



Fundamentos para el otorgamiento de un estímulo fiscal a favor de los repartidores de mercancías a través de plataformas digitales

Fundamentals for the granting of a tax stimulus in favor of goods deliveries through digital plataforms

DOI: <https://doi.org/10.30973/DyG/2024.3.5/27>

Dr. Francisco Xavier García Jiménez
Mtra. Roxana Hernández Pejay
Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Fecha de recepción: 10 de 06 de 2024
Fecha de aceptación: 29 de 10 de 2024
Disponible en línea: 29 de 12 de 2024
Este es un artículo en acceso
abierto que se distribuye de acuerdo a
los términos de la licencia



Creative Commons.
Reconocimiento-NoComer-
cial-CompartirIgual
4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



RESUMEN

El vertiginoso avance tecnológico de las últimas décadas ha transformado las formas convencionales de ejercer el comercio. Hoy en día, millones de consumidores al comprar una mercancía o contratar un servicio lo hacen a través de plataformas digitales. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en 2017, el valor agregado generado por el comercio electrónico fue equivalente al 4.6% del Producto Interno Bruto. Además, en la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares que publica ese Instituto de Estadística y Geografía, se reporta que en 2018 de los 74.3 millones de usuarios de Internet en los hogares, la mayoría lo utilizan para entretenimiento (67.2 millones); para apoyar la educación/capacitación (62.1 millones); para acceder a contenidos audiovisuales (58.1 millones) y para utilizar los servicios en la nube (12.7 millones). En la referida encuesta se señala que



14.6 millones de usuarios lo utilizan para comprar productos, en tanto que 7 millones emplean el Internet para ventas.

PALABRAS CLAVE: repartidores de mercancías, plataformas digitales, mínimo vital.

ABSTRAC

The dizzying technological advances of the decades have transformed the conventional ways of doing business. Today, millions of consumers when buying merchandise or contracting a service do so through digital platforms. According to the National Institute of Statistics and Geography, in 2017, the added value generated by electronic commerce was equivalent to 4.6% of the Gross Domestic Product. In addition, in the National Survey on Availability and Use of Information Technologies in Homes published by the Institute of Statistics and Geography, it is reported that in 2018 of the 74.3 million Internet users in homes, the majority used it for entertainment. (67.2 million); to support education/training (62.1 million); to access audiovisual content (58.1 million) and to use cloud services (12.7 million). The aforementioned survey indicates that 14.6 million users use it to buy products, while 7 million use the Internet for sales.

KEYWORDS: Merchandise distributors, Digital Platforms, Vital minimum.

INTRODUCCIÓN

Esas transformaciones tecnológicas originaron la digitalización de la economía mexicana, pero también evidenciaron el nulo cumplimiento del pago del Impuesto al Valor Agregado correspondiente a la compra-venta de mercancías y a los servicios proporcionados por diversas empresas extranjeras propietarias de plataformas digitales no residentes en México. Ello, además de afectar los ingresos fiscales del Estado, generó una competencia desigual para las empresas mexicanas, en razón de que éstas sí están obligadas a trasladar y enterar el Impuesto al Valor Agregado por la compra-venta de bienes, mercancías y los servicios proporcionados a los consumidores nacionales a través de plataformas digitales de intermediación.

En ese contexto, el Estado mexicano instrumentó una reforma a la Ley del Impuesto al Valor Agregado y a la Ley del Impuesto sobre la Renta con el objeto de regular el comercio electrónico a través de plataformas digitales, por lo que con fecha 9 de diciembre de 2019 se publicaron en el Diario Oficial de la Federación diversas adiciones a la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

I. METODOLOGÍA

Bajo este orden de ideas, el desarrollo del presente trabajo de investigación se realizará con un estudio analítico, casuístico acaben y descriptivo sobre el trabajo de las plataformas digitales, con el objetivo de concientizar e identificar los supuestos para el otorgamiento de un estímulo fiscal a favor de los repartidores de mercancías a través de plataformas digitales.

II. CONDICIONES DE TRABAJO EN PLATAFORMAS DIGITALES

La pandemia por SARS-CoV2 (COVID-19) que ha venido recorriendo el mundo desde hace ya varios meses de los últimos dos años, ha originado miles de muertos y también miles de trabajadores que perdieron el empleo o que no pueden laborar en las anteriores actividades que desempeñaban al no ser esenciales, por lo que miles de personas se han ocupado como repartidores de bienes y servicios a través de las aplicaciones en las plataformas digitales. Plataformas, en las cuales empresas y otros clientes tercerizan el trabajo, mediante convocatorias abiertas a una fuerza de trabajo extensa y flexible.

Las empresas digitales requieren que los repartidores se inscriban en las aplicaciones para entregar a domicilio diversas mercancías y productos que son solicitados por esta vía, pero las empresas no proporcionan los instrumentos de trabajo para desarrollar dichas actividades; por el contrario, las empresas digitales piden a los repartidores de bienes y servicios determinados requisitos e instrumentos de trabajo que tienen que erogar los repartidores de bienes y servicios como son el pago diario de la gasolina de la motocicleta, el plan del teléfono celular, la compra de chalecos, impermeables, mochilas y un seguro si utilizan un equipo motorizado y los gastos de operación de la moto o la bicicleta. Otros problemas adicionales que enfrentan los repartidores de bienes y servicios consisten en el uso de tarjetas clonadas, falsos clientes, problemas con los pedidos y otros incidentes que no son su responsabilidad, pero que les generan pérdidas en sus ingresos; además, no poseen seguridad social, ni seguros de vida, ni acceso a la capacitación, pero sí se les descuenta hasta el 30 por ciento del precio de cada viaje que realizan, lo que es totalmente injusto.

Así las cosas, se agrava la frágil situación jurídica, social y económica de los repartidores de mercancías y de prestadores de servicios que utilizan plataformas digitales, toda vez que además deben pagar los correspondientes impuestos, en los términos de las disposiciones fiscales antes mencionadas, deben de pagar los gastos de gasolina, teléfono celular y otros. Esa frágil condición, obliga a plantear la procedencia de un fondo a su favor con el objeto de que voluntariamente puedan ser sujetos de aseguramiento en el Instituto Mexicano del Seguro Social, independientemente de la naturaleza jurídica que tengan con las respectivas empresas propietarias de las plataformas digitales. En efecto, ya sea que la citada relación tenga una esencia laboral o de otra naturaleza, es necesario que el Estado mexicano les otorgue una incorporación al régimen de seguridad social, en los términos de lo dispuesto en el artículo 13, fracción I de la Ley del Seguro Social a esos repartidores de mercancías y de prestación de servicios.

III. PROPUESTA DE ESTIMULO FISCAL A FAVOR DE LOS TRABAJADORES DE PLATAFORMAS DIGITALES

El estado mexicano instrumentó una reforma a la Ley del Impuesto al Valor agregado y a la Ley de Impuesto sobre la Renta con el objeto de regular el comercio electrónico a través de plataformas digitales, por lo que con diversas adiciones a la Ley del Impuesto al Valor Agregado, entre las que destaca el capítulo denominado “De la

prestación de servicios digitales por residentes en el extranjero sin establecimiento en México” integrado por los artículos del 18-B al 18-I, así como la Ley del Impuesto sobre la Renta, que en sus artículos 113-A, 113-B, 113-C y 113-D norman los ingresos por la enajenación de bienes y la prestación de servicios a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas y aplicaciones informáticas.

Reformas jurídicas que fueron instrumentadas con base en los principios fiscales aplicables al comercio electrónico y que fueron ratificados por los países miembros de la OCDE en la Conferencia Ministerial sobre Comercio Electrónico celebrada en el mes de octubre de 1998 en la ciudad de Ottawa. Dichos principios son los siguientes:

- **Neutralidad:** los contribuyentes en situaciones similares que realicen transacciones también similares deberán estar sujetos a tasas de impuestos similares. Los sistemas tributarios deben tratar de ser neutrales y equitativos entre las distintas formas de comercio electrónico y entre éste y el comercio convencional o tradicional. Las decisiones comerciales deben estar motivadas por consideraciones económicas y no ya tributarias. Aquellos contribuyentes en situaciones análogas, que efectúen operaciones similares, deben estar sometidos a niveles impositivos parejos.
- **Eficiencia:** los costos de cumplimiento para los contribuyentes y los costos de administración para los gobiernos deben de ser los mínimos posibles.
- **Certeza y simplicidad:** con ello se facilita que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones fiscales.
- **Efectividad:** se deben establecer las tasas de impuestos en niveles óptimos, evitar en todo momento la doble tributación y combatir con todas las herramientas disponibles la evasión y elusión fiscales. Adicionalmente, se debe considerar que la exigibilidad en el pago de impuestos para los sujetos obligados es crucial para garantizar la eficiencia del sistema tributario.
- **Equidad:** que tiene dos componentes principales: equidad horizontal y equidad vertical. La equidad horizontal sugiere que los contribuyentes en circunstancias similares deberían soportar una carga tributaria similar. La equidad vertical sugiere que los contribuyentes en mejores

circunstancias deberían soportar una mayor parte de la carga tributaria como proporción de sus ingresos.

- **Flexibilidad:** con ello se facilita que el marco tributario se mantenga actualizado con el desarrollo tecnológico y comercial, asegurando su evolución paralela; también permite adecuarlo rápidamente para satisfacer las necesidades de ingresos fiscales del Estado.

De acuerdo a la OCDE los mencionados principios fiscales deben ser aplicados por los gobiernos para gravar tanto el comercio convencional como el comercio electrónico y las operaciones que se realizan a través de plataformas digitales. Entre los países miembros de la OCDE existe un consenso sobre la pertinencia de aplicar el principio de neutralidad en el Impuesto al Valor Agregado para las operaciones de comercio internacional de mercancías, en razón de que dicho principio se refiere a la ausencia de discriminación y a la eliminación de cargas impositivas indebidas, así como costos de cumplimiento desproporcionado para los contribuyentes.

Además, es de observarse que el comercio electrónico es un elemento fundamental en la economía digital en la modalidad de plataformas de intermediación y cada día tiene una mayor participación.

En el año de 2017, y de acuerdo con la OCDE, de la totalidad del comercio electrónico transfronterizo a nivel mundial, el 57% de las operaciones se realizan a través de las tres plataformas digitales más grandes, 10% a través de otras plataformas que operan a nivel nacional y el restante 33% a través de vendedores directos; es decir, aproximadamente 2 de cada 3 operaciones del comercio electrónico mundial se realizan a través de plataformas digitales y 1 de cada 3 se realiza a través de los canales tradicionales como ventas directas.

IV. DERECHO COMPARADO

En ese contexto, actualmente más de 50 países han reformado su legislación relativa al Impuesto al Valor Agregado para aplicarlo a la economía digital, y en gran medida lo han hecho con base en las recomendaciones de la OCDE, entre los que se encuentran los 28 países en la Unión Europea, además de Argentina, Australia, Bahamas, Bielorrusia, Canadá, China, Colombia, Ghana, Islandia, India, Japón, Kenia, Corea, Nueva Zelanda, Noruega, Rusia, Arabia Saudita, Serbia, Singapur, Sudáfrica, Suiza, Tanzania y Turquía. Asimismo, 38 países han implementado un registro simplifi-

cado para el pago del Impuesto al Valor Agregado, entre los que destacan los 28 países miembros de la Unión Europea, además de Australia, Bielorrusia, India, Corea, Nueva Zelanda, Noruega, Rusia, Singapur, Sudáfrica y Turquía.

En América Latina, diversos países han establecido mecanismos simplificados para la recaudación del Impuesto al Valor Agregado en las importaciones de mercancías y servicios intangibles a través de plataformas digitales, como es el caso de Argentina, Chile, Colombia y Uruguay.

En México, el Impuesto al Valor Agregado es un impuesto diseñado para gravar el consumo final de bienes y servicios y desde su creación, en 1980, se ha sujetado a dichas directrices. Una de las más relevantes es la del principio de destino consistente en que las mercancías y servicios se deben gravar en el país en donde se realice el consumo final.

Tratándose de la compra-venta de mercancías y servicios intangibles que son proporcionados por diversas empresas residentes en el extranjero sin establecimiento en territorio nacional, de conformidad con la legislación vigente se gravan como una importación, en cuyo caso el obligado a pagar el Impuesto al Valor Agregado, es el adquirente de los bienes y servicios en territorio nacional. Así, en la Ley del Impuesto al Valor Agregado las exportaciones de empresas residentes en México se sujetan a la tasa del 0% en tanto que las importaciones se gravan a la tasa del 16%.

Lo anterior hace necesario establecer un criterio de vinculación que permita al Estado mexicano gravar a las empresas residentes en el extranjero sin establecimiento en México. Criterio de vinculación que sea acorde con los medios a través de los cuales, dichas empresas proporcionan los servicios digitales y la venta de mercancías en forma electrónica por medio de plataformas o aplicaciones vía Internet. En ese contexto –se reitera– que en el Diario Oficial de la Federación correspondiente al 9 de diciembre de 2019 se publicó la incorporación a la Ley del Impuesto al Valor Agregado del capítulo denominado “De la prestación de servicios digitales por residentes en el extranjero sin establecimiento en México” integrado por los artículos del 18-B al 18-I. Así, en el artículo 18-B se definen a los servicios digitales como aquellos que se proporcionan mediante aplicaciones o contenidos en formato digital a través de Internet u otra red, fundamentalmente automatizados, pudiendo o no requerir una intervención humana mínima, siempre que por los servicios mencionados se cobre

una contraprestación, como son los de intermediación entre terceros que sean oferentes de bienes o servicios y los demandantes de los mismos.

V. MARCO LEGAL UNA NUEVA REGULACIÓN EN MÉXICO

Así las cosas, la referida reforma fiscal tiene como finalidad gravar con el Impuesto al Valor Agregado y con el Impuesto sobre la Renta a esas empresas que en su mayoría no son residentes en México y que realizan operaciones en el país por las cuales obtienen ingresos. La reforma fiscal tiene dos objetivos:

- 1.- Gravar con el Impuesto al Valor Agregado las actividades del proveedor de servicios digitales, y
- 2.- La retención del Impuesto sobre la Renta y del Impuesto al Valor Agregado por parte de las empresas propietarias o proveedores de plataformas a las personas físicas que las utilicen para vender sus mercancías, sus bienes o proporcionar sus servicios, como es el caso de los repartidores de esas mercancías.

Ahora bien, para el cumplimiento de esos objetivos fiscales, se establecen una serie de obligaciones a las empresas extranjeras propietarias de plataformas digitales que se desempeñan como intermediarios entre los repartidores de mercancías y los clientes finales. Estas obligaciones consisten en:

- 1.- Inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes dentro de un término de 30 días naturales siguientes a la fecha en que se proporcionen por primera vez los servicios a un receptor o consumidor en territorio mexicano, en razón de que así lo ordena el artículo 18-D de la Ley del Impuesto al Valor Agregado. El Servicio de Administración Tributaria dará a conocer en su página de Internet y en el Diario Oficial de la Federación la lista de los residentes en el extranjero que se encuentren registrados en el mismo;
- 2.- Designar a su representante legal ante el Servicio de Administración Tributaria;
- 3.- Tramitar la firma electrónica avanzada de su representante legal en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 19-A del Código Fiscal de la Federación;

- 4.- Cobrar el Impuesto al Valor Agregado conjuntamente con los precios de los bienes, mercancías o servicios ofertados;
- 5.- Proporcionar información mensual al Servicio de Administración Tributaria sobre el número de operaciones y servicios efectuados con los clientes finales ubicados en territorio mexicano que reciban sus mercancías y servicios, clasificados por tipo de mercancías, servicios, operaciones y su precio, así como el número de los clientes finales y conservar los registros base de la información presentada.
- 6.- Calcular en cada mes de calendario el Impuesto al Valor Agregado, aplicando la tasa del 16% a las contraprestaciones efectivamente cobradas en dicho mes y efectuar su pago mediante declaración electrónica que presentarán a más tardar el 17 del mes siguiente de que se trate;
- 7.- Emitir y enviar al Servicio de Administración Tributaria los comprobantes de pago de los consumidores finales de los servicios digitales en territorio nacional, así como los comprobantes correspondientes al pago de las contraprestaciones con el Impuesto al Valor Agregado trasladado de forma expresa y por separado.

Paralelamente a las reformas a la Ley del Impuesto al Valor Agregado antes referidas, ese mismo día —9 de diciembre de 2019— se publicaron en el Diario Oficial de la Federación diversas adiciones a la Ley del Impuesto sobre la Renta, entre las que destacan los artículos 113-A, 113-B, 113-C y 113-D que regulan los ingresos por la enajenación de bienes, mercancías o la prestación de servicios a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares.

Así, el artículo 113-A de la Ley del Impuesto sobre la Renta establece que están obligados al pago de dicho impuesto, las personas físicas con actividades empresariales que vendan bienes, mercancías o presten servicios a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas y aplicaciones informáticas, por los ingresos que generen, incluidos todos aquellos pagos que reciban por cualquier concepto adicional a través de los citados medios electrónicos. Cabe agregar que el Impuesto sobre la Renta se pagará mediante la retención que efectuarán las empresas propietarias de plataformas electrónicas residentes en México o por las empresas extranjeras que proporcionen el uso de plataformas tecnológicas y aplicaciones informáticas ya sea que tengan o no su establecimiento permanente en el territorio mexicano.

La retención se deberá efectuar sobre el total de los ingresos que efectivamente perciban las personas físicas –repartidores de mercancías– por conducto de plataformas tecnológicas y aplicaciones informáticas, sin incluir el Impuesto al Valor Agregado. Esta retención tendrá el carácter de pago provisional. Al monto total de los ingresos mencionados se le aplicarán las siguientes tasas de retención:

- I.- Tratándose de prestación de servicios de transporte terrestre de pasajeros y de entrega de mercancías la retención se hará por el 2.1%;
- II.- Tratándose de prestación de servicios de hospedaje la retención se hará por el 4%, y
- III.- Tratándose de la enajenación de bienes y prestación de servicios la retención se hará por el 1%.

Cuando las mencionadas personas físicas o repartidores de mercancías a través de plataformas digitales reciban una parte del pago de las contraprestaciones por la prestación de servicios o la enajenación de bienes directamente de los adquirentes de los mismos, y el total de sus ingresos, no excedan de trescientos mil pesos anuales, podrán optar por pagar el Impuesto sobre la Renta por dichos ingresos recibidos directamente de los usuarios de los servicios o adquirentes de bienes, aplicando las tasas de retención a que se refiere el artículo 113-A de la Ley del Impuesto sobre la Renta, incluyendo aquellos efectivamente percibidos por conducto de las citadas plataformas tecnológicas y aplicaciones informáticas.

Las reformas fiscales para los repartidores que se dedican al transporte terrestre de pasajeros, a la entrega de alimentos preparados y entrega de mercancías a través de plataformas digitales, tienen como objetivo poder simplificar su carga tributaria al tener la opción de pagar los impuestos por medio de dichas plataformas. Sin embargo, además de cumplir con esta obligación derivada de la realización de sus actividades, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes bajo el “Régimen de las actividades empresariales con ingresos a través de plataformas tecnológicas” o bien, presentar un aviso de actualización de actividades económicas (en caso de ya estar inscrito en el RFC); eligiendo alguna de las actividades siguientes, según corresponda:

- Servicio de transporte terrestre de pasajeros a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas o aplicaciones informáticas.
- Servicio de entrega de alimentos preparados a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas o aplicaciones informáticas.
- Servicio de entrega de bienes a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas o aplicaciones informáticas.
- Comercio de bienes y mercancías a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas o aplicaciones informáticas.

Prestación de servicios contratados a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas o aplicaciones informáticas.

- Expedir facturas a los usuarios o clientes finales que la soliciten.
- Si los clientes no solicitan factura individual, las operaciones deberán facturarse en un Certificado Fiscal Digital por Internet global diario, semanal o mensual que enliste el monto de cada una de las transacciones realizadas con público en general.

Paralelamente a lo antes expuesto, cabe señalar que desde el 30 de abril de 2019, se publicó en la página de Internet del Servicio de Administración Tributaria el documento denominado “Complemento de servicios de plataformas tecnológicas”, que incorpora la obligación fiscal para aquellas personas que proporcionan servicios de transporte terrestre de pasajeros o entrega de alimentos preparados que utilizan plataformas tecnológicas o aplicaciones digitales para dicha entrega, de expedir el correspondiente Comprobante Fiscal Digital por Internet con los datos que deben de incluir, de acuerdo con el documento fiscal en mención. En consecuencia, en el Comprobante Fiscal Digital por Internet se debe precisar el monto de la contraprestación y coincidir con el monto pagado por el usuario. Además, se reitera la obligación a cargo de las personas que prestan el servicio de transporte terrestre de pasajeros o entrega de alimentos preparados utilizando para ello, plataformas tecnológicas, de inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes o presentar el aviso de actualización de actividades económicas empleando dichas plataformas.

A mayor abundamiento, en la resolución miscelánea fiscal número 3.11.12 instrumentada desde el 29 de abril de 2019, se establece la retención del Impuesto sobre la Renta y del Impuesto al Valor Agregado aplicable a los prestadores de servicios de transporte terrestre de pasajeros o entrega de alimentos, mercancías y otros bienes. Para ello, en

dicha resolución miscelánea fiscal se precisa que los prestadores de servicios y repartidores de mercancías, a través del uso de plataformas tecnológicas, deben proporcionar a cada usuario un Comprobante Fiscal Digital por Internet, en el que se desglosen los viajes y las entregas de diversas mercancías, así como los ingresos en efectivo.

Desde 2018, se estima que aproximadamente medio millón de mexicanos se encuentran trabajando para plataformas digitales, pero que en la actual pandemia -2020 y 2021- se incrementaron los números de los repartidores y repartidoras de bienes y servicios que se emplean para diversas empresas que ofrecen servicios de alimentos, paquetería, medicamentos, transporte, productos y servicios, es decir, como repartidores a través de plataformas digitales; se trata además, de conductores, como los de los servicios de taxi tradicionales o Uber, pero que se comunican con los clientes mediante aplicaciones de dispositivos móviles.

VI. EL MÍNIMO VITAL COMO PROTECCIÓN INTERNACIONAL

Lo anterior encuentra su debido fundamento en los siguientes:

ELEMENTOS

Primero. - De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 1° de la Constitución General de la República, México al adherirse a los tratados internacionales tiene la obligación de cumplir con el contenido de cada uno de ellos. Así, la Declaración de los Derechos Humanos señala en su artículo 25 que “Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios”.

Si bien es cierto que en el artículo 31, fracción IV constitucional, se establece la obligación a cargo de los mexicanos de contribuir para los gastos públicos de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes, por lo que, de acuerdo con el ingreso de las personas, quien más gana debe de contribuir más, también es verdad que el ser humano tiene el derecho universal de cubrir sus necesidades básicas de alimentación, educación, vivienda y vestido para él y sus dependientes. En consecuencia, es necesario establecer la capacidad contributiva del gobernado para contribuir con el gasto público, siendo que la capacidad económica no es igual a la capacidad contri-

butiva, como lo afirma el profesor Ángel Gutiérrez Rodríguez en su obra titulada *El mínimo vital en México*.

El mínimo vital, de acuerdo con la maestra Encarnación Carmona Cuenca, se refiere al derecho de todos los individuos que forman una comunidad a contar con una cantidad mínima para hacer frente a sus necesidades más básicas, como son la alimentación, educación, vivienda y el vestido.

Por su parte, Isaías González Cuevas sostiene que la protección al mínimo vital se desprende de la interpretación sistemática de los artículos 1º, 3º, 4º, 25, 26, 27, 28, 31, en su fracción IV y 123 de la Constitución Federal Mexicana.

La Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación en el amparo en revisión número 1780/2006 sustentó el criterio de que el derecho constitucional al mínimo vital cobra plena vigencia a partir de la interpretación sistemática de los derechos fundamentales consagrados en la Constitución General y particularmente de los artículos 10, 40, 60, 13, 25, 27, 31 fracción IV, y 123. Un presupuesto del Estado Democrático de Derecho es el que requiere que los individuos tengan como punto de partida condiciones tales que les permitan desarrollar un plan de vida autónomo, a fin de facilitar que los gobernados participen activamente en la vida democrática. De esta forma el goce del mínimo vital es un presupuesto sin el cual las coordenadas centrales de nuestro orden constitucional carecen de sentido, de tal suerte que la intersección de la potestad estatal y el entramado de derechos y libertades fundamentales consiste en la determinación de un mínimo de subsistencia digna y autónoma protegida constitucionalmente. Este parámetro constituye el contenido del derecho al mínimo vital, el cual, a su vez, coincide con las competencias, condiciones básicas y pretensiones sociales necesarias para que la persona pueda llevar una vida libre del temor y de las cargas de la miseria, de tal manera que el objeto al derecho al mínimo vital abarca todas las medidas positivas y negativas imprescindibles para evitar que la persona —centro del ordenamiento jurídico— no se convierta en instrumento de otros fines, objetivos, propósitos, bienes o intereses por importantes o valiosos que ellos sean.

A mayor abundamiento, el Noveno Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito sustentó que el mínimo vital conforme al Derecho Constitucional Mexicano y al Internacional de los Derechos Humanos, se encuentra dirigido a salvaguardar los derechos fundamentales de las personas físicas y no de las jurídicas, establece que el derecho al mínimo vital se fundamenta en la dignidad humana, la

solidaridad, la libertad, la igualdad material y el Estado social, además señala que para gozar plenamente de su libertad las personas necesitan un mínimo de seguridad económica y de la satisfacción de sus necesidades básicas.

Barnuevo afirma que la exención al mínimo existencial debe estar basado en los principios de igualdad y capacidad económica, estableciendo la prohibición de someter a gravamen la porción de renta que los sujetos deben destinar inevitablemente a la atención de sus necesidades vitales.

Por su parte, Álvarez menciona que para aproximarse a una idea de lo que es el mínimo vital se deben considerar dos aspectos importantes: el reconocimiento de la dignidad de las personas y el establecimiento del Estado Social de Derecho, del cual deriva la obligación del Estado de hacer efectivo los derechos como la salud, la educación, el trabajo, la alimentación y la vivienda.

La problemática que existe con las referidas disposiciones fiscales para el caso de los servicios digitales es que imponen impuestos a los repartidores de mercancías que utilizan plataformas tecnológicas sin importar que los ingresos que perciban no sean suficientes para cubrir ese mínimo vital, debido a los reducidos márgenes de utilidad que obtienen. Por ejemplo, las estadísticas reflejan que la plataforma de Uber (servicio de transporte a particulares) retiene un 25% de la comisión por viaje y el costo de la ruta para los conductores de Uber X es aproximadamente del 47%, lo cual deja un margen de 28% de ganancia, menos el pago de los respectivos Impuesto sobre la Renta y la retención del Impuesto al Valor Agregado. Esta situación se agrava con los repartidores de mercancías que utilizan plataformas tecnológicas, ya que es su única fuente de ingreso, y que es disminuida dramáticamente por el pago y la retención de los mencionados impuestos, así como por el pago de los diversos instrumentos de trabajo que tienen que erogar como son el plan del teléfono celular, la compra de chalecos, impermeables, mochilas y un seguro si utilizan un equipo motorizado, el pago diario de la gasolina de la motocicleta y los gastos de operación de la moto o la bicicleta, entre otros.

Ahora bien, para estipular el mínimo vital es necesario recurrir a mediciones de pobreza que permiten ofrecer un punto de referencia. Por tal motivo, se señala la “Línea de Bienestar” que desarrolla el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). Dicha canasta alimentaria y no alimentaria contemplaba un monto de \$2,969.41 pesos en 2017. Por otra parte, con base en el censo del

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de 2010, de la población en hogares, 97.3% formaba parte de un hogar familiar y en promedio tenían 4.2 integrantes. Finalmente, el monto de la línea de bienestar multiplicado por el promedio de integrantes en un hogar arroja un total de \$12 469.8 pesos. En consecuencia, se reitera que los repartidores de mercancías y prestadores de servicios que utilizan plataformas digitales para ello deben de tener un fondo integrado con las empresas propietarias de las plataformas digitales con el objeto de que puedan ser sujetos de aseguramiento voluntario en el Instituto Mexicano del Seguro Social, independientemente de la naturaleza de la relación jurídica que tengan con las referidas empresas.

Segundo.- En efecto, dicho fondo de contingencia se fundamenta en los criterios sustentados por la Suprema Corte de Justicia de la Nación en el sentido de que el derecho al mínimo vital trasciende a la materia fiscal, pues abarca todas las medidas que el Estado debe proporcionar a los gobernados para garantizar su subsistencia, mientras que en lo estrictamente fiscal se presenta únicamente como una barrera al legislador, a fin de que limite el ejercicio de la potestad tributaria atendiendo a la potencialidad de cada contribuyente para concurrir al levantamiento de las cargas públicas. En esa medida -se sostuvo- el mínimo vital se configura como un principio que orienta el accionar del Estado.

En ese contexto, atendiendo al mínimo vital como límite a la actuación del legislador tributario, la Suprema Corte de Justicia de la Nación precisó que el aludido derecho permea a toda la materia tributaria y no se limita al ámbito laboral, basándose en lo dispuesto en la fracción IV de artículo 31 constitucional; es decir, se trata de una garantía constitucional de la que gozan todas las personas físicas, y no una conquista laboral que únicamente beneficiaría a los trabajadores que perciben el salario mínimo, en los términos en los que lo preceptúa el artículo 123 constitucional.

Así, la Suprema Corte de Justicia de la Nación estableció que el derecho al mínimo vital debe atender a cuestiones particulares, como son el tipo de ingreso que se percibe y la forma en la que se genera el mismo.

Tercero.- Con fundamento en el principio del mínimo vital es procedente constituir un fondo en beneficio de los repartidores de mercancías y prestadores de servicios que utilizan plataformas tecnológicas o aplicaciones digitales, con el objeto de que sean incorporados al régimen voluntario de la seguridad social, en los términos de lo dispuesto en el artículo 13, fracción I de la Ley del Seguro Social, independiente-

mente de la naturaleza jurídica de la relación que tienen con las empresas propietarias de esas plataformas tecnológicas o aplicaciones digitales.

El artículo 13, fracción I de la Ley del Seguro Social establece que “voluntariamente podrán ser sujetos de aseguramiento al régimen obligatorio: I. Los trabajadores en industrias familiares y los independientes, como profesionales, comerciantes en pequeño, artesanos y demás trabajadores no asalariados.”

En ese contexto, los repartidores de mercancías y prestadores de servicios que utilizan plataformas tecnológicas o aplicaciones digitales tienen un fundamento jurídico para incorporarse al Instituto Mexicano del Seguro Social con el objeto de recibir atención médica por riesgos de trabajo, enfermedades y maternidad.

El pago de las respectivas cuotas de seguridad social sería cubierto con un fondo integrado con un porcentaje del pago de los impuestos que cubren los referidos repartidores de mercancías al Estado. Más aún, que es procedente el impuesto progresivo, (cuanto mayores son los ingresos de un contribuyente, mayor debe ser también la cantidad de impuestos a pagar). Sin embargo, si el trabajador recibe un sueldo bajo, el Gobierno de México le concede un apoyo económico para complementar su ingreso.

Luego entonces, se insiste en sostener que independientemente de la naturaleza jurídica de la relación que tienen los repartidores de mercancías y prestadores de servicios de transporte terrestre con las empresas propietarias de plataformas digitales, deben de incorporarse al régimen voluntario de la seguridad social previsto en el artículo 13, fracción I de la Ley del Seguro Social.

VII. CONCLUSIONES

Los repartidores de plataformas digitales tienen atribuciones para poder percibir estímulos fiscales, como ya se abordó existen diversas legislaciones nacionales que fundamentan dicho estudio de investigación, por lo que es necesario poder reclamar este derecho con los fundamentos que se tienen y que se identificaron en esta investigación.

VIII. REFERENCIAS

- Aloisi, A., & De Stefano, V. (2020). La reglamentación y el futuro del trabajo. La relación del trabajo como factor de innovación. *Revista Internacional del Trabajo*, 139 (1), 51-74.
- Arias, C., Diana-Menéndez, N., & Haidar, J. (2020). Collective organization in platform

- companies in Argentina: between labour union traditions and adaptive strategies. In J. Haidar & M. Keune (Eds.) *Work and Labour Relations in global Platform Capitalism*. Edwar Elgar Publishing/OIT. Manuscript submitted for publication.
- Bensusán, G. & Flores, N. (2020). *Cambio tecnológico, mercado de trabajo y ocupaciones emergentes en México*, Santiago. Comisión Económica para América Latina (CEPAL). Manuscrito presentado para su publicación.
- Berg, J. & De Stefano, V. (2016). *¿Se requiere mejorar el crowdwork? Entonces hay que regular* (N. 240), Global Labour University-OIT.
- Bohannan, P. (1996). *Para raros nosotros. Introducción a la Antropología Cultural*. Madrid. Ariel.
- Borelli, S. (2019). Italy. In I. Daugareilh, C. Degryse & P. Pocher (Eds.), *The platform economy and social law: Key in comparative Perspective* (Working Paper 2019.10). Brussels. European Trade Union Institute.
- Cavallini, G. (2018). *The classification of Crowdwork and work by Platforms: Alternatives and implications*. In E. ales, Y. Curzi, T. Fabbri, O. Rymkevich, I. Senatori & G. Solinas (Eds.) *Working in Digital and Smart Organizations. Legal, Economic and Organizational Perspective on the Digitalization of Labour Relations* (pp. 113-138). Cham: Palgrave Macmillan.
- Conapo (Consejo Nacional de Población) (2012). 4 de Marzo, Día de la familia. Consultado el 15 de julio de 2023. Disponible http://www.conapo.gob.mx/CONAPO/Marzo_Un_Dato
- Cortés, F. 2006, “La incidencia de la pobreza y la concentración del ingreso en México”, en Enrique de la Garza y Carlos Salas (coords.), *La situación del trabajo en México, 2006*. Universidad Autónoma Metropolitana, Instituto de Estudios de Trabajo, Centro Americano para la Solidaridad Sindical Internacional, AFL-CIO, Plaza y Valdés Editores, México
- Oliveira, O., Ariza, M. y Eternod, M. 1996, “Trabajo e inequidad de género”, en Orlandina de Oliveira, Marina Ariza, Marcela Eternod, María de la Paz López y Vania Salles, Informe final. *La condición femenina: una propuesta de indicadores*, Somede/Conapo, noviembre, documento no publicado, México.
- Samaniego, N. (2009). *La crisis, el empleo y los salarios en México*. Economía. UNAM.
- SEDESOL, 2005, “Medición de la pobreza 2002-2004”, Sedesol, México.
- Székely, M. (2003). *Lo que dicen los pobres en SEDESOL* (Secretaría de Desarrollo Social) (2003). Cuadernos de Desarrollo Humano, México: SEDESOL.