

Retos y Tendencias del Retail en México



Índice

Introducción	3
Promociones en el Sector Retail – ¿Aviso ante PROFECO o permiso de SEGOB?	4
Qué hacer cuando PROFECO toca tu puerta	5
El e-commerce y su impacto en el mercado inmobiliario	6
La importancia del “Due Diligence” previo a la compra o arrendamiento de un inmueble destinado al comercio minorista	7
Régimen fiscal aplicable a plataformas digitales dedicadas al comercio electrónico	8
Contacto	9



■ Introducción

El sector del "Retail" (venta al por menor) es una industria que se caracteriza por la venta de artículos de consumo masivo a una gran cantidad de clientes y desempeña un papel fundamental en la economía mexicana y global.

El Retail va más allá de la simple transacción de bienes y servicios, ya que refleja las tendencias económicas, culturales y tecnológicas de una sociedad. En México y en muchos otros lugares, ha experimentado una evolución significativa a lo largo de los años, adaptándose a las cambiantes preferencias de los consumidores y a las transformaciones en la forma en que las personas compran y experimentan el acto de compra.

A nivel mundial, el sector Retail es un motor económico clave que abarca una amplia variedad de formatos y modelos de negocio, desde grandes cadenas de supermercados hasta boutiques de moda de lujo. En el mundo actual, se enfrenta a desafíos y oportunidades únicas, impulsados por factores como la digitalización, la globalización y el cambio en las expectativas de los consumidores. Este panorama cambia constantemente, y para comprender plenamente su impacto en México y en todo el mundo, es necesario explorar en detalle su evolución y las tendencias actuales que están dando forma a esta industria apasionante y en constante cambio.

A continuación, presentamos una serie de artículos que abordan diversas problemáticas del sector Retail, incluyendo aspectos fiscales, comercio exterior, inmobiliarios, regulatorios y de propiedad intelectual, con el objetivo de ofrecer soluciones y perspectivas en estas áreas.





Promociones en el Sector Retail – ¿Aviso ante PROFECO o permiso de SEGOB?

Autores: *Juan Luis Serrano Leets, Mariajosé Ayala García
y Javier Villanueva Rodríguez de la Vega*

Las promociones comerciales en el sector retail pueden estar sujetas tanto a regulación en materia de Protección al consumidor como, en algunos casos, a la aplicable a Juegos y Sorteos. En este artículo analizamos algunos de los escenarios más comunes al respecto.

La Ley Federal de Protección al Consumidor define las promociones como aquellas prácticas comerciales a través de las cuales se ofrecen al consumidor bienes o servicios con diversos incentivos tales como proporcionar otro bien o servicio igual, de manera gratuita o a precio reducido o bien, con el incentivo de participar en sorteos o concursos.

En la mayoría de los casos, no son necesarias las autorizaciones previas para llevar a cabo promociones, con algunas excepciones relevantes:

- a. Tratándose de promociones a través de sorteos o concursos o coleccionables, es necesario presentar un aviso de promoción ante PROFECO, de acuerdo con la NOM-028-SCFI-2007.

Dicha Norma Oficial brinda los lineamientos aplicables a las promociones referidas, centrándose en la información que debe darse a conocer al consumidor que participará en la promoción.

- b. En casos donde se lleven a cabo **sorteos** -entendidos de forma general como aquellas actividades para consumidores donde la entrega de premios/elección de ganadores depende del azar-, se requiere un permiso de la Secretaría de Gobernación.
- c. Para las promociones con artículos **coleccionables** basta un aviso ante PROFECO.
- d. En los supuestos de **concursos** -entendidos de forma general como aquellas promociones donde los premios dependen de la habilidad del concursante- existen interpretaciones contradictorias sobre la necesidad de contar o no con un permiso.

Por una parte, la NOM puede interpretarse en el sentido de que un concurso requiere contar con el permiso emitido por la Secretaría de Gobernación (“SEGOB”), bajo la Ley Federal de Juegos y Sorteos. Por la otra, SEGOB no tiene facultades expresas para emitir permisos en estos casos.

Esta ambigüedad ha derivado en que la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor (“PROFECO”) en ocasiones requiera la presentación de dichos permisos en las promociones en donde la determinación de los ganadores no depende del azar sino de la habilidad de los concursantes, casos en los que, en estricto sentido, solamente sería necesario presentar un aviso ante la Procuraduría, que es gratuito y no requiere que el responsable de la promoción espere una respuesta de la autoridad. En ausencia del permiso correspondiente, hemos visto sanciones a la empresa responsable.

De forma general, siempre será recomendable revisar a detalle la estructura de las promociones en el sector retail y visualizar posibles riesgos derivados del criterio de la autoridad. Hemos desarrollado soluciones que permiten a nuestros clientes llevar a cabo sus promociones comerciales con estricto apego a la legislación aplicable, reduciendo los riesgos de ser multados por no contar con un permiso de SEGOB y al mismo tiempo asegurando una defensa sólida en caso de ser necesario presentar una impugnación.



Qué hacer cuando PROFECO toca tu puerta

Autores: *Eduardo Sotelo Cauduro y
Laura Elisa Sánchez Barrón*

Es una realidad, que la industria de Retail es una de las que ha sufrido mayor impacto durante y después de la pandemia derivada del Covid-19.

La industria se vio obligada a la adaptación virtual, lo cual representó diversos cambios en la manera de verificar y acreditar el cumplimiento del e-commerce. Como lo fue, por ejemplo, la implementación del “Distintivo Digital PROFECO”, otorgado a aquellos proveedores que destacaran por promover seguridad y transparencia al consumidor a través de plataformas digitales, así como la evolución del “Monitoreo de Tiendas Virtuales” promovido también por PROFECO.

Ahora, a tres meses de haberse decretado el final de la emergencia sanitaria de Covid-19, en mayo de 2023, la industria nuevamente enfrenta un gran reto, el del “renacimiento de las tiendas físicas”.

Y es que, después de vernos obligados a migrar la adquisición de productos a una modalidad virtual, las personas están ansiosas por regresar a la experiencia de la compra física.

Por ello, no es una sorpresa que las autoridades mexicanas se encuentren reforzando los procesos de verificación de cumplimiento a través de inspecciones a tiendas físicas, que cada vez son más y más comunes.

Estas “visitas de verificación” de las que todos hemos escuchado hablar o hemos enfrentado, únicamente pueden realizarse por personal de PROFECO que debe cumplir con requisitos previstos en Ley, ya que de lo contrario serán ilegales.

Es importante revisar a detalle la documentación proporcionada por el verificador previo a darle acceso al recorrido de la tienda, ya que deben incluirse dentro de la orden de verificación los

datos correctos de la empresa y en caso contrario, el verificado podrá negarse a la visita.

El objeto de las “visitas de verificación” en tiendas físicas, suele estar relacionado con el etiquetado y la información comercial disponible para el consumidor al momento de la compra, por lo que distintas NOMs de etiquetado pudieran aplicar.

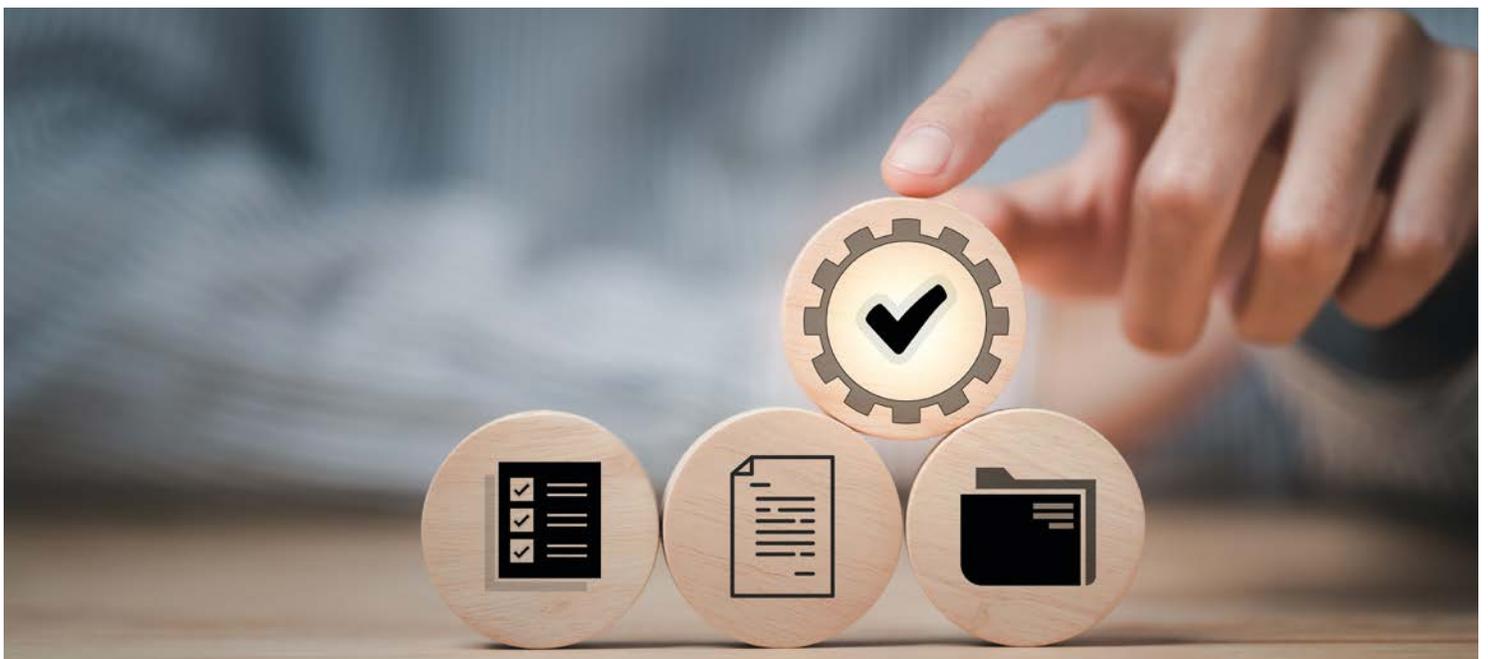
Es indispensable estar preparados para su desahogo, capacitar a nuestro personal en sitio e identificar los hallazgos del verificador, para estar en posibilidad de subsanar cualquier irregularidad y evitar el Inicio a Procedimiento Administrativo.

En la prevención está el éxito de estas visitas, por lo que recomendamos revisiones internas periódicas a las instalaciones, etiquetas, reglas de seguridad, así como la constante revisión de las modificaciones a las NOMs de etiquetado, la solicitud de certificaciones de cumplimiento emitidas por Unidades de Verificación Autorizada, ya que estas son consideradas como un documento oficial de cumplimiento.

Recordemos que hay trámites que ayudan al proveedor, en caso de inconsistencias involuntarias, como lo es la solicitud de prórroga en etiquetado por inexactitud de datos, la cual permite comercializar productos por un periodo determinado en lo que se corrige el etiquetado.

Es así, que la DGN de la Secretaría de Economía nos demuestra que es válido cometer algún error, siempre y cuando la empresa esté en total ánimo de subsanar y cumplir con las leyes y regulaciones aplicables.

Te alentamos a prevenir y asesorarte adecuadamente, no te dejes sorprender.





El e-commerce y su impacto en el mercado inmobiliario

Autor: José Francisco Pamanes Cantú

El comercio electrónico (“e-commerce”) ha revolucionado la manera en que las personas compran, ofreciendo comodidad, variedad y accesibilidad a una gran variedad de productos. En México, el sector del e-commerce ha experimentado un crecimiento rápido en los últimos años, impulsado por el aumento del uso del internet, cambios en las preferencias del consumidor y avances en los métodos de pago digitales. Sin embargo, este crecimiento también presenta desafíos en el sector logístico que las empresas de e-commerce deben enfrentar para garantizar operaciones fluidas y satisfacción del cliente, tales como:

- 1. Limitaciones de Infraestructura:** La geografía diversa de México plantea un desafío significativo para las operaciones logísticas. El vasto tamaño del país y los paisajes variados pueden causar demoras y costos aumentados en el transporte de mercancías. Las malas condiciones de las carreteras, especialmente en áreas rurales, pueden obstaculizar las entregas oportunas, lo que afecta la satisfacción del cliente. Además, las instalaciones de almacenamiento limitadas y las redes de transporte insuficientes pueden tensionar aún más la cadena de suministro, lo que resulta en ineficiencias y costos operativos más altos. Por último, la capacidad ofertada por las compañías y entes gubernamentales que ofrecen servicios públicos está limitada y no da abasto con la demanda de servicios en general solicitada por las empresas.
- 2. Almacenamiento y distribución:** El e-commerce no se salva de la necesidad de contar con establecimientos estratégicos para el almacenamiento, control de inventario y distribución de sus productos. Es de vital importancia para las empresas de e-commerce negociar condiciones favorables en los

contratos de arrendamiento que celebren con los dueños de almacenes estratégicos en las diversas localidades en México y asesorarse con agentes inmobiliarios y expertos en la materia para tales efectos.

- 3. Obstáculos Regulatorios:** Los marcos regulatorios y los procesos aduaneros pueden ser complicado para las empresas de e-commerce que operan en México, sobre todo para inversores provenientes del extranjero. Las regulaciones de importación y exportación, los aranceles aduaneros y el cumplimiento tributario pueden variar, lo que provoca demoras en la liberación de mercancías y posibles disputas o controversias. Las empresas de e-commerce deben mantenerse informadas sobre el panorama regulatorio en constante cambio para agilizar las operaciones transfronterizas. Asimismo, las empresas de e-commerce deben enfrentar la falta de sofisticación de algunos municipios y estados en México, lo que se traduce en un desafío para la obtención de los permisos y licencias necesarios para establecer y operar sus negocios. Es por lo anterior, que se recomienda a las empresas que planean instalarse en el negocio del e-commerce, a buscar asesoramiento fiscal, corporativo y regulatorio adecuado de expertos que conozcan el panorama del país.
- 4. Trabajo y Empleo:** El sector logístico en México enfrenta una escasez de mano de obra calificada y profesionales que comprendan las complejidades de las operaciones de e-commerce, sin contar con la complejidad de la regulación laboral especial que rige en México. Reclutar y retener personal calificado que pueda gestionar soluciones logísticas impulsadas por la tecnología, análisis de datos y servicio al cliente es fundamental, así como el cumplimiento con las obligaciones patronales laborales, fiscales y de seguridad social, son vitales para garantizar el buen funcionamiento de la logística del e-commerce.

Si bien el e-commerce en México ofrece inmensas oportunidades de crecimiento, los desafíos en el sector logístico no pueden pasarse por alto. Superar las limitaciones de infraestructura y navegar por las complejidades regulatorias en México son esenciales para construir un sistema logístico sólido para el e-commerce. Las empresas de e-commerce que invierten en soluciones innovadoras, asociaciones estratégicas, cumplen con el marco regulatorio y se enfocan en el cliente para su logística, estarán mejor posicionadas para prosperar en el mercado digital en evolución de México.



La importancia del “Due Diligence” previo a la compra o arrendamiento de un inmueble destinado al comercio minorista

Autores: Franco Rafael Guízar Iriarte

En el ámbito del comercio minorista, cada empresa se enfrenta a una serie de desafíos al seleccionar el canal de distribución para ofrecer sus productos y servicios.

Uno de los desafíos más recurrentes, en contraste con las ventas en línea, son los puntos de venta físicos. Estos pueden ubicarse en espacios dentro de centros comerciales o seguir la modalidad independiente conocida como “stand-alone”, donde la tienda opera de manera individual en un local con acceso directo a la calle.

En consecuencia, el primer paso al elegir este canal de distribución es asegurar un espacio físico adecuado para exhibir los productos y servicios al público en general. Además, es esencial determinar si las actividades planificadas en ese espacio requieren autorizaciones, licencias o permisos para operar legalmente.

No obstante, la falta de anticipación en la obtención de licencias y permisos puede llevar a riesgos significativos. Estos inconvenientes pueden distraer los esfuerzos destinados a la venta y atención al cliente, ya que es necesario abordar cuestiones legales y administrativas con las autoridades locales. En situaciones extremas, esto podría incluso resultar en la clausura definitiva del establecimiento.

Por lo tanto, es fundamental considerar el proceso de obtención de licencias y permisos con la debida antelación. Esto adquiere una importancia crítica para garantizar que las operaciones fluyan sin interrupciones. A nivel nacional y especialmente a nivel municipal, será necesario obtener una variedad de autorizaciones, registros, licencias y permisos.

Derivado de ello, es esencial identificar las disposiciones jurídicas que aplican en el municipio y en el estado en el que nos encontremos, ya que dichas normas serán las que dicten la pauta respecto a la

información que será necesario tener a la mano para delinear el marco de obligaciones que aplicará al negocio y eventualmente, asegurar la obtención de las licencias y permisos que apliquen.

No obstante, nuestra recomendación antes de utilizar un inmueble para una determinada finalidad es iniciar un proceso de debida diligencia, también conocido como “Due Diligence”. De esta manera, podremos asegurarnos de que el proyecto u operación que planeamos llevar a cabo es compatible con las regulaciones pertinentes en el área, específicamente de zonificación, contenida en los instrumentos de planeación, conocidos como planes y programas de desarrollo urbano.

Incluso en lo que respecta a construcciones, es esencial identificar claramente qué se puede y qué no se puede edificar. Incluso, validar que la construcción existente en efecto puede existir porque cuenta con los permisos de construcción.

Habiendo considerado estos aspectos, ¿Se imaginan rentar o adquirir un inmueble, solo para descubrir después que no es adecuado para el negocio debido a restricciones de uso? Esta situación podría desencadenar problemas significativos. Otro escenario que ocurre con frecuencia es iniciar una remodelación y que las autoridades clausuren la obra durante días o incluso semanas debido a la ausencia de autorizaciones adecuadas.

Con el propósito de evitar este tipo de contratiempos, es esencial determinar cuáles normativas son relevantes en nuestro caso específico, obtener las autorizaciones necesarias contempladas en dichas normas y así evitar gastos y complicaciones innecesarios.





Régimen fiscal aplicable a Plataformas digitales dedicadas al comercio electrónico

Autores: Mariana Eguiarte Morett y Pedro Ángel Palma Cruz

Dentro de la industria del comercio, es común que residentes en el extranjero realicen ventas o presten servicios a través de medios digitales tales como el internet o aplicaciones. En estos casos, es importante considerar que dichos residentes en el extranjero se encontrarán obligados a recaudar y enterar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) que se genere en estas operaciones, además de quedar sujetos al cumplimiento de diversas obligaciones, como se describe a continuación.

» Régimen aplicable a plataformas digitales extranjeras

A partir del 1 junio de 2020, entró en vigor en México un nuevo régimen de IVA aplicable a residentes en el extranjero, que presten “servicios digitales” a receptores ubicados en territorio mexicano y residentes en el extranjero, que presten “servicios de intermediación digital” entre oferentes de bienes y/o servicios y los demandantes de los mismos, cuando estos últimos se encuentren ubicados en territorio mexicano.

» Servicios digitales

Se consideran servicios digitales sujetos al IVA, cuando estos sean proporcionados mediante aplicaciones o contenidos en formato digital a través de Internet u otra red, fundamentalmente automatizados, pudiendo o no requerir una intervención humana mínima y en la medida de que por dichos servicios se cobre una contraprestación¹.

Resulta importante señalar que dichos servicios digitales serán gravados en la medida de que los mismos sean prestados a receptores ubicados en territorio mexicano.

» Intermediación digital

Respecto al supuesto de servicios digitales -intermediación entre terceros que sean oferentes de bienes o servicios y los demandantes de los mismos-, la Ley del IVA prevé un capítulo específico que los regula, imponiendo obligaciones adicionales a aquellos residentes en el extranjero, sin establecimiento en México, que presten servicios de intermediación digital entre oferentes de bienes y/o servicios y los demandantes de

los mismos, cuando estos últimos se encuentren ubicados en territorio mexicano.

» Obligaciones

Dependiendo de las actividades realizadas por los residentes en el extranjero sin establecimiento permanente ya sean de prestación de servicios digitales o de intermediación, se deberá realizar un análisis detallado de las obligaciones aplicables para la actividad desarrollada.

» Sanciones

Con independencia de las sanciones pecuniarias y delitos fiscales que podrían actualizarse ante el incumplimiento de las disposiciones anteriormente detalladas, la Ley del IVA establece como sanción especial ante el incumplimiento de ciertas obligaciones, el bloqueo temporal del acceso al servicio digital del prestador que incumplió dichas obligaciones. Dicho bloqueo deberá llevarse a cabo por conducto de los concesionarios de la red pública de telecomunicaciones en México y hasta en tanto no se regularice la situación fiscal del incumplidor.



¹ Artículo 18-B, primer párrafo, de la LIVA.



■ Contacto

Diego Gómez-Haro Katznelson – Socio
dgomezharo@sanchezdevanny.com

Juan Luis Serrano Leets – Socio
jlserano@sanchezdevanny.com

Mariana Eguiarte Morett – Socia
meguiarte@sanchezdevanny.com

Eduardo Sotelo Cauduro – Socio
esotelo@sanchezdevanny.com

Luis Antonio González Flores – Socio
luis.gonzalez@sanchezdevanny.com

Rafael Villamar Ramos – Socio
rvr@sanchezdevanny.com

Ciudad de México:

Av. Paseo de las Palmas #525 Piso 6
Col. Lomas de Chapultepec, 11000
Ciudad de México
T. +52 (55) 5029 8500

Monterrey:

José Clemente Orozco #335 Piso 4
Despacho 401 Col. Valle Oriente, 66269
San Pedro Garza García N.L.
T. +52 (81) 8153 3900

Querétaro:

Av. Antea #1090, Piso 2 Int 206
Col. Jurica. C.P. 76100
Querétaro, Qro.
T. +52 (442) 296 6400



www.sanchezdevanny.com

© Sánchez Devanny © 2023 | Sánchez Devanny se refiere a Sánchez-Devanny Eseverri, S.C., firma mexicana de abogados que brinda servicios legales de manera integral a compañías nacionales y extranjeras.

Esta publicación sólo contiene información general y es meramente informativa. Sánchez Devanny no presta asesoría o servicios por medio de la misma. Para obtener asesoría o servicios legales debe acudir con un especialista calificado que analice su caso en particular y lo oriente antes de tomar cualquier decisión o medida que pueda afectar a su negocio.

Sánchez Devanny presta servicios legales en las áreas de Corporativo y Transaccional; Financiamiento Corporativo y de Proyectos; Comercio Exterior y Aduanas; Inmobiliario, Infraestructura y Hotelería; Fiscal; Laboral, Seguridad Social, y Migratorio; Gobierno Corporativo y Cumplimiento Regulatorio; Energía, Recursos Naturales y Ambiental; Propiedad Intelectual, Entretenimiento y Deportes; Litigio y Medios Alternativos de Solución a Controversias; Salud, Alimentos y Cosméticos; Competencia Económica; Instituciones y Servicios Financieros; Gestión Patrimonial y Planeación Sucesoria; y Datos Personales y de Tecnologías de la Información a clientes públicos y privados principalmente en las industrias Automotriz, Retail, Farmacéutica, Manufactura en general, Inmobiliaria y Energética.