en los pedimentos el Registro Federal de Causantes (RFC) siendo éste un requisito esencial para que se lleve a cabo la exportación.

TERCERA: Internet, a pesar de ser un adelanto tecnológico muy potente, también al mismo tiempo es un arma que mal empleada podría ser utilizada para actividades ilícitas como el lavado de dinero del narcotráfico, fraudes a usuarios y empresas "ficticias" o "virtuales", así mismo, se atenta indiscriminadamente contra la propiedad intelectual y es utilizado para la comercialización de pornografía de todas las tendencias.

CUARTA: Existe mucha controversia internacional en lo que se refiere a la legislación del sistema pues Internet es universal y nadie puede legislarlo. El hacerlo violaría la Carta de Las Naciones Unidas y el derecho Internacional acerca de la soberanía de los Estados. Las pocas leyes que se han elaborado acerca de la red tienen un sentido parcial y solo pueden ser aplicadas en la nación en la que se emiten por lo que su función es limitada.

QUINTA: Las empresas establecidas, no pueden evadir impuestos totales, en el momento mismo de la exportación pues tienen que cumplir una serie de requisitos dados como si fuese exportación normal, es decir, entraría en tal caso en contrabando y

al ser su mercancía detectada y decomisada paralelamente se localiza el lugar de su procedencia, sin embargo, existe un alto grado de evasión parcial, al cambiar la fracción arancelaria en lo que corresponde a grandes volúmenes, siendo éste tan solo un ejemplo de las miles de formas que las empresas evaden las contribuciones fiscales.

SEXTA: Las compañías "virtuales" que manejan un sistema a menudeo tipo "telemarketing" pueden evadir impuestos de forma parcial y /o total, gracias a las "mañas" utilizadas en los servicios de paquetería y mensajería, o por el mismo correo normal ya que en el 98% de las empresas en Internet tomadas como muestra; dentro de sus términos se encuentra una cláusula en la que manifiestan que no se hacen responsables por los daños parciales o totales que sufra la mercancía durante su traslado.

SÉPTIMA: Para el comercio Electrónico de servicios se delimitó al sector pornográfico, siendo no solo prohibido, sino penado en nuestro país, y que por otro lado es el que más ganancias deja. Así mismo, este sector es el más difícil de detectar debido a su complejidad; sin embargo, teóricamente Hacienda puede detectarlo a través de transacciones bancarias, pero en la práctica la SHCP solo se limita a buscar cuentas con R.F.C.

Durante esta investigación se demostró a través de una muestra de 125 sitios (de 20 páginas de altavista.com) que: de los 50 sitios mexicanos que se encontraron todos mostraron alguna forma de pago para poder tener acceso. Internet y el comercio que en él se expande son un campo inexplorado, sabemos que el impacto económico está presente, sin embargo, no puede ser cuantificado, debido a que no hay cifras oficiales ni estudios en México que puedan comprobar del todo la existencia del mismo en términos numéricos.

OCTAVA: Internet es la forma más barata de anunciar las empresas y fundar un negocio puesto que existen sitios en la red donde no se cobra ningún centavo para crear un sitio completo en donde se comercialice un determinado producto, por otro lado, éste

tipo de facilidades incitan al fraude de los sitios que comercializan con diversos artículos.

NOVENA: A pesar de que los países como Estados Unidos, Canadá e incluso la Unión Europea en su conjunto, tienen ya mecanismos para hacer transacciones comerciales más seguras y legislación en sistemas de computo en general, México aún no cuenta con una legislación sólida que permita a los empresarios mexicanos tener plena confianza en la red, lo que significa que no se han propiciado las condiciones necesarias para que se genere un comercio electrónico en México.

DECIMA: Las exportaciones han enmarcado la base de la economía mexicana al menos en el tercer trimestre de 1999; en comparación en el consumo nacional y la inversión, sin embargo, en cuestión a comercialización por Internet, México está prácticamente nulo, pese a que cuenta con los sistemas tecnológicos necesarios, el costo de conexión comparativamente con otros países es demasiado bajo y hoy en día el adquirir una computadora presenta grandes facilidades, el rezago en comercio electrónico en México es inminente.

Las principales causas de éste rezago:

- Falta de Interés por parte de los empresarios
- Falta de un ambiente propicio hablando económica, jurídica y socialmente para el desarrollo del comercio electrónico.
- Ignorancia por parte de los empresarios

Las estimaciones de crecimiento de México también son poco alentadoras al no contar con datos que deben proporcionar los principales organismos del gobierno como el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)

Así mismo, de no preparar el gobierno un ambiente propicio para el comercio electrónico y dejar de ser el empresario un

espectador y convertirse en un negociador, México se retrasará años por días, pues es necesario recordar que de un día a otro el comercio electrónico cambia totalmente su situación a causa de la acelerada forma en que se llevan todos los movimientos en Internet.

Glosario de términos

- **Aduana:** organismo facultado para controlar el tráfico internacional de las importaciones y exportaciones. Designa igualmente todo lugar donde está situado un funcionario aduanero, delegado con autoridad para tasar y recaudar derechos sobre importación y/o exportación de mercancías, que causan a favor del tesoro público.
- **Arancel:** es la nomenclatura oficial de mercaderías clasificadas con la determinación de los gravámenes que deben causarse con motivo de la importación y/o exportación.
- **Balanza comercial (BOT):** el superávit o el déficit anual neto del comercio de una nación, basado en la diferencia entre el valor de sus importaciones y exportaciones.
- **Browser:** navegador que permite mantener una conversación electrónica en tiempo real entre uno o más usuarios.
- **CIF (Cost Insurance & Freight):** *Costo, Seguro y Flete* término Internacional de comercio que sirve para reflejar una condición de venta que incluye precio de la mercancía, el importe del flete y el del seguro, hasta el puerto de desembarque.

- **Despacho aduanero:** formalidad aduanera que es necesaria para poner las mercancías importadas a la libre disposición de sus dueños, colocarlas bajo otro régimen aduanero o exponerlas.
- **Domain Name System (DNS):** Sistema de localizador de dirección IP correspondiente al nombre de dominio, ejemplo: bancomext.com.mx
- **Download:** acción de "bajar" un archivo, o software de una computadora a otra.
- **E-mail:** abreviación de correo electrónico.
- **FAQ:** lista de preguntas y respuestas mas frecuentes, muy utilizadas por empresas para que los usuarios no tengan que esperar una respuesta por otro medio.
- **FAS (Free Alongsid Ship):** *Libre al costado del buque* responsabilidad de un fletador de entregar los productos en el muelle y al alcance de las grúas del barco.
- **File Transfer Protocol (FTP):** Herramienta (Software) que permite la transferencia de software o texto de una computadora remota a otra, una herramienta muy usada por las empresas relacionadas con la informática.
- **FOB (Free on Board):** *Libre a bordo* significa que los costos de flete y seguro los paga el Fletador.
- **Franquicia del pasajero:** tránsito de mercancías sin pagar derechos.
- **Incentivos fiscales:** son beneficios fiscales que un gobierno no puede conceder a los exportadores en forma de subsidio o como exención tributaria.
- **INCOTERMS:** términos Internacionales de comercio, aprobados por la cámara de comercio Internacional, revisión de 1953, folleto 166, que permite interpretar

las principales expresiones empleadas en los contratos de compraventa internacional.

- **Home Page:** Documento en hipertexto (html) que se despliega al acceder un sitio Web, su importancia radica en que es la que dará la bienvenida a los usuarios.
- **Hyper Text Markup Language (HTML):** lenguaje de los documentos contenidos en el World Wide Web basados en hipertexto normalmente están señalados en la página Web en la página Web de color azul y nos dan acceso a otros sitios.
- **Hyper Text Transfer Protocol (HTTP):** protocolo de acceso al Word Wide Web.
- **Internet Service Provider (ISP):** Empresa dedicada a prestar servicios de conexión a Internet basada en una cuota mensual.
- **Listserv:** lista de correo electrónico automático que se distribuye entre los miembros de una lista acerca de temas específicos, cuenta con supervisores.
- **Mailing List:** Mensaje de correo electrónico automático entre subscriptores acerca de ciertos temas, no existe un moderador o supervisor.
- **MODEM:** dispositivo que va conectado o integrado a una computadora que permite el acceso a la línea telefónica.
- **Net:** abreviación de Internet.
- **Netiquette:** conjunto de normas de comportamiento y códigos de conducta en Internet.
- **Newsgroup:** área de recepción e intercambio de correo electrónico entre usuarios acerca de temas específicos.
- **On-line:** estar conectado en línea con Internet.

- **Password:** clave de acceso a zonas restringidas o particulares, normalmente consta de números y caracteres.
- **Protocol:** procedimiento que posibilita la comunicación entre computadoras.
- **Producto Interno Bruto (PIB):** Es el valor total neto de mercancías y servicios de mercaderías y servicios en un país en un año dado. La palabra "Neto" en la definición, significa que dentro del valor total de los bienes no se incluye el valor de los productos intermedios para el cálculo del PIB.
- **Server:** Servidor, computadora configurada para dar el servicio de receptor de páginas Web, y correo electrónico y hacerlos disponibles a los usuarios.
- **Transmission Control Protocol / Internet Protocol (TCP/IP):** protocolo que hace posible la transmisión entre computadoras, y garantiza el arribo de la información y datos, sobre esta plataforma se creó Internet.
- **Transacción:** operación que resulta en el registro de un asiento contable en los libros.
- **Webmaster:** Propietario de un sitio virtual Web.
- **World Wide Web:** Segmento de Internet que permite la incorporación de texto, audio, video y animación, es considerada la parte fundamental de Internet.

BIBLIOGRAFÍA

Anderson, David. *Artificial Intelligence and Intelligent Systems: The Implications*. Horwood/Halsted, 1989. Forceful, thought-provoking argument for computer as emergent life form.

Ávalos Lira Eduardo; Jaraleño Castillo Emilia; *Dispocisiones en materia aduanera de los Tratados de libre Comercio y Complementación económica*; Instituto Tecnológico de Celaya; (Tesis); 1995.

Bailey, Thomas A. and others. *A Diplomatic History of the American People*. Prentice, 10th ed., 1980. A classic that is easy to read.

Barret Neil; *Internet, Una revolución Silenciosa*; Edit. Selector; 1997.

Barr, Avron and others, eds. *The Handbook of Artificial Intelligence*. 3v. Kaufmann, 1985. Comprehensive, well organized. The standard reference guide.

Bello Salcedo; *Economía Internacional; Digesto de Lecturas, Volumen I y II*; UNAM; 1996.

Bendesky León; *Glosario Reunters de términos económicos y financieros Internacionales*; 1ª edición; México, D.F.; 1998.

Boden, Margaret A. *The Creative Mind: Myths & Mechanisms*. Basic, 1991. Artificial intelligence research on creativity made understandable for the lay reader.

Brown, L. Carl, ed. Centerstage: American Diplomacy Since World War II. Holmes & Meier, 1990. Series of lectures modified for publication.

Buenrostro, Cuervo, Gutiérrez y Rosado; Los negocios en Internet hoy y en México; McGrawHill; 1ª edición; México D.F.; 1997.

Cateora Philip R.; Marketing Internacional; Edit. IRWIN; 8a edición; 1995.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Cuarta edición; McGrawHill; 1997.

Demazet, Labrosse, Ouellet; Inglés para todos, exportar; edit. Larousse; 3ª Reimpresión; México, D.F.; 1995.

Diccionario enciclopédico a color Larousse; Grupo editorial Larousse; tomos 1, 2, 3 y 4; 1985.

Enciclopedia metódica a color Larousse; tomos 1 y 2; Grupo editorial Larousse; 1985.

Hance Olivier; Leyes y negocios en Internet; McGrawHill; México D.F.; 1996.

Haugeland, John. Artificial Intelligence: The Very Idea. MIT, 1985. Authoritative, incisive, masterly treatment for a general audience.

Hernández Roberto, Fernández Carlos y Baptista Pilar; Metodología de la Investigación, McGrawHill, 1994.

Ley de Comercio Exterior y su reglamento; Edit. Gemika; 1994.

Mercado Salvador; Comercio Internacional II; Limusa; 1994

Minsky, Marvin. The Society of Mind. Simon & Schuster, 1987. Pioneer computerist explains thinking, language comprehension, and machine intelligence.

Montes Eriksen Oscar; Internet como estrategia de promoción; Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT); 1ª edición; Enero de 1998.

Osorio Arcila Cristobal; Diccionario de Comercio Exterior; Grupo Editorial Iberoamérica; 1995.

Penrose, Roger. Emperor's New Mind: Concerning Computers, Minds, and the Laws of Physics. Oxford, 1989. Noted physicist's brilliant defense of humans' exclusive possession of consciousness and independent thinking ability.

Schank, Roger C. Tell Me a Story: A New Look at Real and Artificial Memory. Scribner, 1990. Clear distinctions between machine and human memory and intellect.

Sharples, Mike, Hogg, David, Hutchison, Chris, Torrance, Steve, and Young, David. Computers and Thought: A Practical Introduction to Artificial Intelligence. MIT, 1989. Understandable introduction to AI and cognitive science

Vega Cánovas Gustavo; Liberación económica y libre comercio en América del Norte; El Colegio de México; 1ª Edición; México, D.F.; 1993.

York Houston Carl; Theories for International conflicts; EDIT McGrawhill; 1996; P.P. 389.

OTRAS FUENTES:

Becerril Isabel; Lista negra de importadores y exportadores; Economía; El Financiero; Miércoles 17 de Noviembre de 1999; p.p. 20

Cacho López Yalín; Publicidad en Internet, negocio a largo plazo; Negocios; El Financiero; 23 de Septiembre de 1999. p.p. 28

Colmenares Páramo David; ¿Para cuándo la reforma fiscal?; Opinión; El Financiero; Viernes 3 de Diciembre de 1999; p.p. 45

Curso de Internet; Departamento de Desarrollo Humano; Universidad de Celaya; 27 de Abril de 1998; Manual del estudiante; Ing. Cuauhtémoc Gonzáles Vázquez.

Entrevista: León Margarita; Bookstore Bajío S.A.; 1º de Diciembre de 1999; 1:15 p.m.; Celaya, Guanajuato.

Entrevista: Mandujano Jaime; Av. Arboledas 112; 5:30 p.m.; 3 de Diciembre de 1999, Celaya, Guanajuato.

Entrevista: Pérez Juan Antonio; Despacho de comercio Internacional "Veridique"; 5:38 p.m.; 4 de Diciembre de 1999; Celaya, Guanajuato.

Ferris Decon Pedro; Para empezar; Stereo Digital; México D.F.-Celaya, Gto; 2 de Diciembre de 1999; 8:30 hrs.

Flores Gerardo, Avanza la incorporación de contribuyentes al padrón; finanzas; El Financiero; Jueves 2 de Diciembre de 1999; p.p. 8

Guadarrama José de Jesús; Desconocimiento, principal barrera contra el comercio en línea; Lunes 24 de Noviembre de 1999; p.p. 34

Guadarrama H. José de Jesús; Desencanto de tiendas virtuales por bajas ventas; Negocios; El Financiero; Jueves 25 de Noviembre de 1999; p.p. 35

IBM-Mindvox de Celaya; Dominio de páginas web en el comercio electrónico de Celaya, Gto; 27 de Noviembre de 1999.

Lammonglia Balam; El comercio informal desde la óptica de las aduanas, Servicio de Administración Tributaria; 1º de Diciembre de 1999; p.p. 19- 20

La Nueva supercarretera en la Información interactiva; principios para un desempeño de clase mundial; International Training Center; San Diego State University; Noviembre, 1997.

Mayoral Jiménez Isabel; la economía cerrará con un crecimiento superior al 3.5%; Finanzas; Martes 30 de Noviembre de 1999. p.p. 8

Microsoft ® Encarta. Copyright© 1993-1994 Microsoft Corporation. Copyright (c) 1993 Funk & Wagnall's Corporation.

Microsoft ® Encarta '97. Copyright© 1993-1996 Microsoft Corporation. Copyright (c) 1993 Funk & Wagnall's Corporation .

Microsoft ® Encarta '98. Copyright© 1993-1997 Microsoft Corporation. Copyright© 1993 Funk & Wagnall's Corporation

Microsoft ® Encarta '99. Copyright© 1993-1998 Microsoft Corporation. Copyright© 1993 Funk & Wanall's Corporation.

Muestreo: 125 páginas comerciales mexicanas encontradas en el buscador electrónico Altavista.com: 28 de Noviembre de 1999; Celaya, Guanajuato; 11:43 a.m.

Muestreo: 50 páginas pornográficas obtenidas por el buscador electrónico Altavista.com; 29 de noviembre de 1999; Celaya Guanajuato; 9:05 a.m.

Mundo digital; Discovery Channel; 5 de Noviembre de 1999; 5:00 pm.

Navarrete Rodolfo; Heterogénea recuperación económica; El Financiero; Lunes 27 de septiembre de 1999; p.p 24

Notimex; Propensas al "error de milenio" en EU, 500 mil pequeñas empresas; Negocios; El Financiero; Lunes 22 de Noviembre de 1999; p.p. 72.

Pazos Luis; Hacienda, entrampada; Opinión; El Financiero; Miércoles 22 de Septiembre de 1999; p.p. 45

ReunTERS; Clinton insta a Europa a fomentar el uso de la Web; Telecomunicaciones e Informática; El Financiero; Lunes 22 de Noviembre de 1999; p.p. 73

ReunTERS; Compra on-line pone en jaque al comercio electrónico; Telecomunicaciones e Informática; El Financiero; Lunes 29 de Noviembre de 1999; p.p. 78.

ReunTERS; Habría daños en Internet por el Y2K, prevén expertos; Telecomunicaciones e informática; El Financiero; Lunes 6 de diciembre de 1999; p.p. 81

Rodríguez López Leticia; Ahuyentan a inversionistas el fisco y la excesiva regulación; Economía; El Financiero; Miércoles 1º de diciembre de 1999; p.p. 24

Ruiz Joel; Lavado de Dinero de narcotraficantes en Internet; El Sol Del Bajío; Organización editorial mexicana; Sábado 11 de Abril de 1998; p.p. 3-B.

Seminario de Actualización Aduanera 1998; Universidad de Celaya. (1º de Abril de 1998); Lic. José Isselín.

Venegas Rodrigo; Crecimiento del PIB en las tres ultimas décadas; Análisis; El Financiero; Miércoles 22 de septiembre de 1999; p.p. 3ª

Website NIC-México; webmaster@nic.mx

www.amace.org.mx

www.adultcheck.com

www.secofi.gob.mx/directorio/programas/exportaciones

www.unix.com/information/operation

www.fraud.com

www.bancomext.gob.mx

www.elfinanciero.com.mx/finanzas/

www.elfinanciero.com.mx/negocios/

www.msn.com

ANEXOS

5. TIPOS DE CERTIFICADOS DE ORIGEN

Función

1. Avalan origen:

- Art. Mexicanos
- SGPC (especial)

2. Avalan cumplimiento a normas de origen para trato preferencial:

- SGP
- ALADI
- ACE 17
- TLCAN
- TLC México-
Costa Rica
- TLC Nicaragua
- TLC G3
- TLC Bolivia

El Sol del Bajío

Narcotraficantes

Doblemente Complicado
Detectar el Dinero
Cibernético Coinciden
en el Grupo de Contacto

Por Joel RUIZ

Lavan Dinero en Internet

México, (OEM). Para las autoridades mexicanas y estadounidenses existe una nueva preocupación en el combate del lavado de dinero proveniente del narcotráfico, en virtud de que en la actualidad los grandes cárteles utilizan la tecnología de punta como Internet para crear empresas en las que invierten sus ingresos obtenidos ilícitamente por otras vías, en especial a través de prestanombres.

Estas compañías pueden abarcar desde la venta de afilares hasta la adquisición de acciones o firmas de asesoría financiera, muchos de cuyos clientes son miembros de los mismos cárteles o prestanombres que realizan operaciones para el "blanqueo" del dinero.

Luego de la más reciente reunión del Grupo de Contacto de Alto Nivel, los representantes de México y Estados Unidos coincidieron en que es doblemente complicada la identificación del "dinero cibernético" por lo que urgieron a redoblar acciones en materia de cooperación e intercambio de información al respecto.

Reconocieron que esta actividad ilícita es una de las más difíciles de identificar por parte de las autoridades bancarias y hacendarias, por lo que se están elaborando manuales con lineamientos para poder detectar con prontitud este tipo de operaciones.

Asimismo, la Procuraduría General de la República (PGR) dijo al conocer recientemente la creación de la Unidad Especializada contra el Lavado de Dinero, que una de las prioridades administrativas más importantes es la colaboración a través de asistencia técnica con la región.

Además del intercambio de información y el uso de las nuevas técnicas tecnológicas, los representantes de ambas naciones coincidieron en realizar investigaciones conjuntas para detectar las diversas operaciones que se realizan a través de Internet.

Las investigaciones realizadas por el FBI revelaron que a través de Internet narcotraficantes están creando un nuevo sistema de "blanqueo" de dinero proveniente del tráfico de drogas. En la mayoría de los casos utilizan una llamada "supercarretera" de la información para crear algunas empresas de servicios que luego utilizan a través de prestanombres para realizar inversiones o cualquier otro tipo de transacciones.

Ahora los narcotraficantes están utilizando el "dinero electrónico" mediante el cual hacen legales sus ingresos ilícitos.

Este tipo de operaciones también las realizan en las instituciones bancarias, simplemente a través de llamadas telefónicas o conectándose a la red de los bancos, sin embargo en este proceso es más fácil identificar las transacciones ilegales mediante la cuantificación de las inversiones.

Celaya, Gto.
SABADO
Abril de 1998

Buscar en el Web:

Internet es TODO un mundo de información , por eso es que es necesario algunas veces encontrar información específica sobre algún tema.

Hay varias maneras de buscar información en el Web. Cuando hace clic en el botón Buscar de la barra de herramientas, aparecen las barras del explorador a la izquierda de la ventana. Estas barras le proporcionan acceso a diversos servicios de búsqueda que ofrecen diferentes clases de capacidades de búsqueda. Pruebe los distintos servicios de búsqueda para ver las clases de información que proporcionan.

Si desea buscar información adicional rápidamente, puede utilizar la característica Búsqueda automática; escriba go, find o ? seguido de una palabra o una frase, en la barra de direcciones. Internet Explorer iniciará inmediatamente una búsqueda mediante el servicio de búsqueda predeterminado.

Una vez que esté en una página Web, puede buscar un texto específico en dicha página. Para iniciar la búsqueda, haga clic en uno de los vínculos siguientes:

www.yahoo.com

www.altavista.digital.com

www.excite.com

www.lycos.com

www.infoseek.com

Estos son algunos de los sitios más comunes de búsqueda en Internet , la mayoría incluyen un lugar para introducir el parámetro de búsqueda , recuerde ante todo que éstos son

mecanismos de búsqueda que NO piensan , sólo encuentran coincidencias de lo que usted pide , así que puede encontrarse con una gran cantidad de “basura” al buscar información .

Restringiendo la búsqueda.

Cuando usted usa un mecanismo de búsqueda éste seguramente contiene “filtros” para su información o subcategorías de búsqueda como por ejemplo , Areas de Humanidades , Ciencias , Economía , Deportes y entretenimiento , etc.

Usando operadores lógicos al buscar información

Otra de las formas de restringir su información es usando operadores lógicos , lo anterior se ilustra mejor con un ejemplo :

Supóngase que usted busca información sobre “software Administrativo” , entonces usted introduce en la parte de SEARCH las palabras “software Administrativo” , al presionar SEARCH , usted obtiene miles de coincidencias con las dos palabras (o millones tal vez) , y tardaría bastante tiempo en encontrar algo de utilidad .

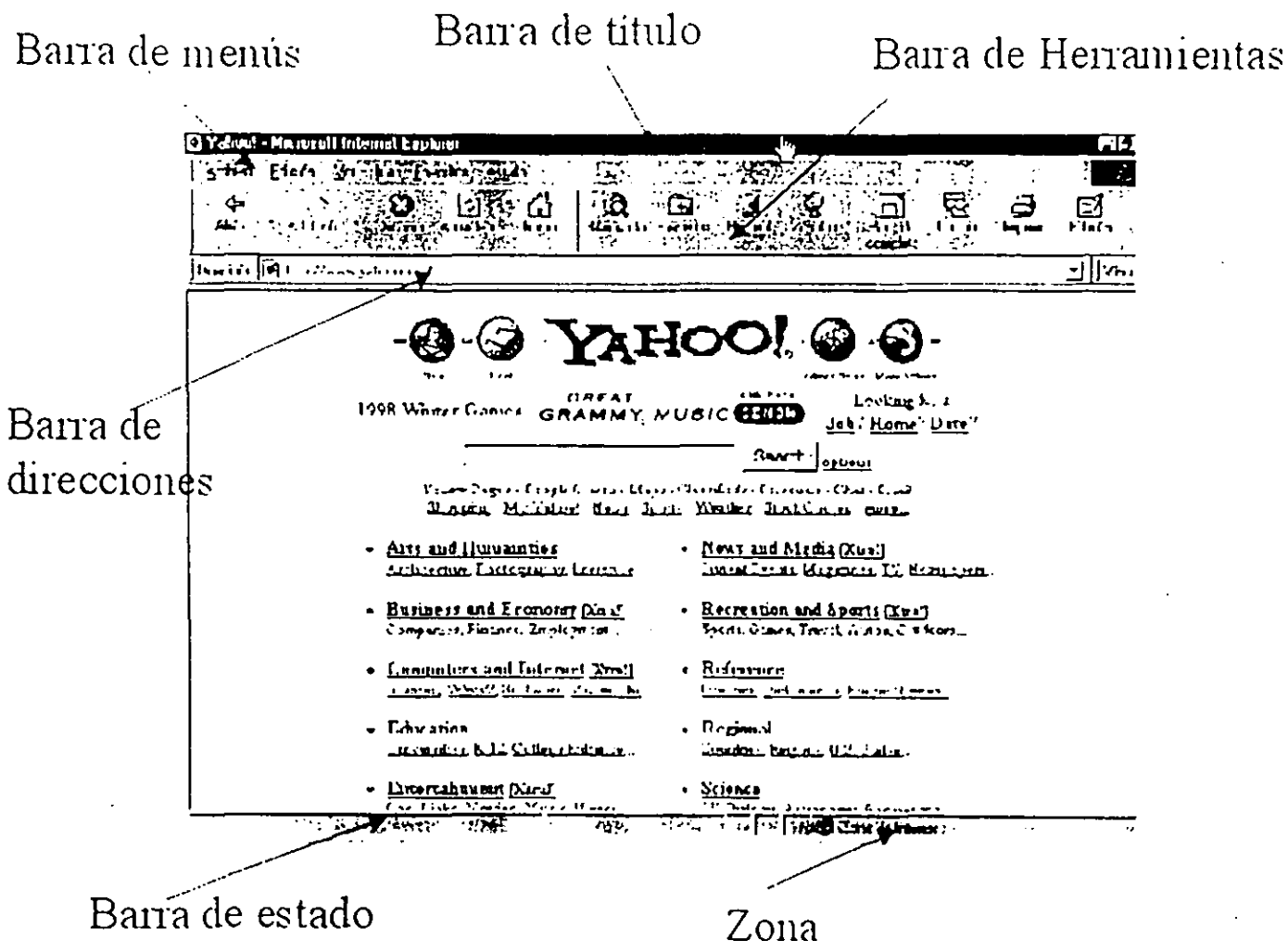
Ahora introduzca : “Software” + “ Administrativo” y el resultado será más restringido debido a que el mecanismo sólo busca en aquellos sitios que contengan las dos palabras juntas .

Supongamos que necesito la misma información pero no me interesa el software de la marca ASPEL , entonces introduzco lo siguiente :

“software” + “ administrativo” – “ASPEL”

de esta manera el mecanismo sabe que no deberá desplegar aquellas páginas donde aparezca dicha palabra

Internet explorer , es un visualizador que permite observar el contenido de la www en su computadora , sus partes principales se muestran a continuación .



Partes principales de Internet Explorer

Si en su computadora usted nota que falta alguna de las partes que se muestran en la figura anterior , use el comando ver de la barra de menús y active la barra faltante

- Barra de direcciones

La barra de direcciones es la parte más importante de Internet Explorer por que permite insertar una dirección de una página web ,(por ejemplo www.microsoft.com) basta con que usted la escriba y a continuación presione la tecla "Enter" y el Internet Explorer buscará y visualizará la página si ésta existe.

- **Barra de Herramientas**

La Barra de Herramientas contiene los comandos más usados al visualizar páginas del www , algunos comandos son parecidos a los empleados en cualquier aplicación de windows como , copiar cortar y pegar , algunos otros le permiten navegar entre la página web que usted esté visualizando.

- **Barra de Estado**

La Barra de Estado le permite saber la situación de la página en todo momento sus mensajes más comunes son :

- *Buscando el sitio ...* Le informa que Internet Explorer está tratando de "resolver" el nombre que usted a introducido a una dirección ip válida
- *Conectando con el sitio ...* Le informa que Internet Explorer ha resuelto la dirección y está tratando de establecer contacto con el sitio , si el sitio está apagado o no funciona , le mandará un mensaje de error.
- *Sitio Web encontrado , esperando respuesta...* Le informa que Internet Explorer ha establecido contacto con la dirección y a continuación se dispone a "descargar" la información del mismo.
- **Zona** La zona le informa en dónde está trabajando en este momento el Internet Explorer , si dice una cosa diferente a "*Zona de Internet*" usted no está conectado , o está viendo información que tal vez esté físicamente almacenada en su disco duro o en la red de su compañía .

INTERNET FRAUD WATCH

INTERNET SPECIAL ALERT

Remarks by
Phillip C. McKee, III
Internet Fraud Watch Coordinator
to the
National Trust Conference
Public Awareness Day
Sponsored by the Internal Revenue Service
January 14, 1998

One hundred years ago next year, the National Consumers League was formed as America's first nonprofit consumer group. At that time, the League was at the forefront of the consumer movement fighting overcrowded working conditions, unsanitary food handling procedures, and other market and workplace abuses. NCL is still leading the charge to protect the American consumer. One of the many threats facing consumers today is fraud. Criminals attempt to raid the pockets of consumers over the phone, through the mail, in person and over the Internet.

To fight this growing threat, the National Consumers League founded the National Fraud Information Center in 1992. NFIC was intended to fight telemarketing fraud through prevention and by improving the enforcement capabilities of federal and state agencies. We run a national 800# hotline where consumers can call to ask questions and report cases of fraud. That number is 1-800-876-7060. Consumers all across the U.S. and Canada now know to call NFIC before sending their money. We handle on average 350 calls a day at

the NFIC phone center. Of these, approximately 65% are consumers getting help before they lose their money. Unfortunately, the remaining 35% are consumers who have already lost money to scam artists. But we can still help them. Our telephone counselors can assist English or Spanish speaking consumers by taking a full report of what happened, including all the information a law enforcement agency would need. This report is entered into our computer system and uploaded to the Federal Trade Commission's/National Association of Attorneys General's fraud database. It is also faxed out on a real time basis to any of more than 160 law enforcement agencies whose interests match the report. We also can fulfill special information requests from federal, state and local law enforcement agencies. NFIC works closely with authorities in both the US and Canada to ensure that all cases of fraud reported to us are referred to the appropriate agents.

In early 1996 the National Consumers League decided to expand its efforts to cover scams in cyberspace. Thus was born both the NFIC website and the Internet Fraud Watch project. With the creation of www.fraud.org, consumers from all across the globe can get tips on how to avoid scams or can report fraud through our online forms 24 hours a day, 7 days a week. Fraud.org receives over 60,000 visits and over 1300 e-mails per week from consumers all across the globe. Internet Fraud Watch compliments the efforts of the National Fraud Information Center by performing the same prevention and reporting functions for Internet based fraud as NFIC does for telemarketing. IFW uses the same 800# and website as NFIC, allowing consumers and law enforcement one call or URL for all the information they need on telemarketing or Internet fraud.

While many of the scams found online are simply revised versions of tried and true telemarketing or mail frauds, the Internet itself creates a whole new set of problems for law enforcement and opportunities for criminals. There are millions of people online, with thousands of new users every day. Each one of these consumers is a potential victim. Once online, consumers are bombarded with unsolicited commercial e-mail (spam) advertising everything from legitimate services to fraudulent investment schemes. Websites abound offering both legitimate and fraudulent products and services. Consumers often find it difficult to determine which site is truly legitimate and which one is trying to steal their hard earned cash. Internet Fraud Watch and other

groups attempt to educate consumers on how to spot a scam, but plenty of people find out too late.

Of particular interest here are fraudulent offshore trusts marketed over the Internet as a means to evade taxation. Not only have countless consumers received unsolicited e-mails advertising such services, but many more are also out searching on their own for a way to avoid paying taxes. Attempting to avoid taxes is almost as much an annual American past time as is the world series. But unlike baseball, tax evasion is an illegal preoccupation. Especially at this time of year, thousands of Americans are looking for ways to avoid paying taxes the next time Uncle Sam comes calling. And for those that want to find ways to avoid taxes, the Internet is a perfect resource.

Do a search on the phrase "tax evasion" in one of the most comprehensive Internet search tools, Hotbot, and you'll get a list of 19,800 places on the Internet. In truth, some of those sites are legitimate agencies warning consumers about the illegality of tax evasion, but the vast majority are offering some tax evasion scheme or another for sale. A search of newsgroup postings using DejaNews finds 7109 newsgroup articles posted within the last two years selling tax evasion schemes. If you know exactly what you want and search for the words, "offshore," "bank," and "trust," then you'll find 12,159 different sites discussing the use of offshore trusts to avoid taxes. Once again, many are warning against the practice but most are promoting it. DejaNews has 4045 newsgroup articles since 1995 selling offshore trusts. And that's not counting all of the unsolicited e-mails offering offshore trusts to consumers. Clearly, if a consumer wants information on how to use an offshore trust to evade taxes, that information is there for the taking.

There are several different schemes offered to consumers online. The most basic is a simple offshore trust. The company claims that if a consumer pays the company a fee, then the company will set up an offshore trust to which the consumer will transfer all assets and thereby avoid all taxes on any income or use derived from those assets. There are several problems with this scheme. Many consumers find that the companies never set up the trusts in the first place. Some companies will set up the trusts but then place themselves as the beneficiaries instead of the consumer. When the consumer does the asset transfer, all of his/her hard earned money and property is now

owned by the company and is forever lost. And finally, even if the company does set up the trust and the consumer is able to transfer ownership but maintain control of the assets, as long as the consumer still derives use from the assets under IRS regulations the consumer still owes taxes. Not only is the consumer paying money for a service that is useless, but he or she is breaking US law in the process by attempting to evade taxes.

Another, more complex and more common variation involves the combination of a pyramid scam, fake credit card issuer scam, and the offshore trust scam. In this case a consumer purchases a "banking center." This center comes complete with an offshore trust which acts as a security for an secured credit card. The consumer is then called a distributor and entitled to recruit new members and sell them "business centers." A portion of the profit from each business center sold is then deposited in the vending consumer's trust. The income is paid to the trust, not directly to the consumer. The perpetrators of this scam tell consumers that once they begin selling centers they can use their credit cards to cover personal expenses and never pay the bills. The charges will be paid off automatically by money deducted from the security - in other words the consumer gets to use the money deposited in the trust without being the official recipient of the income. The scam artists claim that this is how to avoid taxes. The dream promoted by the crooks is that a consumer will be able to make a living by selling centers and won't have to do any other work at all. And of course, the crooks encourage their victims to transfer other assets into the trusts as well.

The problems with this scenario are legion. First, as with any other pyramid scheme, sooner or later it has to collapse. Since money is supposed to be made by selling centers, and there are a finite number of centers that can possibly be sold, there will wind up being a substantial number of people who are unable to recoup their original investment. The second problem is the trust itself. Many victims find that they've paid their fees but the company doesn't set up a trust at all. The crooks simply take the money and run. Even if a trust is set up, the issuance of the credit card is often a problem. Once the victims have paid their several thousand dollar fee, many find that they've got a trust but the bank won't issue them a credit card. They find that they cannot reach their supposedly hidden assets. And of course, this scheme has

the same problem as the first; since the consumer still derives full use from the assets, in the eyes of the government taxes are still owed by the consumer.

Many times these scams are marketed not just as a way a savvy investor can avoid paying taxes. The offers are cloaked in the rhetoric of the extreme right. Websites of this type usually start off with page after page of spurious logic trying to prove that the U.S. government has no legal right to levy taxes on its citizens. Sometimes they provide poor legal reasoning that attempts to prove it is possible to opt out of the current tax system. They use lines appealing to patriotism or the original spirit of the constitution. Often times the sites refer to the watershed moments in the extremist movement - Waco, Ruby Ridge, etc.. The scam artists themselves are not freemen or militia members. Usually they don't believe in that ideology at all. They simply know that the type of person who does believe is a perfect target for a scam promising to protect assets from a supposedly "criminal" government. And a con artist never passes up a gullible mark. These consumers often won't talk to the government but they will report to us. They shy away from a .gov domain name, but a .org is a friend.

As you can tell, a whole list of agencies could theoretically bring cases against the operators of these scams. Of course, there's the Internal Revenue Service and Department of Justice, as mentioned by Mr. Wilson of the IRS. The FTC could file charges for deceptive marketing and for running illegal pyramid schemes. The State Attorneys General can also bring similar charges. Moreover, the perpetrators can be prosecuted for unauthorized practice of law if they purport to perform legal services. Since usually these schemes involve soliciting deposits for an offshore bank, if that bank isn't registered with the state banking regulators, then they usually can also file charges. So, theoretically, there could be several different investigators all spending their energy on the same case, covering the same information and filing suits against the same company. In such a situation there is a definite need for cooperation.

Our NFIC and IFW programs can help. When consumers have reported scams to us either over the phones or through our website, we then make sure that any agency which has requested information on that topic gets it. If any agency asks for a special search for such information we happily provide it, through there may be a research fee

in some instances. However, there is one question we hear over and over - a question we can't answer. "Who else is investigating this company?" Most agencies don't tell us if they've decided to launch an investigation. We simply know that the information was faxed to them. We can't tell if the report is being investigated or if the report was thrown away. Usually the first time we are alerted is when a press release is issued announcing that charges were filed or settled. Obviously, if the question is being asked, knowing if another agency is working the same case would be of use to an investigator.

Cooperation during these investigations allows for better use of resources. Some agencies are simply better set up to do certain types of work. If agencies are working together, they can maximize efficiency by sharing findings and concentrating on what they do best. However, such cooperation requires communication. Especially when the scams fall into so many people's territories, communication is absolutely essential. Many agencies cannot reveal to the general public that they are investigating a company. There are also some legal constraints on sharing information between agencies in the U.S. and other countries. But some states have public reporting laws that require them to release such information. The representative from the Florida Attorney General's office mentioned that such is the case in his state. It is even possible to search the current investigations of that office through their website. To shut down these scams before too many consumers are lured into perpetrating tax evasion, agencies must communicate amongst themselves and cooperate in investigations where possible.

As an information clearinghouse for consumer reports on fraud, NFIC and IFW could be invaluable assets in that communication. Our existing systems could be modified to better facilitate communication and coordination. But before any of that can happen, representatives from law enforcement agencies must sit down with each other and with representatives of NFIC/IFW to lay a foundation for greater cooperation.

Reciprocal links on websites and mentions in each other's publications are a good start. As mentioned earlier by another speaker, it's also useful to publicize each other's actions. Even if a judgment or settlement against a company only effects consumers in one state, the simple presence of a settlement often is enough to dissuade consumers

in another state. For example, recently Oregon took action against the makers of "The Laundry Solution." This product was marketed as being able clean laundry without using detergents. After testing the product, the Oregon Department of Justice found it could not perform as advertised. They forced the manufacturer and distributor to stop selling the product in Oregon and to provide money for consumer refunds. Now, that settlement does not apply to consumers in other parts of the country. But, when consumers in other states hear about it they ask, "If it's not good enough for someone in Oregon, why is it good enough for me?"

We also need help from the public to sustain our services. In 1996, an AARP poll of senior citizens found that NFIC had a 25% name recognition. Our phone number is printed repeatedly in articles all across the country. Our website has been promoted in magazines, TV shows, and newspapers not just in North America, but also in Europe and Asia. Many consumers have gotten the message to call us. But we need more counselors to handle the increasing demand for advice and reporting fraud. If NFIC/IFW is going to continue to serve as the primary data source for the FTC/NAAG database and if we are going to continue to provide our fax alert service to law enforcement, then we need to supplement the donations we receive from corporations - which don't cover our operating costs. Law enforcement agencies can help by directing part of settlement funds to our NFIC/IFW programs.

The problem of offshore trusts is not just a problem of non-compliance with tax codes. It is a problem of consumer fraud. Consumers are being fooled into thinking that what they are doing is actually legal. And often times the promised services are never even provided, or they are provided in a form that is useless even as a means to evade taxation. The solution is not simply greater enforcement of tax codes in relation to individual trust owners. The solution involves a larger cooperation of federal and state law enforcement agencies and consumer groups such as NCI's National Fraud Information Center and Internet Fraud Watch projects. We must educate consumers about the illegality of these schemes. We must communicate to ensure that everyone in the law enforcement community who needs information, gets that information. We must cooperate so that the most effective tools at each agency's disposal are used in a coordinated attack that stops the vendors of these schemes in their tracks and helps bring

individual taxpayers into compliance. The solution involves the government, consumer groups and consumers.

SEARCH THIS SITE

Links for Non-Frames Version

| [What is the Internet Fraud Watch?](#) | [Internet Tips](#) |
| [Internet Statistics](#) | [Internet News Index](#) |
| [Internet Special Alert](#) | [Archived Special Alerts](#) | [Project](#)
| [IFW Thanks...](#) |

| [About NFIC](#) | [About the National Consumers League](#) |
| [About the Alliance Against Fraud in Telemarketing](#) |
| [Telemarketing Fraud](#) | [Internet Fraud Watch](#) |
| [Fraud Against the Elderly](#) |
| [News & Views](#) | [Links](#) | [For the Media](#) |
| [How to Report Fraud & Ask Questions](#) |
| [How to Help](#) | [Thanks...](#) |
| [Back to Welcome Page \(Frames Version\)](#) |

NFIC is a project of the National Consumers League.
All rights reserved. © 1998.

National Fraud Information Center

Online Incident Report Form

Instructions

If you wish to file a report, please fill out this form as completely as possible. You will be contacted if the information provided is insufficient. Please do not include any personal financial information in this report.

If you wish to ask a question or request specific information, please use the NFIC Question & Suggestion Form.

Please note, fields followed by * are required fields.

* Your Name:

Your Organization: (if applicable)

* Your E-mail Address:

* Street Address 1:

Street Address 2:

* City:

State/Province:

* Zip Code/
Postal Code:

Country:

(If not US
or Canada)

Home Phone: - -

Work Phone: - -

International Phone
(if applicable):

Year of Birth:

(i.e. 1936)

(optional, for statistical purposes only)

* Name of Company or

NFIC Online Incident Report Form

Page 2 of 3

Individual being
reported:

Company URL:

(If company or individual was
encountered on an online auction, please
include the URL of the auction site along
with any other applicable URLs.)

Company E-Mail
Address:

Company Address 1:

Company Address 2:

Company City: State/Province:

Zip Code/ Country:

Postal Code: (If not US
or Canada)

Company Phone: - -

Company
Representative Name:

How did you first
encounter this (If an
company/individual: online auction, please choose "website")

* * *

Amount of Money \$

Requested: (In US\$)

Amount of Money \$

Actually Paid: (In US\$)

Payment Method Used:

If Credit or Debit Card,
Name of Issuing Bank:

DO NOT send us your credit card or bank account number.

We DO NOT need that information.

Courier or Postal
Service Used:

Date of Transaction/ / /

Initial Contact: (MM/DD/YY)

In your summary please include a full description of the good or service offered, what happened, what you have

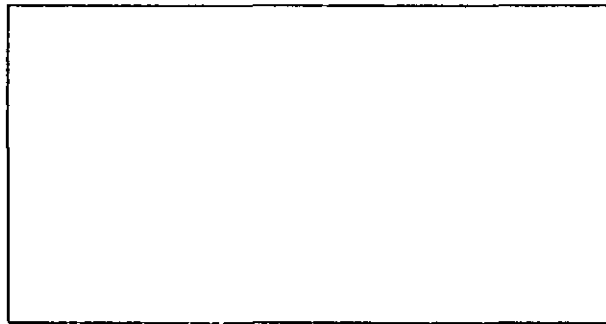
<http://www.fraud.org/info/repoform.htm>

29/09/98

NFIC Online Incident Report Form

Page 3 of 3

attempted to do so far, and an explanation of anything you feel is unclear in another section of this form. DO NOT append or paste entire e-mails or e-mail conversations into this text box. Type a summary only. If we do not receive sufficiently clear information, NFIC/IFW will be unable to process your report. Due to the high volume of e-mails received by NFIC/IFW, we may not be able contact you and request additional information if a report is unusable. It is very important for you to be clear and concise.



[BACK TO WELCOME PAGE](#)

Thank You.

We will try to send confirmation of receipt of your report as quickly as possible. We will not be able to send confirmation if you have not included your e-mail address.

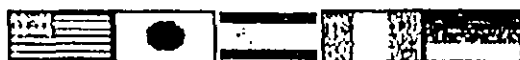
Please, do not use this form to relay confidential information. Never reveal personal financial information in an unsecure environment. Only reveal such

reason.

<http://www.fraud.org/info/repoform.htm>

29/09/98

Adult Check



[English](#) | [Japanese](#) | [Spanish](#) | [French](#) | [German](#)

► [Solicitar
Identificación](#)

► [Optimizar
Identificación](#)

► [Solicitud
Segura](#)

► [Más
Información](#)

► [Información
sobre
Administrador de
Web](#)

► [Sitios Web
Participantes](#)

Adult Check es el **Sistema de Verificación de Edad más Grande** en la Red, protegiendo miles de sitios web al no permitir acceso a espectadores menores de edad. Por muchos años, Adult Check ha provisto servicios de verificación de edad a un gran porcentaje de sitios para adultos en la Red.

Adult Check Gold es un escaparate para sitios web de alta gama, que cumplen con nuestros requisitos estrictos de diseño y contenido. Con gráficas sobresalientes y contenido extenso, los sitios participantes Adult Check Gold representan los mejores sitios Web para adultos. Los

sitios Adult Check Gold son los sitios con más cantidad de contenido y entretenimiento disponibles en la Red. **¡Ninguno de nuestros sitios Adult Check Gold participantes tiene alguna cuota adicional o áreas de pago, pues se les requiere ser completamente 100% accesibles con una identificación Adult Check Gold !**

Si ya posee una identificación Adult Check, puede optimizar esta a Adult Check Gold [haciendo clic aquí](#).

Al optimizar la categoría de su identificación Adult Check actual, o comprar una identificación Adult Check en conjunto con la mejora a Adult Check Gold, no solo recibirá acceso a sitios Adult Check regulares, sino que también recibirá **acceso exclusivo ilimitado** a cientos de nuestros megasitios Adult Check Gold, y el primer vistazo a todos los sitios nuevos que añadimos semanalmente.

Esta es nuestra manera de proveer para usted, el usuario, una oportunidad de entrar a megasitios de alta gama sin tener que pagar una cuota en cada sitio.

¡Nuestros megasitios AC Gold participantes sólo son accesibles con una identificación Adult Check Gold!

Si ya posee una identificación Adult Check haga clic :

Nombre:

Apellido:

Dirección:

Ciudad:

Estado/Provincia:

Código postal:

País:

Dirección completa de correo electrónico:

Formato: nombredeusuario@dominio.com

Tipo de tarjeta
de crédito:

Escoja tarjeta

Número de
tarjeta de
crédito:

Formato: XXXX-XXXX-XXXX-XXXX

Fecha de
Expiración:

Mes / Año

Escoja
contraseña:

Debe de ser de 8 a 10 caracteres

Sin puntuación

Plan:

Identificación Adult Check Gold solamente - 1 mes (\$14.95)
Identificación Adult Check de 2 años con Optimización a AC Gold por 1 mes (\$31)
 Identificación Adult Check de 1 año con Optimización a AC Gold por 1 mes (\$31)
 Identificación Adult Check VIP por Vida con Optimización a AC Gold por 1 mes (\$31)

Plan mensual de ahorro Gold:

El pago mensual de este plan de ahorro es sólo \$12.90 después del primer mes.

Normalmente, el precio es de \$14.95 por mes, pero al unirse a este plan ahora su precio será solamente \$12.90 por mes, después del 1er mes.

Plan de ahorro:

☒ Borre la marca de este cuadro si NO DESEA beneficio del

Plan Mensual de Ahorro.

Por razones de
seguridad
guardamos
registro de su:

Dirección IP: 148.233.186.53

Friday, 20-Nov-1998 19:57:01 PST

Al hacer clic en 'Someter' usted accede a lo siguiente:

1. Su tarjeta de crédito será facturada por Cybernet Ventures, Inc.
2. Usted está de acuerdo con los términos y condiciones.
3. Usted no revelará su identificación Adult Check Gold a nadie, excepto a

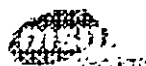
empleado de Cybernet Ventures, para propósito de verificación.

[Cancelar Solicitud](#)

[Revisar Formulario](#)

¡Haga clic sólo una vez!

©1996-98 Cybernet Ventures, Inc.



Hotmail Information

MSN HOTMAIL TERMS OF SERVICE (TOS)

The following are the terms and conditions for use of the Hotmail service including without limitation e-mail, instant messaging through MSN Messenger Service and other services which may be offered from time to time by Microsoft for use with your Hotmail account login name (each feature individually and collectively referred to as the "Service"). Please read them carefully. This Service is provided to individuals who are at least 18 years old or minors who have parental permission to open and maintain an account. BY CLICKING THE "I ACCEPT" BUTTON AND COMPLETING THE REGISTRATION PROCESS, YOU ARE STATING THAT YOU ARE ELIGIBLE FOR AN ACCOUNT AND THAT YOU AGREE TO BE BOUND BY ALL OF THESE TERMS AND CONDITIONS OF THE SERVICE ("TOS").

The Service is offered to you conditioned on your acceptance without modification of the terms, conditions, and notices contained herein.

1. MEMBER ACCOUNT, PASSWORD, AND SECURITY

To open an account, you must complete the registration process by providing us with current, complete and accurate information as prompted by the Registration Form. You then will choose a password and an account name. You are entirely responsible for maintaining the confidentiality of your password and account. Furthermore, you are entirely responsible for any and all activities that occur under your account.

You agree to notify Microsoft immediately of any unauthorized use of your account or any other breach of security.

2. PASSPORT ACCOUNT

When you obtain a Hotmail account, you will automatically be provided with a Microsoft Passport account. Click [here](#) to learn more about Microsoft Passport, its privacy commitment, and the use of your information if you chose to use your Microsoft Passport account.

3. MEMBER PRIVACY

It is Microsoft's policy to respect the privacy of its members. Microsoft will not monitor, edit, or disclose any personal information about you or your use of the Service, including its contents, without your prior permission unless Microsoft has a good faith belief that such action is necessary to: (1) conform to legal requirements or comply with legal process; (2) protect and defend the rights or property of Microsoft; (3) enforce the TOS; or (4) act to protect the interests of its members or others. Microsoft does provide certain user information in aggregate form to third parties, including its advertisers, for demographics. In addition, your Internet Protocol address is transmitted with each message sent from your account. For more information, see the [MSN Hotmail Privacy Statement](#) or the [Microsoft Passport Privacy Statement](#).

Some personal information you provide to Microsoft may be stored outside of the country in which you reside.

You agree that Microsoft may access your account, including its contents, as stated above or to respond to service or technical issues.

4. MESSAGE STORAGE, OUTBOUND MESSAGES AND OTHER LIMITATIONS

The amount of e-mail storage space per member is currently limited to 2MB, and some e-mail messages may not be processed due to space constraints or outbound message limitations. The amount of instant messaging storage space is limited and some messages may not be processed due to space constraints or outbound message limitations. You agree that Microsoft is not responsible or liable for the deletion or failure to store messages or other information.

5. MEMBER CONDUCT

As a condition of your use of the Service, you warrant to Microsoft that you will not use the Service for any purpose that is unlawful or prohibited by these terms, conditions, and notices.

The Service is provided to individuals only and for personal use only. You agree to use the Service only to send and receive personal messages. Any unauthorized commercial use of the Service, or the resale of its services, is expressly prohibited.

You agree to abide by all applicable local, state, national and international laws and regulations and are solely responsible for all acts or omissions that occur under your account or password, including the content of your transmissions through the Service. By way of example, and not as a limitation, you agree not to:

- Use the Service in connection with surveys, contests, pyramid schemes, chain letters, junk e-mail, spamming or any duplicative or unsolicited messages (commercial or otherwise).
- Defame, abuse, harass, stalk, threaten or otherwise violate the legal rights (such as rights of privacy and publicity) of others.
- Publish, distribute or disseminate any inappropriate, profane, defamatory, infringing, obscene, indecent or unlawful material or information.
- Advertise or offer to sell or buy any goods or services for any non-personal purpose.
- Harvest or otherwise collect information about others, including e-mail addresses, without their consent.
- Create a false identity for the purpose of misleading others as to the identity of the sender or the origin of a message.
- Use, download or otherwise copy, or provide (whether or not for a fee) to a person or entity that is not a Service member any directory of the Service members or other user or usage information or any portion thereof other than in the context of your use of the Service as permitted under the TOS.
- Transmit or upload any material that contains viruses, trojan horses, worms, time bombs, cancelbots, or any other harmful or deleterious programs.
- Transmit or upload any material that contains software or other material protected by intellectual property laws, rights of privacy or publicity or any other applicable law unless you own or control the rights thereto or have received all necessary consents.
- Interfere with or disrupt networks connected to the Service or violate the regulations, policies or procedures of such networks.
- Attempt to gain unauthorized access to the Service, other accounts, computer systems or networks connected to the Service, through password mining or any other means.
- Violate any applicable laws or regulations including, without limitation, laws regarding the transmission of technical data or software exported from the United States through the service.
- Interfere with another member's use and enjoyment of the Service or another individual's or entity's use and enjoyment of similar services.

Microsoft has no obligation to monitor the Service or any user's use thereof or retain the content of any user session. However, Microsoft reserves the right at all times to monitor, review, retain and/or disclose any information as necessary to satisfy any applicable law, regulation, legal process or governmental request.

6. LINKS TO THIRD PARTY SITES

THE LINKS INCLUDED WITHIN THE SERVICE MAY LET YOU LEAVE THE SERVICE WEB SITES ("LINKED SITES"). THE LINKED SITES ARE NOT UNDER THE CONTROL OF MICROSOFT AND MICROSOFT IS NOT RESPONSIBLE FOR THE CONTENTS OF ANY LINKED SITE OR ANY LINK CONTAINED IN A LINKED SITE, OR ANY CHANGES OR UPDATES TO SUCH SITES. MICROSOFT IS NOT RESPONSIBLE FOR VEBCASTING OR ANY OTHER FORM OF TRANSMISSION RECEIVED FROM ANY LINKED SITE. MICROSOFT IS PROVIDING THESE LINKS TO YOU ONLY AS A CONVENIENCE, AND THE INCLUSION OF ANY LINK DOES NOT IMPLY ENDORSEMENT BY MICROSOFT OF THE SITE OR ANY ASSOCIATION WITH THEIR OPERATORS.

7. DISCLAIMERS/LIMITATION OF LIABILITY

The information and services included in or available through the Service may include inaccuracies or typographical errors. Changes are periodically added to the information herein. Microsoft and/or its respective suppliers may make improvements and/or changes in the Service at any time.

Microsoft does not represent or warrant that the Service will be uninterrupted or error-free, that defects will be corrected, or that the Service or the server that makes it available, are free of viruses or other harmful components. Microsoft does not warrant or represent that the use or the results of the use of the Service or the materials made available as part of the Service will be correct, accurate, timely, or otherwise reliable.

You specifically agree that Microsoft shall not be responsible for unauthorized access to or alteration of your transmissions or data, any material or data sent or received or not sent or received, or any transactions entered into through the Service. You specifically agree that Microsoft is not responsible or liable for any threatening, defamatory, obscene, offensive or illegal content or conduct of any other party or any infringement of another's rights, including intellectual property rights. You specifically agree that Microsoft is not responsible for any content sent using and/or included in the Service by any third party.

MICROSOFT AND/OR ITS RESPECTIVE SUPPLIERS MAKE NO REPRESENTATIONS ABOUT THE SUITABILITY, RELIABILITY, AVAILABILITY, TIMELINESS, AND ACCURACY OF THE SERVICE FOR ANY PURPOSE. THE SERVICE IS PROVIDED "AS IS" WITHOUT WARRANTY OF ANY KIND. MICROSOFT AND/OR ITS RESPECTIVE SUPPLIERS HEREBY DISCLAIM ALL WARRANTIES AND CONDITIONS WITH REGARD TO THE SERVICE, INCLUDING ALL IMPLIED WARRANTIES AND CONDITIONS OF MERCHANTABILITY, FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE, TITLE AND NON-INFRINGEMENT.

IN NO EVENT SHALL MICROSOFT AND/OR ITS SUPPLIERS BE LIABLE FOR ANY DIRECT, INDIRECT, PUNITIVE, INCIDENTAL, SPECIAL, CONSEQUENTIAL DAMAGES OR ANY DAMAGES WHATSOEVER INCLUDING, WITHOUT LIMITATION, DAMAGES FOR LOSS OF USE, DATA OR PROFITS, ARISING OUT OF OR IN ANY WAY CONNECTED WITH THE USE OR PERFORMANCE OF THE SERVICE OR RELATED WEB SITES, WITH THE DELAY OR INABILITY TO USE THE SERVICE OR RELATED WEB SITES, THE PROVISION OF OR FAILURE TO PROVIDE SERVICES, OR FOR ANY INFORMATION, SOFTWARE, PRODUCTS, SERVICES AND RELATED GRAPHICS OBTAINED THROUGH THE SERVICE, OR OTHERWISE ARISING OUT OF THE USE OF THE SERVICE, WHETHER BASED ON CONTRACT, TORT, NEGLIGENCE, STRICT LIABILITY OR OTHERWISE, EVEN IF MICROSOFT OR ANY OF ITS SUPPLIERS HAS BEEN ADVISED OF THE POSSIBILITY OF DAMAGES. BECAUSE SOME STATES/JURISDICTIONS DO NOT ALLOW THE EXCLUSION OR LIMITATION OF LIABILITY FOR CONSEQUENTIAL OR INCIDENTAL DAMAGES, THE ABOVE LIMITATION MAY NOT APPLY TO YOU. IF YOU ARE DISSATISFIED WITH ANY PORTION OF THE SERVICE, OR WITH ANY OF THESE TERMS OF USE, YOUR SOLE AND EXCLUSIVE REMEDY IS TO DISCONTINUE USING THE SERVICE AND ITS RELATED WEB SITES.

8. INDEMNIFICATION

You agree to indemnify and hold Microsoft, its parents, subsidiaries, affiliates, officers and employees, harmless from any claim, demand, or damage, including reasonable attorneys' fees, asserted by any third party due to or arising out of your use of or conduct on the Service.

9. TERMINATION

Microsoft may terminate your access to any part or all of the Service and any related service(s) at any time, with or without cause, with or without notice, effective immediately, for any reason whatsoever.

Microsoft may also terminate your account for inactivity, which is defined as failing to log into the Service for an extended period of time, as determined by Microsoft. The amount of time that Microsoft currently views as an "extended" period of time is a first log-on to e-mail 10 days or later after registration and after an initial e-mail log-on, 90 days since your last e-mail log-on. Upon termination of the Service, your right to use the Service immediately ceases.

If you wish to terminate your account, your only recourse is to discontinue the use of the Service.

Microsoft shall have no obligation to maintain any content in your account or to forward any unread or unsent messages to you or any third party.

10. NO SPAM; DAMAGES

Microsoft will immediately terminate any account which it believes, in its sole discretion, is transmitting or is otherwise connected with any spam or other unsolicited bulk e-mail. In addition, because damages are often difficult to quantify, if actual damages cannot be reasonably calculated then you agree to pay Microsoft liquidated damages of \$5 for each piece of spam or unsolicited bulk e-mail transmitted from or otherwise connected with your account, otherwise you agree to pay Microsoft's actual damages, to the extent such actual damages can be reasonably calculated.

11. PARTICIPATION IN PROMOTIONS OF ADVERTISERS

Any dealings with Advertisers on the Service or participation in promotions, including the delivery of and the payment for goods and services, and any other terms, conditions, warranties or representations associated with such dealings or promotions, are solely between you and the Advertiser or other third party. Microsoft shall not be responsible or liable for any part of any such dealings or promotions.

12. PROPRIETARY RIGHTS TO CONTENT

You acknowledge that content, including but not limited to text, software, music, sound, photographs, video, graphics or other material contained in either sponsor advertisements or electronically distributed, commercially produced information presented to you by the Service, by Microsoft, or Microsoft's Advertisers or other content providers, is protected by copyrights, trademarks, service marks, patents or other proprietary rights and laws. You may make a copy of this content for your personal, non-commercial use only, provided that you keep all copyright and other proprietary notices intact. You may not modify, copy, reproduce, republish, upload, post, transmit, or distribute in any way content available through the Service and its associated Web sites, including code and software.

13. MODIFICATIONS TO TERMS OF SERVICE, MEMBER POLICIES

Microsoft reserves the right to change the TOS or policies regarding the use of the Service at any time and to notify you by posting an updated version of the TOS on this Web site. You are responsible for regularly reviewing the TOS. Continued use of the Service after any such changes shall constitute your consent to such changes.

14. GENERAL

This agreement is governed by the laws of the State of California, and the United States of America. Use of the Service is unauthorized in any jurisdiction that does not give effect to all provisions of these terms and conditions, including without limitation this paragraph. You agree that no joint venture, partnership, employment, or agency relationship exists between you and Microsoft as a result of this agreement or use of the Service. Microsoft's performance of this agreement is subject to existing laws and legal process, and nothing contained in this agreement is in derogation of Microsoft's right to comply with governmental, court and law enforcement requests or requirements relating to your use of the Service or information provided to or gathered by Microsoft with respect to such use. If any part of this agreement is determined to be invalid or unenforceable pursuant to applicable law including, but not limited to, the warranty disclaimers and liability limitations set forth above, then the invalid or unenforceable provision will be deemed superseded by a valid, enforceable provision that most closely matches the intent of the original provision and the remainder of the agreement shall continue in effect. Unless otherwise specified herein, this agreement constitutes the entire agreement between the user and Microsoft with respect to the Service (excluding the use of any software which may be subject to an end-user license agreement) and it supersedes all prior or contemporaneous communications and proposals, whether electronic, oral or written, between the user and Microsoft with respect to the Service. A printed version of this agreement and of any notice given in electronic form shall be

admissible in judicial or administrative proceedings based upon or relating to this agreement to the same extent and subject to the same conditions as other business documents and records originally generated and maintained in printed form. You and Microsoft agree that any cause of action arising out of or related to this Service must commence within one (1) year after the cause of action arose; otherwise, such cause of action is permanently barred. The section titles in the TOS are solely used for the convenience of the parties and have no legal or contractual significance.

15. LANGUAGE

It is the express will of the parties that this agreement and all related documents have been drawn up in English. C'est la volonté expresse des parties que la présente convention ainsi que les documents qui s'y rattachent soient rédigés en anglais.

COPYRIGHT AND TRADEMARK NOTICES: All contents of the Service are: Copyright (c) 1999 Microsoft, Inc. and/or its suppliers, c/o Microsoft Corporation, One Microsoft Way, Redmond, Washington 98052-8399 U.S.A. All rights reserved.

TRADEMARKS. Microsoft, MSN, Hotmail and/or other Microsoft products and services referenced herein are either trademarks or registered trademarks of Microsoft. The names of actual companies and products mentioned herein may be the trademarks of their respective owners.

The example companies, organizations, products, people and events depicted herein are fictitious. No association with any real company, organization, product, person, or event is intended or should be inferred.

Any rights not expressly granted herein are reserved.

NOTICES AND PROCEDURE FOR MAKING CLAIMS OF COPYRIGHT INFRINGEMENT.

Pursuant to Title 17, United States Code, Section 512(c)(2), notifications of claimed copyright infringement should be sent to Service Provider's Designated Agent. [See Notice and Procedure for Making Claims of Copyright Infringement.](#)

© 1999 Microsoft Corporation. All rights reserved. [Terms of Service](#) [Privacy Statement](#)

<Picture>

<Picture>

BILL SUMMARY; FAQ

1-BILL SUMMARY

2-FREQUENTLY ASKED QUESTIONS

BILL SUMMARY

The aim of the Internet Tax Freedom Act is neutral tax treatment of economic activity, electronic or otherwise. Toward this end, the bill precludes state and local taxes that discriminate against or single out the Internet. Highlights of the Internet Tax Freedom Act:

- Tax-Free Internet Access.** Prohibits state and local governments from imposing taxes on Internet access charges--the \$19.95 or so that millions of Americans pay to our nation's 4,000 Internet service providers (including both "pipeline" services like Erol's and value-added online services like America Online or Compuserve). The moratorium is in effect from October 1, 1998 until October 21, 2001.
- No discriminatory treatment of the Internet.** Protects against the imposition of new tax liability for consumers and vendors involved in commercial transactions over the Internet. This includes the application of discriminatory tax collection requirements imposed on out-of-state businesses through strained interpretations of 'nexus.'

- Study and Report to Congress. Creates a temporary commission to study taxation of Internet commerce, and report back to Congress in 18 months on whether the Internet ought to be taxed and, if so, how taxes can be applied without subjecting Internet and electronic commerce to special, discriminatory, or multiple taxation.

- Promotes Global Free Trade on the Internet. Calls on the Administration to demand that foreign governments keep the Internet free of taxes and tariffs.

The Internet Tax Freedom Act's goal is to provide much more certainty in questions relating to tax liability. This is in everyone's best interest. It's in the best interest of the rural family that wants to start a business on the Internet so that they can have access to a global marketplace. It's in the best interest of Internet users, who want to know that any products or services that they purchase using the Internet aren't subject to multiple or special taxation. And it's in the best interest of tax collectors, who want clear rules about what kinds of transactions can be taxed and who will collect the tax.

As New York Gov. George Pataki has written: "There must be a national effort to protect the Internet from a myriad of new taxes and reporting requirements that would hurt the development of the whole industry and the jobs that go with it. Ordinarily such taxes would be within the jurisdiction of the states. Since the Internet does not respect traditional geographic borders, Congressional action that would have a beneficial effect on the development of on-line commerce . . . is justified and desirable."

FREQUENTLY ASKED QUESTIONS

--Why do we need a "time out" on Internet taxes?

- Shouldn't Internet access be taxed?
- What about telecommunications taxes?
- What taxes are not affected?
- How will sales and use taxes be affected?
- Aren't you giving a tax preference to the Internet, compared to traditional retail merchants?
- What about information services?
- What about bundled services?
- When will the "moratorium" end?
- Has Congress ever before exercised its authority under the Commerce Clause to limit state and local taxing powers?
- Will the bill's moratorium significantly impair state and local revenues?

WHY DO WE NEED A "TIME OUT" ON INTERNET TAXES?

A three-year "time out" on Internet taxes will discourage communities from rushing out to tax the Internet, and instead give us the opportunity to study whether taxes ought to be applied to the Internet at all and, if so, how they can be applied without subjecting Internet and electronic commerce to special, discriminatory, or multiple taxation.

A "time out" will provide some much-needed certainty to questions now arising across the nation about tax liability. The mere threat of tax problems in dozens, hundreds, or potentially tens of thousands of local taxing jurisdictions is enough to scare many businesses away. As Deputy Treasury Secretary Larry Summers has said, in testifying in support of the Internet Tax Freedom Act, "Unreasonable taxation of the Internet, or even the fear of unreasonable taxation, could be a significant impediment to the growth of the Internet and electronic commerce."

A recent KPMG Peat Marwick study confirmed state and local tax ambiguity as a major pitfall for electronic commerce. More than half of U.S. financial executives participating in the survey responded that ambiguous state and local tax laws are already

inhibiting their involvement in electronic commerce. An alarming 20% of executives were so confused by the tax situation that they did not know if their companies were even subject to sales and transaction taxes for the sale of products over the Internet.

The Internet offers tremendous potential to small businesses, to entrepreneurs with new products, to retailers wanting to expand beyond their local market, and to all American businesses seeking an efficient way of penetrating foreign markets. Until now, the costs of paper, printing, and postage have been major obstacles, but the Internet offers an inexpensive way for small businesses to compete with larger companies and for U.S. firms to make American products available in other countries.

But the technologies of the Internet also make it far more susceptible to multiple and discriminatory taxation than commerce traditionally conducted over phone lines. The Internet's decentralized, packet-switched architecture means that even a single Internet transmission could be subject to the tax laws of numerous state and local taxing jurisdictions. Sen. Ron Wyden has asked exactly the right question: "Is it fair to expect a two-person company doing business out of someone's home to collect sales taxes for states and cities across the country or pay business license fees from coast to coast?"

To protect our considerable national interest in this newest evolution of national and international commerce, we need Congress to give American businesses the reassurance they need that they will not be hit with unexpected taxes and tax collecting costs from remote governments. This is not about local citizens and local businesses being subject to local taxes. It's about a local jurisdiction's tax policies having substantial impact on the national economy and the conduct of interstate and indeed foreign commerce. Congress is the only forum where these questions can truly be addressed.

According to Internet expert Nicholas Negroponte, "The change from atoms to bits is irrevocable and unstoppable." Based on

such wisdom, many have falsely assumed that the Internet can do nothing but expand and become ever-more efficient. However, unwise taxation of the Internet can cripple this dynamic new medium in its infancy. By keeping taxes and tariffs off the Internet, though, we can help this medium realize its potential and permit the United States and the world to reap vast benefits. Congress, the Administration, and state and local governments have the opportunity--and the responsibility--to work together to make this a reality. There is no time to lose.

SHOULDN'T INTERNET ACCESS BE TAXED?

Certainly not now--and certainly not in the uncoordinated manner in which state and local governments are looking at taxing it. In the absence of clear guidelines to prevent multiple taxation, a "no tax" policy on Internet access service is both reasonable and consistent with current constitutional protections.

First, there's no guarantee that the Internet access service is provided in the same state where it is billed--a crucial test that, at least by analogy to interstate phone calls, must be met for a state to tax the service without violating the Constitution. One of the unique characteristics of the Internet is that access can be provided through any number of "points of presence." A national provider literally has thousands of POPs, which can be located in any number of jurisdictions.

For example: Suppose I live in Alexandria, Virginia, which is the billing address for the \$19.95 I pay every month for Internet access through Netcom. But there's no guarantee that I am actually receiving this service in Virginia. In fact, I frequently dial into the Internet from my office in Washington, DC. And when I'm traveling to Dallas, TX, I may take a laptop computer with me, and dial in from my hotel room to a local "point of presence" in the Lone Star state. There's simply no guarantee that the full

portion of the \$19.95 monthly service I'm paying for is being provided entirely within Virginia.

This leads to a second reason why Internet access is vulnerable to multiple taxation: the Internet's decentralized design makes it infeasible to ascertain the exact geographic location where Internet service is being provided. "Addresses" on the Internet are geographically indifferent. Especially as Internet services are increasingly delivered through wireless technologies or to computers with no fixed locations (e.g. laptops), these developments will further complicate any effort to try to answer the critical question of where a service has been provided.

One final point: there's no agreement among states and localities as to what the Internet "is" and how it should be taxed. For instance, Florida's revenue department tried to tax Internet access as a telecommunications service; Tennessee's revenue department wants to tax it as a telecommunications service, but only if it's intrastate; Connecticut's revenue department wants to tax it as a computer or data processing service; Chicago wants to tax it as a lease of tangible personal property; Texas' comptroller dropped his plan to tax it as a telecom service, but thinks he can instead tax it as an information service; and Tacoma, Washington tried to subject ISPs to the special gross receipts tax it applies only on telecom providers.

There are literally dozens of ways in which the same service could be classified. Of course, it goes without saying that the compliance burdens that this would impose on our nation's 4,000 ISPs--most of whom are very small companies--would be tremendous. In any one jurisdiction, one of these taxes on Internet access would probably pass Commerce Clause muster. But it is Congress' determination under this bill that, when you take into account the nation as a whole and its 30,000 potential taxing jurisdictions, a confusing patchwork of Internet access taxes would impose an undue burden on interstate commerce.

WHAT ABOUT TELECOMMUNICATIONS TAXES?

Under the bill, Internet access services cannot be classified and taxed as a telecommunications service.

The bill does not affect the taxes that might be imposed on the underlying phone service: on the tax paid by an Internet user on the phone service between his house and the local switch, and on the tax paid by the Internet service provider on the phone lines it leases connecting the switch to the local "point of presence" that enables the user to connect to the Internet. To the extent to which states want to tax the \$19.95 paid by a subscriber for Internet access separately, this represents a very real case of double taxation.

It is a fundamental premise of the bill that Internet services--despite their reliance on the underlying telecommunications infrastructure--are something quite separate and apart from traditional voice phone services.

This is consistent with the federal Communications Act, which similarly distinguishes between information services (such as the Internet) and telecommunications services. Attempting to classify Internet services as a telecommunications service would amount to trying to fit a square peg into a round hole. As New York, Florida, California and other states who have studied the issue closely have found, there are structural differences between the two kinds of services.

One critical distinction is that the Internet service provider often does not know and cannot determine the point of origin or destination of the service being received by the end user. This makes it virtually impossible to apply a telecommunications tax that distinguishes between interstate and intrastate transactions. For the many states that tax intrastate but not interstate telecommunications, this presents a fundamental difficulty.

An analogy is often made that because phone companies have collected similar taxes for years, similar collection obligations could easily be placed upon Internet service providers. This ignores the enormous expense of collecting and administering these taxes. Phone companies (at least up until the 1996 Act) were monopolies. They built the cost of collection into their rate base. This is not true of America's 4,000 Internet service providers. They tend to be small (America Online is the exception), and would have to pass along the costs of tax collection directly to the consumer in the form of higher prices.

WHAT TAXES ARE NOT AFFECTED?

Normal business taxes. The bill would not impair state and local authority to collect normal business income taxes, local property taxes, taxes on telecommunications common carriers, non-discriminatory business license taxes, local franchise fees paid by cable television companies (even if they are providing Internet service as well), and non-discriminatory sales taxes.

HOW WILL SALES AND USE TAXES BE AFFECTED?

The bill does not, as some have asserted, preclude sales and use taxes on any and all commerce conducted over the Internet.

State and local governments are allowed to impose sales and use taxes on all such electronic sales, provided that the tax (and its rate) are the same as that which would be imposed on the transactions if it were conducted in a more traditional manner, such as over the phone or through mail order.

If states are unhappy with this provision, perhaps the real source of their frustration does not lie with the bill--which permits taxes to the extent it would be permitted on a more traditional sale--but with the U.S. Constitution, which recognizes certain limits on state's ability to impose tax collection obligations on out-of-state

sellers. To the extent to which out-of-state sellers would be protected against a sales or use tax on a traditional sale, they would also be protected against the application of sales or use tax collection obligations on similar products or services delivered over the Internet.

AREN'T YOU GIVING A TAX PREFERENCE TO THE INTERNET, COMPARED TO TRADITIONAL RETAIL MERCHANTS?

No.

Under the bill, products taxable in a store or in a catalog would remain taxable on the Internet. The bill is aimed at preventing discrimination against the Internet, not giving it a tax preference. State and local governments will continue to be able to impose sales and use taxes on products and services that would otherwise be taxed, provided that the tax does not discriminate against the fact that it's being ordered or delivered via the Internet as opposed to more traditional means.

If anything, given general tax uncertainties and the aggressive theories of "nexus" being advanced by state tax collectors, the administrative burdens facing sellers of goods over the Internet are significantly greater than those that face someone selling goods in a retail store.

WHAT ABOUT INFORMATION SERVICES?

Internet access could not be taxed as an information service under the bill. But other information sold or delivered offered over the Internet would continue to be subject to sales and tax obligations if the provider of the information meets current rules requiring a substantial physical presence in the taxing jurisdiction.

Lexis-Nexis, for instance, employs numerous sales representatives to recruit new customers and to provide in-person service and advice to its customers. Under current standards of nexus, this amounts to substantial physical presence and the company would have sales and use tax collection responsibility in that state. Similarly, under the bill, if the service were to be delivered through the Internet, as opposed to through traditional dial-up means, it would be taxable in the former case if it were taxable in the latter instance.

WHAT ABOUT BUNDLED SERVICES?

Some of the companies that provide or are interested in providing Internet access also provide other services that may be subject to differing levels of taxation. For instance, a long-distance or local phone company may want to provide Internet access. Or a cable company through cable-modems.

Concern has been raised that by permitting Internet access service to be tax-free, a service provider who bundles several different services--for instance, local phone service along with Internet access--will label their entire service package as "Internet access" so as to avoid paying taxes on the basic phone service they also provide.

To some extent, this is not yet even an issue, particularly as telephone companies are forming separate affiliates to deliver Internet access services. Pacific Bell, for instance, in California, provides its Internet access services through a separate subsidiary.

In the tax world, such "bundling" of taxable and non-taxable items is hardly unusual. When you take your car to a repair shop, for instance, the bill you receive contains separate lines for "parts" and "labor." That's because, in most states, the purchase of the tangible physical property (car parts) is taxable, but the service provided (labor) is not. Each is accounted for and itemized

separately. This is simplified, but perfectly analogous to the way in which the legislation would affect companies providing bundled services.

The Internet Tax Freedom Act contains language to ensure that cable companies and telecommunications common carriers are fully liable for fees and taxes on the cable and common carrier services they provide, regardless of whether they also provide Internet services.

WHEN WILL THE "MORATORIUM" END?

In response to state and local concerns about the prospects of an open-ended moratorium, language has been added to provide a mechanism for sunseting the moratorium. Under the House-passed bill, the moratorium will be three years in duration.

Still, it's important to keep in mind that the moratorium is not a blanket one--but one that is aimed at precluding only certain kinds of special, multiple, or discriminatory Internet taxes. Even while the moratorium is in effect, it will not hinder legitimate state and local taxing power; instead, it is aimed at providing some basic federal protections against unconstitutional and discriminatory state taxation.

HAS CONGRESS EVER BEFORE EXERCISED ITS AUTHORITY UNDER THE COMMERCE CLAUSE TO LIMIT STATE AND LOCAL TAXING POWERS?

Yes. On quite a few occasions, Congress has taken action to circumscribe state and local taxation to ensure that it does not interfere with the free flow of interstate commerce. In the 104th Congress alone, new laws were enacted to restrict:

- Taxes on interstate motor carriers. In 1995, Congress prohibited state and local sales taxation of interstate motor transportation service. (Codified at 49 USC 14505; enacted by Section 103 of the Interstate Commerce Commission Termination Act of 1995, P.L. 104-88.)

- Taxes on out-of-state pension income. In 1996, Congress prohibited state taxation of the pension income of individuals who do not reside in that state. (Codified at 4 USC 114; enacted as P.L. 104-95.)

- Local taxes on satellite television. In 1996, Congress prohibited local taxation of direct-to-home satellite television services, such as Direct TV. (Enacted by Section 602 of the Telecommunications Act of 1996, P.L. 104-104.)

Other notable historical instances of Congress involvement in interstate tax issues include:

- Taxes on income derived from interstate commerce. In 1959, Congress passed Public Law 86-272, which established minimum jurisdictional prerequisites for a state to impose tax on income derived from sales of tangible personal property in interstate commerce. In essence, the law mandates a significant nexus between a state and business activity before the exercise of a state's sovereign power to tax. (Codified at 15 USC 381-384.)

- Taxes on air commerce. In 1973, Congress expressly prohibited states from imposing "a tax, fee, head charge, or other charge" on air commerce. Exceptions are permitted for a state to impose property taxes, net income taxes, franchise taxes, sales and use

taxes with respect to air commerce. (Codified at 49 USC 40116; originally enacted as Section 7 of the Airport Development Acceleration Act of 1973, P.L. 93-44.)

- Taxes on certain securities. In 1975, Congress prohibited state taxation on changes in beneficial or record ownership of securities based only on the physical location of the facilities of registered clearing agencies or registered transfer agents. (Codified at 15 USC 78bb(d); originally enacted as Section 21 of the Securities Act Amendments of 1975, P.L. 94-29.)

- Taxes on railroad and motor carrier property. In 1976, Congress prohibited states from taxing railroad property more heavily than other industrial and commercial property. (Codified at 49 USC 11501-2; originally enacted as Section 306 of the Railroad Revitalization and Regulatory Reform Act, P.L. 94-210.) More recently, Congress enacted similar protections against state taxes that discriminate against the property of motor carriers. (Codified at 49 USC 14502.)

- Taxes on electric utilities. In 1976, Congress prohibited states from imposing or assessing taxes on the generation or transmission of electricity in a way that discriminates against out-of-state producers of electricity. (Codified at 15 USC 391; originally enacted as Section 2121 of the Tax Reform Act of 1976, P.L. 94-455.)

WILL THE BILL'S MORATORIUM SIGNIFICANTLY IMPAIR STATE AND LOCAL REVENUES?

No.

It has been represented that the bill would substantially impact current revenues now being collected by state and local governments. While the bill would have some minimal effect on states that might now be imposing discriminatory sales taxes on electronic commerce over the Internet, few state and local governments are presently engaged in these activities. Even the National Conference on State Legislatures has written that "we are hard pressed to find any new taxes being enacted on internet or on-line services."

NCSL's statement that there aren't many Internet taxes out there should be taken as good news. The fact that state and local governments will not be significantly affected by the bill provides further proof that the moratorium will be relatively (though perhaps not completely) painless. But in light of how significant an opportunity it represents for all parties to come together in a common interest--to provide a sound tax framework for electronic commerce--it ought to be embraced for precisely that reason.

Adult Site

N W O P T S

The World's Largest Adult Verification System[English](#) [Japonés](#) [Español](#) [Francés](#) [Alemán](#) [Chino](#) [Italiano](#) [Portugués](#)

Proteja su Web, Usted mismo, y Gane Dinero utilizando Adult Check®.

Adult Check®, es sistema de verificación adulta más grande del mundo en la Red, proporciona a los Webmasters protección y beneficios. Adult Check® se creó en 1996 en respuesta al primer intento gubernamental para reglamentar el contenido adulto en la Red. Bajo la ley actual, las tarjetas de crédito comprobadas, las cantidades debidas y los códigos de acceso adulto son fórmulas legalmente válidas para la comprobación de la edad. Adult Check® ha desarrollado un completo sistema de comprobación adulta, asignación de número de identificación y una lucrativa oportunidad de obtener beneficios para los Webmasters.

¡Pagamos *Millones de Dólares* a
nuestros Webmasters Cada 2
Semanas!

Únase a lo miles de webs para adultos que estamos añadiendo a nuestro sistema mensualmente. Adult Check® ha crecido hasta convertirse en el **Más grande y el Mejor** sistema de comprobación adulta de la Red debido a nuestra reputación de empresa íntegra fiable, con superior servicio al cliente, nuevas oportunidades de obtención de beneficios, experiencia tecnológica y una actitud para el esfuerzo en equipo que compartimos con nuestros Webmasters. Muchos Webmasters han dejado sus trabajos y está ganando miles de dólares de sus webs para adultos. ¡Conocemos a muchos Webmasters que ganan \$5,000, \$10,000, \$20,000, o más al mes!

**Gane \$10.50, \$15.75 o incluso
\$47.25**

Por Cliente Que Nos Envíe

Desde su comienzo, Adult Check[®] ha pagado decenas de millones de dólares en comisiones a los Webmasters que colaboran con ella.

**¡Damos \$5000 a nuestros
Webmasters en Bonos cada 2
semanas!**

Un Webmaster Adult Check[®] recibe una comisión commission por cada cliente completa con éxito el proceso de solicitud de alta. Además, los Webmaster colaboradores de Adult Check[®] obtienen comisiones también por los clientes que consigan otros Webmasters a los que hayan recomendado el Sistema Adult Check[®]. Las Comisiones se pagan cada dos semanas.

Cantidades que pagamos por cada Abonado que nos envíe:

Socio	Comisión Primer Web Exclusivo	Comisión 2° & Posteriores Webs Exclusivos*	Comisión Primer Web No- Exclusivo	Comisión 2° & Posteriores Webs No-Exclusivos*
Socio VIP de por vida	\$47.25	\$51.75	\$40.50	\$45.00
2 años Socio Premium	\$15.75	\$17.25	\$13.50	\$15.00
1 year Socio Básico	\$10.50	\$11.50	\$9.00	\$10.00

* Cantidades incluyen la comisión del Webmaster por recomendarnos en su propia Web

**¡Estas son las cantidades más elevadas en comisiones de la
Industria!**

Cantidades que pagamos por recomendarnos a otro Webmaster:

Socio procedente de Web	Comisión que obtiene
Socio VIP de por vida	\$4.50
2 años Socio Premium	\$1.50
1 año Socio Básico	\$1.00

Obtendrá estas comisiones sin límite de tiempo

¡Esta son las comisiones más altas que se pagan a los Webmasters

por la consecución de nuevos socios en la Industria!

¡En la actualidad protegemos \$5.000 Webs para Adultos!

¿No es Webmaster? - ¡Solicite su ID en Adult Check -[®] Ahora!

Características que Adult Check[®] ofrece al Webmaster:

- ✓ ¡Activación y Registro Instantáneo de su Web!
- ✓ ¡Obtendrá las Comisiones más Altas por Captación de Socios!
- ✓ ¡Anúnciese en el Motor de Búsqueda/Portal Excite[®] a través de nuestro Programa Promocional.
- ✓ La Oportunidad de Actualizarse al Adult Check Oro[™].
- ✓ Miles de Dólares en Bonos pagaderos cada 2 Semanas.
- ✓ ¡Programa de Captación del Webmaster que puede generar MILES mensualmente!
- ✓ ¡Crédito Total para Solicitudes de Alta por Correo!
- ✓ Nuestro Propio Sistema de Procesamiento de Tarjetas de Crédito Online.
- ✓ ¡Pagamos cada Dos (2) Semanas!
- ✓ Gane más de \$700.00 en un Período de Pago y le Gratificaremos Extra por nuestra Cuenta.

El Rincón del Webmaster:

- ✓ -Estadísticas del Webmaster a Tiempo Real Incluyendo Gráficos, Estadísticas Detalladas y Webmasters Captados.
- Panel de Control Completo que le permite cambiar TODA la Información Online del Web.
- Sección de Consejos de Marketing.
- 7 Chats Adult Check[®] para el Webmaster.
- Chat en Directo sobre Java para el Webmaster (Abierto 24 Horas).
- Una Sección de Negocios con muchas Oportunidades de Ganar Dinero para su Web.
- Página para Enviar Su Web a más de Otros 100 Motores de Búsqueda!
- Llevamos todo el Servicio al Cliente al Soporte Técnico.

- ✓ Programa de Seguimiento de Contraseñas que Instantáneamente invalida aquellas utilizadas por varias personas.
- ✓ Páginas de Suscripción Traducidas a Varios Idiomas.
- ✓ ¡Puede elegir por colocar un Enlace en nuestra Página de Enlaces, que recibe Millones de Accesos al día!
- ✓ ¡Aumento del Reconomiento y Tráfico de su Web!
- ✓ ¡Utilice Adult Check® de forma Exclusiva y obtenga las comisiones más elevadas que paga un SCA!
- ✓

La instalación del Sistema **Adult Check®** es **extremadamente** sencilla. Todo lo que tiene que hacer es rellenar la Solicitud de Alta del Web de la parte inferior con la dirección (URL completa) de la página donde quiere que la gente introduzca el ID Adult Check®, y la URL de la página a la que quiere que la gente acceda cuando introduzca un ID válido#. De esa forma, en otras palabras la URL de la página de advertencia, y la URL de la página de contenido. También, asegúrese de incluir el Nombre de su Web, para que podamos incluirla en nuestra Página de Enlaces, y también el Nombre que deberíamos utilizar para comprobar su identidad, junto con su dirección postal completa.

Una vez enviada la Solicitud de Alta, instantáneamente *le enviaremos* un código HTML muy sencillo para incluir en su Página de Advertencia. También recibirá un Webmaster ID Adult Check®. No hay Script CGI ni ningún otra programación además del código HTML para incluir. Nos encargamos del resto.

Una vez que alguien acceda a su web será avisado para que introduzca su ID Adult Check®. Cuando lo haga, nuestro Script CGI y Base de datos accederán y el número de ID será verificado. Si es correcto, se le devolverá a la Página de Contenido. Si el número de ID no es válido le aparecerá una Página Negativa y la forma de solicitar una cuenta por lo que recibirá un abono.

La Solicitud de Alta funciona sobre un servidor seguro "SSL encriptado"; todas las transacciones son seguras. Disponemos de una base de datos muy rápida y fiable, UltraSparc múltiple, y Servidores Enterprise. La Redundancia, actualización, y la fiabilidad general son muy importantes para nosotros. Por esto es por lo que disponemos de conexiones T-3 (y otras conexiones T1) a la Red. Esto facilita y agiliza el proceso.

¡Con Nuestra Suscripción Instantánea para Webmaster,
Rellene el formulario
de la parte inferior y Comience a Ganar Dinero en 5 minutos!

Solicitud de Alta para Webs

Nombre del Web	
Tipo de Web	Seleccione el Tipo de Web que tiene
Página URL de Advertencia Completa	http://
Página URL de Contenido Completo	http://
Nombre de verificación	
E-Mail	
(Opcional) Número de teléfono	

Dirección Postal:

Dirección	
Ciudad	
Provincia	
Código postal	
País	

¿Piensa utilizar Adult Check® de forma exclusiva:

- ☐ Si - gane \$47.25 / \$15.75 / \$10.50 por captación
☐ No - gane \$40.50 / \$13.50 / \$9.00 por captación

Elja una contraseña (entre 8 y 10 caracteres)

Si vive en USA, no podremos procesar su información sin su Número correcto de la Seguridad Social o una ID Fiscal.

Social Security # / Tax ID #

Si reside en USA le enviaremos un formulario 10-99 al final de año. Si vive fuera de USA deje el espacio en blanco.

Haciendo "click" sobre 'Enviar la Solicitud' Certifico que he leído el Adult Check® Normaliva y estoy de acuerdo en comprometerme con ellos.

Entregar la Solicitud

Borrar contenido

Not es Webmaster? ¡Solicite su ID en Adult Check® Ahora!



Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales

BALANZA COMERCIAL DE MÉXICO PARA 1997 (ENE-DIC).
Valor en millones de dólares.

	TOTAL	TLCAN	EE.UU.	CANADA
EXPORTACIONES	110,236.9	96,340.9	94,184.8	2,156.1
IMPORTACIONES	109,808.2	83,970.3	82,002.2	1,968.1
SALDO	428.7	12,370.6	12,182.6	188.0

Fuente: SECOFI con datos de Banxico.

Nota: las exportaciones son CIF y las importaciones son valor aduanal,
incluye datos de maquiladora.

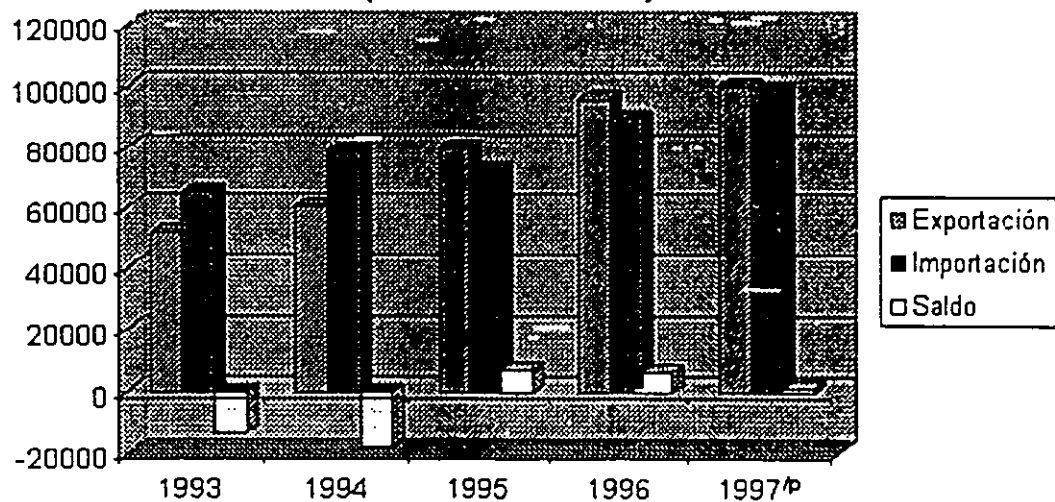
Balanza Comercial de México (Millones de Dólares)

AÑO	Exportación Valor	Importación Valor	Saldo
1993	51886.0	65366.5	-13480.5
1994	60882.2	79345.9	-18463.7
1995	79541.5	72453.1	7088.4
1996	95999.7	89468.8	6530.9
1997/p	110380	109798.1	581.9

/p Cifras Preliminares de 1997

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, SHCP y SECOFI

Balanza Comercial de México (Millones de Dólares)



/p Cifras Preliminares de 1997

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, SHCP y SECOFI

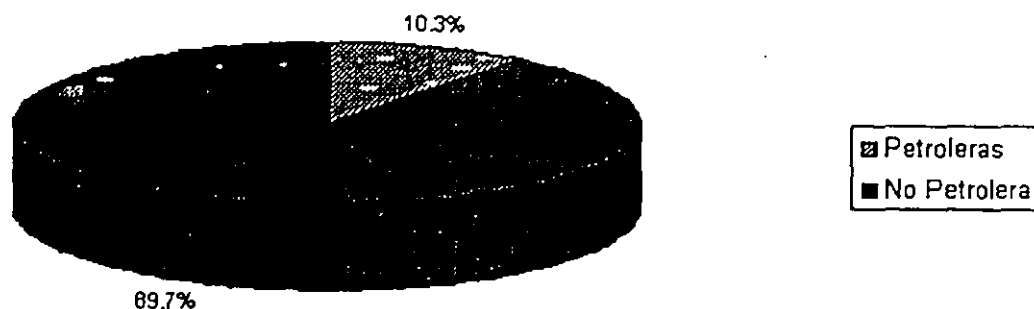
México: Exportación Total por Ramas de Actividad 1997/p

Sector	Millones de Dólares	Part. %
No Petrolera	99045.7	89.7
• Agropecuarias	3823.1	3.5
• Extractivas	477.7	0.4
• Manufactureras	94744.9	85.8
Petrolera	11334.3	10.3
Total	110380	100

/p Cifras Preliminares de 1997

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, SHCP y SECOFI

MEXICO: EXPORTACION TOTAL POR RAMAS DE ACTIVIDAD 1997/p

**Total: 110,380 Millones de Dólares**

/p Cifras Preliminares de 1997

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, SHCP y SECOFI

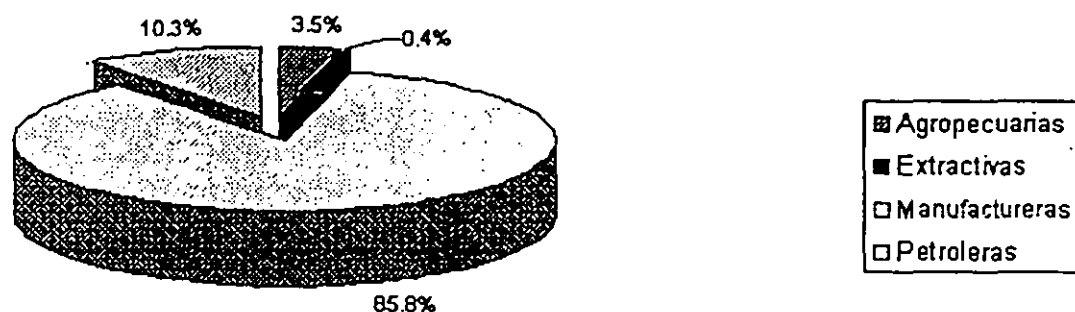
México: Exportación Total por Ramas de Actividad 1997/p

Sector	1996 (A)	1997 (B)	Var. % (B/A)
No Petrolera	84346.0	99045.7	17.4
• Agropecuarias	3592.3	3823.1	6.4
• Extractivas	449.2	477.7	6.4
• Manufactureras	80304.6	94744.9	18.0
Petrolera	11653.7	11334.3	-2.7
Total	95999.7	110380.0	15.0

/p Cifras Preliminares de 1997

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, SHCP y SECOFI

MEXICO EXPORTACION TOTAL POR RAMAS DE ACTIVIDAD 1997/p



Total: 110,380 Millones de Dólares

/p Cifras Preliminares de 1997

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, SHCP y SECOFI

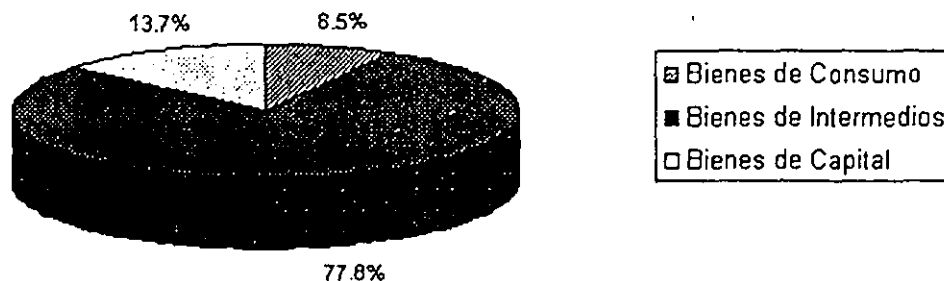
México: Importación total por Tipo de Bien 1997/p

Tipo de Bien	Millones de dólares	Part. %
Bienes de Consumo	9310	8.5
Bienes Intermedios	85394.4	77.8
Bienes de Capital	15093.7	13.7
Total	109798.1	100.0

/p Cifras Preliminares de 1997

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, SHCP y SECOFI

MEXICO: IMPORTACION TOTAL POR TIPO DE BIEN 1997^p



Total: 109,798.1 Millones de dólares

/p Cifras Preliminares de 1997

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, HCP y SECOFI

México: Importación total por Tipo de Bien 1997^p

Tipo de Bien	1996 (A)	1997 (B)	Var. % (B/A)
Bienes de Consumo	6656.8	9310	39.8
Bienes Intermedios	71889.6	85394.4	18.8
Bienes de Capital	10922.4	15093.7	38.2
Total	89468.8	109798.1	22.7

/p Cifras Preliminares de 1997

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, SHCP y SECOFI

Balanza Comercial por Principales Mercados 1997^p Millones de Dólares

PAIS	EXPORTACION	%	IMPORTACION	%	SALDO
TOTAL	110,236.80	100	109,808.19	100.00	429
ESTADOS UNIDOS	93,979.18	85.25	82,002.21	74.68	11,977

CANADA	2,187.57	1.98	1,968.05	1.79	220
JAPON	1,117.55	1.01	4,333.62	3.95	-3,216
ESPAÑA	941.31	0.85	977.69	0.89	-36
CHILE	865.91	0.79	372.39	0.34	494
BRASIL	741.32	0.67	869.34	0.79	-128
VENEZUELA	712.10	0.65	421.20	0.38	291
ALEMANIA	705.31	0.64	3,902.32	3.55	-3,197
GRAN BRETAÑA E IRLANDA	623.70	0.57	915.26	0.83	-292
COLOMBIA	519.46	0.47	124.24	0.11	395
GUATEMALA	504.76	0.46	80.46	0.07	424
ARGENTINA	503.74	0.46	236.20	0.22	268
FRANCIA	407.45	0.37	1,182.42	1.08	-775
SINGAPUR	384.10	0.35	425.58	0.39	-41
BELGICA	380.03	0.34	327.28	0.30	53
ANTILLAS HOLANDESAS	337.18	0.31	5.42	0.00	332
PANAMA	322.20	0.29	19.16	0.02	303
SUIZA	306.87	0.28	558.92	0.51	-252
ITALIA	294.01	0.27	1,326.02	1.21	-1,032
CUBA	290.12	0.26	34.22	0.03	256
REPUBLICA DOMINICANA	288.18	0.26	8.53	0.01	280
HONG KONG	272.02	0.25	189.45	0.17	83
PAISES BAJOS	271.87	0.25	261.92	0.24	10
PERU	245.25	0.22	141.58	0.13	104
COSTA RICA	225.13	0.20	77.37	0.07	148
OTROS	2,810.48	2.55	9,047.35	8.24	-6,237

/p Cifras Preliminares de 1997

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, SHCP y SECOFI

BALANZA COMERCIAL
VARIACIÓN ANUAL (FOB-FOB), SEPTIEMBRE 1999
Tasas de Crecimiento Anual

	1998		1999			
	SEP	DIC	JUN	JUL	AGO	SEP
EXPORTACIONES TOTALES	3.6	4.9	16.8	21.1	33.0	16.8
PETROLERAS	-37.7	-39.5	23.8	52.1	79.9	74.7
NO PETROLERAS	8.1	8.6	16.4	19.0	30.1	13.2
AGROPECUARIAS	-12.1	-16.5	12.0	3.5	13.3	16.7
EXTRACTIVAS	21.1	-15.6	13.3	-24.5	63.4	-17.6
MANUFACTURAS	8.4	9.8	16.5	19.7	30.3	13.3
MAQUILADORAS	10.8	18.6	22.8	25.2	38.2	11.6
RESTO	6.0	2.0	10.4	14.4	21.8	15.1
IMPORTACIONES TOTALES	9.5	5.5	13.5	12.3	26.7	12.1
CONSUMO	1.2	-3.4	10.9	1.2	15.8	21.7
INTERMEDIAS	9.2	9.1	13.3	14.0	26.5	9.3
MAQUILADORAS	11.2	18.2	21.8	23.9	41.2	6.9
RESTO	7.5	2.7	6.6	7.0	14.9	11.5
CAPITAL	16.7	-5.5	16.4	10.6	35.2	22.6
BALANZA COMERCIAL	476.8	13.4	-45.6	-74.0	-45.3	-54.8

n/s: no significativo

Próxima actualización: 10 de diciembre de 1999 (Mensual).

Fuente: Grupo de Trabajo SHCP-Banco de México-NEGI

Dirección Electrónica: usuario@cia.inegi.gob.mx y infofax@re.pub.inegi.gob.mx

Tel. : (015) 598 76 40, 598 99 06

PRODUCTO INTERNO BRUTO TRIMESTRAL POR GRAN DIVISIÓN 1998-
1999
(Precios de 1993; variación anual)

	1998			1999		
	II	III	IV	I	II	III
TOTAL	4.4	5.0	2.6	1.9	3.2	4.6
AGROPECUARIO	-4.2	6.2	5.6	5.5	2.2	3.8
INDUSTRIAL	5.4	6.4	3.6	1.8	4.4	4.3

MINERÍA	5.0	2.3	-0.2	-0.9	-6.4	-3.1
MANUFACTURAS	6.1	7.1	4.2	1.5	4.9	5.3
CONSTRUCCIÓN	2.0	4.8	2.1	3.7	5.7	2.3
ELÉCTRICIDAD	5.3	5.7	3.3	3.9	4.9	3.4
SERVICIOS	4.9	4.3	1.9	1.7	2.9	4.8
COMERCIO, REST. Y HOT.	5.3	3.5	-1.3	-0.2	2.2	5.9
TRANSPORTES Y COMUNIC.	9.9	10.0	9.0	7.2	8.5	9.8
SERVICIOS FINANCIEROS	4.2	3.9	2.5	2.6	2.8	2.9
SERVICIOS COMUNALES Y SOC.	2.7	2.4	1.2	0.1	0.8	2.2

Próxima Actualización: trimestral.

Fuente: INEGI Sistema de Cuentas Nacionales de México

Dirección Electrónica: usuario@cis.inegi.gob.mx y infofax@reclpub.inegi.gob.mx

Tel. : (015) 598 76 40, 598 99 06