

“COMERCIO ELECTRÓNICO Y ECONOMÍA DIGITAL: IMPACTOS ECONÓMICOS, FISCALES Y ADMINISTRATIVOS EN LOS MERCADOS NACIONALES”

Mariana Herrera Martínez¹
Víctor Manuel Martínez Ramírez²

Resumen

El artículo examina el papel del comercio electrónico y la economía digital en la transformación de los mercados nacionales, destacando sus principales efectos económicos, fiscales y administrativos en el contexto reciente. Se analiza cómo la expansión de las plataformas digitales ha modificado los patrones de consumo, la organización empresarial y la competitividad de los mercados, al tiempo que ha generado nuevos retos para los sistemas de recaudación fiscal y los marcos regulatorios tradicionales. Asimismo, se abordan los desafíos administrativos que enfrentan tanto las empresas como las instituciones públicas ante la digitalización de procesos. El objetivo central es contribuir a la reflexión sobre la necesidad de actualizar las políticas públicas y las estrategias administrativas para aprovechar los beneficios de la economía digital y mitigar sus riesgos.

Palabras clave: comercio electrónico, economía digital, fiscalidad, administración pública, mercados nacionales.

Abstract

This article examines the role of e-commerce and the digital economy in the transformation of national markets, highlighting their main economic, fiscal, and administrative impacts in the contemporary context. It analyzes how the expansion of digital platforms has reshaped consumption patterns, business organization, and market competitiveness, while simultaneously posing new challenges for tax collection systems and traditional regulatory frameworks. Furthermore, the study addresses the administrative challenges faced by both firms and public institutions in the process of digital transformation.

¹ Alumna de la Facultad de Economía "Vasco de Quiroga" de la U.M.S.N.H. E-Correo: 2109373b@umich.mx

² Profesor de la Facultad de Economía "Vasco de Quiroga", U.M.S.N.H. E-Correo: victor.martinez.ramirez@umich.mx

The main objective is to contribute to the discussion on the need to update public policies and administrative strategies in order to fully leverage the benefits of the digital economy while mitigating its potential risks.

Introducción

El comercio electrónico y la economía digital han emergido como elementos transformadores de los mercados nacionales en las últimas décadas, reconfigurando tanto la forma de consumir como la manera de producir y comercializar bienes y servicios. En México, el comercio electrónico representó el 6.4 % del Producto Interno Bruto en 2023, lo que refleja la creciente importancia de las transacciones en espacios digitales para la economía del país (García, 2025: n.p.). Este crecimiento ha estado acompañado por un aumento sostenido en el uso de plataformas digitales, que han incentivado cambios en los patrones de consumo, especialmente entre consumidores jóvenes y conectados, y han generado nuevas dinámicas de competición entre empresas tradicionales y digitales (AMEVO, 2025: n.p.).

Sin embargo, la rápida expansión de estas plataformas ha planteado múltiples retos tanto para los gobiernos como para las empresas. Por un lado, la adopción de sistemas fiscales más exigentes busca garantizar que las empresas que operan en el entorno digital cumplan con sus obligaciones tributarias y contribuyan de manera equitativa a la recaudación nacional, lo cual ha llevado al establecimiento de nuevas reglas fiscales para plataformas extranjeras y locales (El País México, 2025: n.p.). Por otro lado, las necesidades administrativas internas de las organizaciones han evolucionado de manera acelerada, exigiendo la integración de herramientas digitales para la gestión de inventarios, facturación e interacción con consumidores, lo que representa un desafío para las PYMES y empresas tradicionales que no contaban con capacidades tecnológicas previas (CONTPAQI, 2025: n.p.).

Este artículo analiza cómo la expansión de las plataformas digitales ha modificado los patrones de consumo, la organización empresarial y la competitividad de los mercados, al tiempo que ha generado nuevos retos para los sistemas de recaudación fiscal y los marcos regulatorios tradicionales. Asimismo, se abordan los desafíos administrativos que enfrentan tanto las empresas como las instituciones públicas ante la digitalización de procesos.

El objetivo central es contribuir a la reflexión sobre la necesidad de actualizar las políticas públicas y las estrategias administrativas para aprovechar los beneficios de la economía digital y mitigar sus riesgos.

Metodología

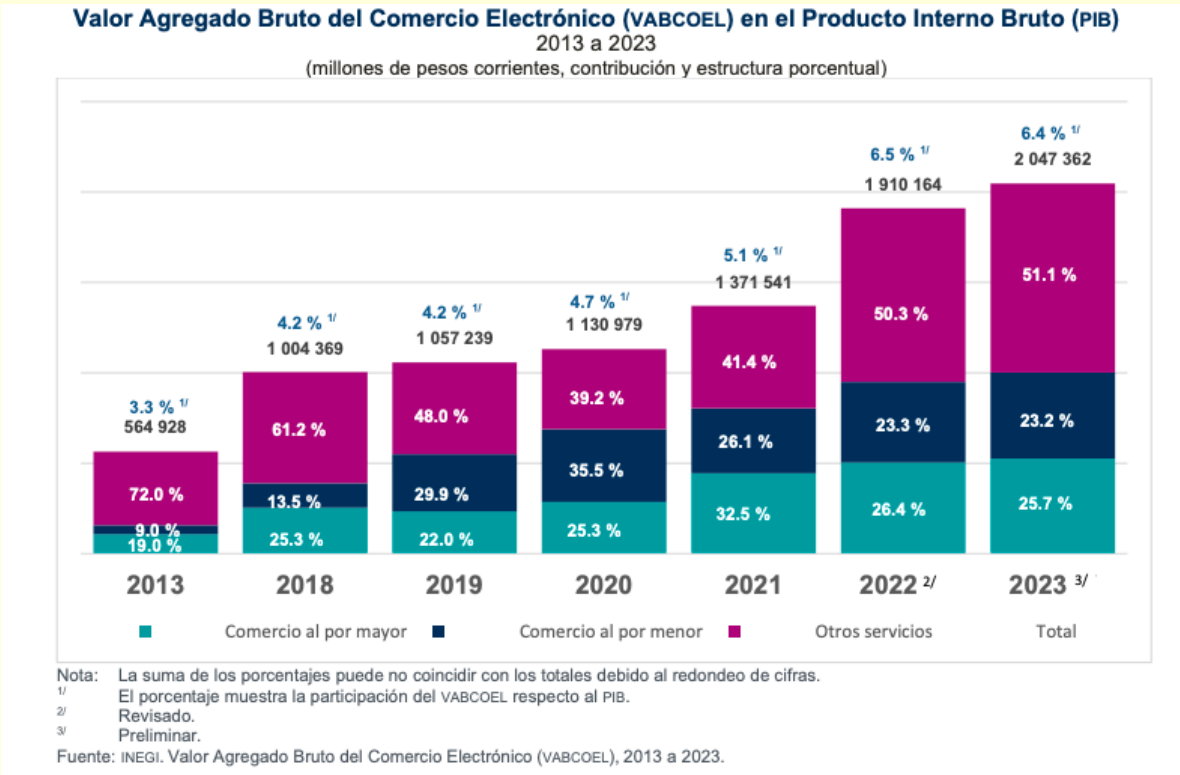
Este estudio se estructura bajo un enfoque descriptivo-analítico, empleando fuentes secundarias actualizadas que incluyen estadísticas oficiales, informes de asociaciones especializadas, notas periodísticas económicas y análisis de políticas públicas. La metodología combine revisión documental y análisis interpretativo para comprender cómo la expansión del comercio electrónico ha transformado los mercados nacionales, con énfasis en tres dimensiones: impacto económico, implicaciones fiscales y desafíos administrativos.

Evolución del comercio electrónico en México

El comercio electrónico ha mostrado un crecimiento sostenido en México durante los últimos años. De acuerdo con el Estudio de Venta Online 2025, las ventas minoristas en línea alcanzaron un valor de 789 700 millones de pesos en 2024, lo que representa un crecimiento anual superior al 20 % frente al año anterior y consolida seis años consecutivos de expansión a doble dígito (AMVO, 2025: n.p.). Además, la penetración de compradores digitales llegó al 84 % de la población, por encima del promedio global del 60 % (AMVO, 2025: n.p.). Estos indicadores muestran que el canal digital constituye una parte significativa del comercio nacional y revela cómo las tecnologías de información y comunicación están redefiniendo los hábitos de consumo.



Según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), el valor agregado bruto del comercio electrónico creció 2.6 veces más que la economía total en 2023, situándose por encima de la tasa general de crecimiento económico (INEGI, 2024: n.p.). Esta dinámica refleja el papel central del comercio digital dentro de la economía y su potencial para impulsar el desarrollo económico y la inclusión de nuevos sectores y consumidores.



Impactos económicos del comercio digital

La consolidación del comercio digital ha provocado transformaciones profundas en la estructura económica de los mercados nacionales, incidiendo tanto en los patrones de consumo como en la organización y estrategias de las empresas. La creciente disponibilidad de plataformas digitales ha ampliado significativamente la oferta de bienes y servicios, permitiendo a los consumidores comparar precios, calidades y condiciones de entrega en tiempo real, lo que ha incrementado la competencia y ha reducido las barreras tradicionales de entrada a diversos mercados (AMVO, 2025: n.p.). Este entorno ha impulsado una mayor eficiencia en los procesos comerciales, pero también ha intensificado la presión competitiva sobre los modelos de negocio tradicionales.

Desde el lado de la demanda, el comercio electrónico ha favorecido la incorporación de nuevos segmentos de consumidores al mercado formal, incluyendo grupos de ingresos medios, jóvenes y personas previamente excluidas del sistema financiero tradicional. El uso de medios de pago digitales alternativos, como billeteras electrónicas y pagos en tiendas de conveniencia, ha permitido que sectores no bancarizados participen activamente en el consumo en línea, contribuyendo a una democratización del acceso a bienes y servicios (AMVO, 2025: n.p.). Esta ampliación de la base de consumidores ha generado un aumento sostenido del volumen de transacciones digitales y ha reforzado el papel del comercio electrónico como motor de crecimiento económico.

En el ámbito empresarial, la digitalización ha obligado a las empresas a replantear sus estructuras organizativas y estrategias comerciales. Muchas compañías han adoptado esquemas omnicanal que integran tiendas físicas, plataformas digitales y redes sociales con el objetivo de mejorar la experiencia del consumidor y fortalecer su posicionamiento competitivo. Este proceso ha sido especialmente relevante para pequeñas y medianas empresas (PYMES), que han encontrado en el comercio digital una vía para acceder a mercados más amplios sin incurrir en los elevados costos asociados a la infraestructura física tradicional (INEGI, 2025: n.p.). La posibilidad de operar a través de marketplaces y redes digitales ha reducido los costos de transacción y ha facilitado la internacionalización de negocios de menor escala.

No obstante, la expansión del comercio digital también ha generado dinámicas de concentración económica que representan desafíos importantes para la competencia. Plataformas dominantes como Amazon y MercadoLibre concentran una proporción significativa de las ventas en línea, lo que les otorga ventajas competitivas derivadas de economías de escala, control de datos y poder de negociación frente a proveedores y vendedores terceros. De acuerdo con la Comisión Federal de Competencia Económica, esta concentración puede limitar la visibilidad de pequeños vendedores y restringir su capacidad para competir en condiciones equitativas, especialmente cuando las plataformas establecen reglas de acceso, comisiones o algoritmos de posicionamiento poco transparentes (Cofece, 2025: n.p.).

En términos macroeconómicos, el comercio digital ha demostrado una capacidad de crecimiento superior al promedio de la economía nacional, consolidándose como un sector

estratégico para el desarrollo económico. El aumento del valor agregado generado por las actividades vinculadas al comercio electrónico refleja su contribución al Producto Interno Bruto y su potencial para impulsar la productividad y la innovación en otros sectores económicos (INEGI, 2025: n.p.). Sin embargo, estos beneficios coexisten con la necesidad de diseñar políticas públicas que promuevan una competencia efectiva y eviten la exclusión de actores de menor tamaño.

En suma, los impactos económicos del comercio digital son ambivalentes: por un lado, favorecen la inclusión de consumidores y empresas, dinamizan los mercados y estimulan el crecimiento económico; por otro, plantean retos relacionados con la concentración del mercado y la sostenibilidad competitiva de los pequeños negocios. Estas tensiones hacen evidente la importancia de contar con marcos regulatorios y estrategias económicas que permitan maximizar los beneficios del comercio digital y, al mismo tiempo, mitigar sus efectos adversos sobre la estructura del mercado.

Retos fiscales y regulatorios

El crecimiento acelerado del comercio electrónico ha planteado importantes desafíos para los sistemas fiscales y los marcos regulatorios tradicionales, los cuales fueron diseñados para operaciones comerciales presenciales y territoriales. La desmaterialización de las transacciones digitales, la participación de intermediarios tecnológicos y la facilidad para operar desde jurisdicciones extranjeras han generado vacíos normativos que dificultan la correcta identificación de los sujetos obligados y la determinación de las bases gravables (OCDE, 2023: n.p.). En este contexto, las autoridades fiscales enfrentan el reto de garantizar una recaudación eficiente sin frenar la innovación ni el dinamismo económico asociado a la economía digital.

En México, el Estado ha respondido al auge del comercio electrónico mediante la implementación de medidas orientadas a fortalecer la recaudación y reducir prácticas de evasión y elusión fiscal. Una de las acciones más relevantes ha sido el establecimiento de aranceles a productos importados a través de plataformas digitales provenientes de países con los que no existen tratados comerciales, como China. A partir de 2025, se introdujo un arancel del 19 % para este tipo de importaciones, con el objetivo de equiparar las condiciones fiscales entre el comercio tradicional y el digital, así como proteger a los productores nacionales frente a prácticas de competencia desleal (Gobierno de México,

2025: n.p.). Esta medida refleja un esfuerzo por adaptar la política comercial y fiscal a las nuevas dinámicas del comercio transfronterizo digital.

De manera complementaria, el marco fiscal mexicano ha avanzado en la regulación de las plataformas digitales como agentes de retención. El Paquete Económico ha establecido la obligación de que las plataformas que intermedian operaciones de comercio electrónico retengan y enteren impuestos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto sobre la Renta (ISR) derivados de las transacciones realizadas a través de sus sistemas. Esta estrategia busca asegurar que las actividades económicas digitales contribuyan de forma equitativa al financiamiento del gasto público y reducir la informalidad fiscal en el entorno digital (Amazon México, 2025: n.p.). Al convertir a las plataformas en intermediarios fiscales, el Estado incrementa su capacidad de control y supervisión sobre un sector altamente fragmentado.

No obstante, estas medidas regulatorias también han generado tensiones con los actores privados, particularmente con pequeñas y medianas empresas que utilizan plataformas digitales como principal canal de venta. Para muchas PYMES, el cumplimiento de nuevas obligaciones fiscales implica mayores cargas administrativas y costos de operación, lo que puede afectar su competitividad, especialmente frente a grandes empresas con mayor capacidad financiera y administrativa (Expansión, 2025: n.p.). Asimismo, parte de estos costos tienden a trasladarse a los consumidores finales mediante incrementos en los precios, lo que puede limitar el acceso al consumo digital para ciertos segmentos de la población.

Desde una perspectiva más amplia, los retos fiscales del comercio digital evidencian la necesidad de construir marcos regulatorios equilibrados que armonicen los objetivos de recaudación con el fomento a la innovación y la inclusión económica. Organismos internacionales han señalado que la regulación de la economía digital debe basarse en principios de neutralidad, proporcionalidad y cooperación internacional, a fin de evitar la fragmentación normativa y la doble tributación (OCDE, 2023: n.p.). En este sentido, el caso mexicano refleja tanto los avances como las limitaciones de los Estados para adaptarse a una economía cada vez más digitalizada y globalizada.

Por lo que, los retos fiscales y regulatorios del comercio electrónico no se limitan a la recaudación de impuestos, sino que involucran la redefinición del papel del Estado frente a mercados digitales complejos y en constante evolución. La efectividad de estas políticas

dependerá de su capacidad para garantizar equidad fiscal, promover la competencia y minimizar los costos regulatorios para los actores más vulnerables del ecosistema digital, especialmente las PYMES.

Desafíos administrativos para empresas e instituciones públicas

La expansión del comercio electrónico y de la economía digital ha obligado a las empresas a replantear de manera profunda sus estructuras y prácticas administrativas internas. La digitalización de los mercados exige la integración de sistemas tecnológicos para la gestión de inventarios, la facturación electrónica, la logística de distribución, la atención al cliente y el análisis de grandes volúmenes de datos derivados de las transacciones en línea. Estas herramientas permiten optimizar procesos, reducir costos operativos y mejorar la toma de decisiones estratégicas; sin embargo, su implementación no está exenta de dificultades, particularmente para las pequeñas y medianas empresas (OCDE, 2023: n.p.).

En el caso de las PYMES, la adopción de tecnologías digitales suele enfrentar limitaciones asociadas a la disponibilidad de recursos financieros, capital humano especializado e infraestructura tecnológica. La necesidad de invertir en software, equipos, ciberseguridad y capacitación del personal representa una carga administrativa adicional que puede afectar la viabilidad operativa de estos negocios en el corto plazo. Asimismo, la gestión del cambio organizacional se convierte en un desafío relevante, ya que implica modificar rutinas de trabajo, redefinir funciones y desarrollar competencias digitales en contextos donde persisten brechas tecnológicas y de habilidades (INEGI, 2024: n.p.). Estas condiciones generan una adopción desigual de la digitalización administrativa dentro del sector empresarial.

Por otra parte, las instituciones públicas también enfrentan importantes retos administrativos derivados del crecimiento del comercio digital. La regulación y supervisión de las actividades económicas en plataformas digitales requieren sistemas administrativos más ágiles, interconectados y basados en el uso intensivo de tecnologías de información.

Esto incluye la modernización de los mecanismos de control fiscal, la interoperabilidad entre dependencias gubernamentales y la actualización de los marcos normativos para adaptarlos a la dinámica de los mercados digitales (OCDE, 2023: n.p.). La ausencia de estas

capacidades limita la efectividad del Estado para monitorear las operaciones en línea y garantizar el cumplimiento de las obligaciones fiscales y regulatorias.

Además, la digitalización de los procesos administrativos públicos implica desafíos en materia de atención ciudadana y prestación de servicios. La transición hacia trámites electrónicos y plataformas digitales puede mejorar la eficiencia y reducir costos, pero también corre el riesgo de excluir a sectores de la población con limitado acceso a tecnologías digitales o con bajos niveles de alfabetización tecnológica. En este sentido, la modernización administrativa debe ir acompañada de estrategias de inclusión digital que aseguren el acceso equitativo a los servicios públicos y eviten la profundización de desigualdades existentes (El País México, 2025: n.p.).

La falta de adaptación administrativa tanto en el sector privado como en el público puede generar brechas significativas en el cumplimiento normativo y fiscal. En el ámbito gubernamental, las diferencias en capacidades técnicas y administrativas entre niveles de gobierno pueden traducirse en una regulación desigual del comercio digital, debilitando la eficacia de las políticas públicas y favoreciendo prácticas informales o evasivas. En el sector empresarial, una gestión administrativa insuficiente limita la competitividad y la sostenibilidad de los negocios digitales, especialmente en mercados cada vez más concentrados y regulados.

En suma, los desafíos administrativos asociados al comercio electrónico y la economía digital evidencian la necesidad de fortalecer las capacidades institucionales y empresariales para gestionar procesos digitales complejos. La modernización administrativa debe concebirse como un componente central de la transformación digital, orientado no solo a mejorar la eficiencia operativa, sino también a garantizar equidad, transparencia y sostenibilidad en el desarrollo de los mercados nacionales.

Propuestas de política pública y estrategias administrativas

El aprovechamiento integral de los beneficios económicos del comercio electrónico y de la economía digital requiere un enfoque de política pública que trascienda la simple regulación fiscal y se oriente hacia la construcción de capacidades productivas, administrativas e institucionales. La evidencia analizada sugiere que la digitalización, por sí sola, no garantiza un desarrollo económico equitativo; por el contrario, sin una intervención

pública adecuada, puede profundizar brechas existentes entre empresas de distinto tamaño, regiones y niveles de desarrollo tecnológico (CEPAL, 2023: n.p.). En este sentido, las políticas públicas deben concebirse como instrumentos de acompañamiento estratégico a la transformación digital de los mercados nacionales.

Uno de los ejes fundamentales de estas políticas es el fortalecimiento de las capacidades digitales de las pequeñas y medianas empresas. Diversos organismos internacionales han señalado que las PYMES enfrentan obstáculos estructurales para incorporarse al comercio electrónico, entre los que destacan la falta de conocimientos técnicos, limitaciones financieras y escasa capacidad administrativa para cumplir con requisitos regulatorios y fiscales (OCDE, 2024: n.p.). La capacitación en competencias digitales, el acceso a asesoría técnica especializada y el apoyo para la adopción de herramientas tecnológicas resultan esenciales para reducir estas barreras y permitir que las empresas más pequeñas participen de manera competitiva en los mercados digitales.

De manera complementaria, la simplificación de las obligaciones fiscales asociadas al comercio electrónico se presenta como una estrategia clave para fomentar la formalización y el cumplimiento tributario. La complejidad administrativa y los costos de cumplimiento suelen desalentar la incorporación de micro y pequeñas empresas al sector formal de la economía digital. En este contexto, la adopción de esquemas fiscales simplificados, acompañados de incentivos temporales y mecanismos de orientación fiscal, puede contribuir a ampliar la base tributaria sin afectar negativamente la viabilidad de los negocios digitales emergentes (Banco Mundial, 2023: n.p.). Este enfoque permite equilibrar los objetivos de recaudación con la necesidad de promover un ecosistema digital incluyente.

Asimismo, el fortalecimiento de la regulación en materia de competencia económica constituye un componente central de las estrategias públicas en la economía digital. La creciente concentración del comercio electrónico en plataformas dominantes ha generado preocupaciones sobre prácticas anticompetitivas, abuso de poder de mercado y barreras de entrada para nuevos participantes.

En respuesta, las autoridades de competencia deben desarrollar marcos regulatorios específicos para los mercados digitales, que consideren la naturaleza de los datos, los

efectos de red y la integración vertical de las plataformas, a fin de garantizar condiciones de competencia leal y proteger a consumidores y empresas (Cofece, 2024: n.p.).

Por otro lado, la modernización administrativa del sector público resulta indispensable para una regulación eficaz del comercio digital. La rápida evolución tecnológica exige marcos normativos flexibles y sistemas de control fiscal basados en el uso intensivo de tecnologías de información, interoperabilidad institucional y análisis de datos en tiempo real. La falta de adaptación administrativa limita la capacidad del Estado para supervisar las operaciones digitales y responder de manera oportuna a nuevas modalidades de negocio (OCDE, 2024: n.p.). En este sentido, la transformación digital del gobierno debe orientarse no solo a mejorar la eficiencia interna, sino también a fortalecer la transparencia, la trazabilidad de las operaciones y la confianza de los actores económicos.

En conjunto, las propuestas de política pública y estrategias administrativas analizadas apuntan a la necesidad de construir un entorno institucional que acompañe el crecimiento del comercio electrónico de forma equilibrada y sostenible. La articulación entre inclusión digital, simplificación administrativa, regulación competitiva y modernización del Estado resulta fundamental para maximizar los beneficios económicos de la economía digital y mitigar sus riesgos fiscales y estructurales. Solo a través de este enfoque integral será posible consolidar un modelo de desarrollo digital que promueva la innovación, la equidad y la competitividad en los mercados nacionales.

Conclusiones

El análisis del comercio electrónico y de la economía digital permite afirmar que estos fenómenos constituyen una de las transformaciones estructurales más relevantes de los mercados nacionales en el periodo reciente. Su crecimiento acelerado ha modificado de manera sustantiva los patrones de consumo, los modelos de negocio y las formas de interacción entre empresas, consumidores y Estado, consolidándose como un componente estratégico del sistema económico contemporáneo. Lejos de tratarse de una tendencia coyuntural, la digitalización del comercio representa un cambio profundo y permanente en la organización de la actividad económica.

Los resultados del estudio muestran que el comercio electrónico ha generado importantes beneficios económicos, entre los que destacan la ampliación del acceso a mercados, la

reducción de barreras geográficas y la incorporación de nuevos actores económicos, particularmente pequeñas y medianas empresas. No obstante, estos beneficios se distribuyen de forma desigual, ya que la creciente concentración del mercado en plataformas digitales dominantes limita las condiciones de competencia y refuerza asimetrías estructurales entre empresas de distinto tamaño. En este sentido, el comercio digital reproduce tensiones propias del capitalismo contemporáneo, en el que la innovación tecnológica coexiste con procesos de concentración económica.

En el ámbito fiscal, el estudio evidencia avances significativos en la adaptación del sistema tributario a la economía digital, reflejados en la implementación de mecanismos de retención de impuestos y en la regulación del comercio electrónico transfronterizo. Sin embargo, estos avances también revelan los límites de los marcos fiscales tradicionales frente a actividades económicas desmaterializadas y altamente dinámicas. La carga administrativa asociada al cumplimiento fiscal representa un desafío particular para las PYMES, lo que pone de manifiesto la necesidad de diseñar esquemas tributarios más simples, proporcionales y orientados a la formalización, sin comprometer los objetivos de recaudación.

Desde una perspectiva administrativa, la digitalización ha impulsado mejoras en la eficiencia operativa y en la gestión de procesos tanto en el sector privado como en el público. A pesar de ello, persisten brechas importantes en capacidades tecnológicas, capital humano y adaptación institucional, que limitan la efectividad de la regulación y la supervisión de los mercados digitales. Estas brechas no solo afectan la competitividad empresarial, sino que también condicionan la capacidad del Estado para garantizar equidad, transparencia y cumplimiento normativo en un entorno digital cada vez más complejo.

Las propuestas de política pública analizadas en el artículo subrayan la importancia de adoptar un enfoque integral para el desarrollo de la economía digital. La promoción de la inclusión digital, el fortalecimiento de la competencia económica, la simplificación administrativa y la modernización institucional emergen como ejes fundamentales para maximizar los beneficios del comercio electrónico y mitigar sus riesgos.

La ausencia de una estrategia coordinada en estos ámbitos puede traducirse en un crecimiento desequilibrado, con efectos adversos sobre la equidad económica y la cohesión social.

Referencias

- Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO). (2025). *Reporte de comercio electrónico en México 2024*. AMVO.
- El País México. (2025, 1 de enero). *México impone un arancel del 19% a los productos importados de Shein, Temu y Amazon*. El País. Recuperado de <https://elpais.com/mexico/2025-01-01/mexico-impone-un-arancel-del-19-a-los-productos-importados-de-shein-temu-y-amazon.html>
- García, A. K. (2025, 18 de febrero). *Comercio electrónico en México aporta 6.4% del PIB nacional: Inegi*. El Economista. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/comercio-electronico-mexico-aporto-6-4-pib-nacional-20250218-746839.html>
- Transformación digital y comercio electrónico en México: tendencias 2026. (2025). CONTPAQI. Recuperado de <https://www.contpaqi.com/publicaciones/transformacion-digital/tendencias-del-comercio-electronico-en-mexico-2026>
- Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO). (2025). *Estudio de Venta Online 2025*. AMVO.
- Expansión. (2025, octubre 21). *Golpe a las Pymes: así afectará el Paquete Económico 2026 a quienes venden por internet*. Expansión. Recuperado de <https://expansion.mx/tecnologia/2025/10/21/golpe-pymes-afectara-paquete-economico-2026>
- Forbes México. (2025, marzo 12). *México está en el top 15 del comercio electrónico global*. Forbes México. Recuperado de <https://forbes.com.mx/mexico-esta-en-el-top-15-del-comercio-electronico-global>
- Gobierno de México. (2025, enero 1). *México impone un arancel del 19% a productos importados de Shein, Temu y Amazon*. El País México. Recuperado de <https://elpais.com/mexico/2025-01-01/mexico-impone-un-arancel-del-19-a-los-productos-importados-de-shein-temu-y-amazon.html>
- INEGI. (2024). *Valor agregado bruto del comercio electrónico en México, 2023*. INEGI.
- Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO). (2025). *Estudio de Venta Online 2025*. AMVO, Ciudad de México.
- Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE). (2025). *Competencia y mercados digitales en México*. COFECE, Ciudad de México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2025). *Valor agregado bruto del comercio electrónico en México (VABCOEL)*. INEGI, Aguascalientes.
- Amazon México. (2025). *Información fiscal para vendedores y obligaciones tributarias en plataformas digitales*. Amazon México, Ciudad de México.

Expansión. (2025). *Retos fiscales del comercio electrónico y su impacto en las PYMES*. Expansión, Ciudad de México.

Gobierno de México. (2025). *Medidas arancelarias y fiscales aplicables al comercio electrónico transfronterizo*. Secretaría de Economía, Ciudad de México.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2023). *Tax challenges arising from digitalisation of the economy*. OCDE Publishing, París.

El País México. (2025). *Los retos del Estado mexicano ante la digitalización de la economía*. El País, Ciudad de México.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024). *Cuenta satélite del comercio electrónico en México*. INEGI, Aguascalientes.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2023). *Digital government and administrative capacity in the digital economy*. OCDE Publishing, París.

Banco Mundial. (2023). *Digital economy for development: Policy approaches and fiscal challenges*. World Bank Group, Washington, D.C.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). *La transformación digital y las PYMES en América Latina*. Naciones Unidas, Santiago de Chile.

Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece). (2024). *Competencia económica en mercados digitales: retos y perspectivas*. Cofece, Ciudad de México.