

# Importaciones chinas en la competitividad de la industria textil de Zapotlanejo, Jalisco. (2019–2024)

## *Chinese Imports in the Competitiveness of the Textile Industry of Zapotlanejo, Jalisco (2019–2024)*

Sandra Leticia Chávez Bautista<sup>a</sup>, Elizabeth de Anda Zaragoza<sup>b</sup> y Julián García Cervantes<sup>c</sup>

### Resumen / Abstract

La presente investigación analiza el impacto de las importaciones chinas, particularmente aquellas que ingresan mediante plataformas de comercio electrónico, en la competitividad de la industria textil del municipio de Zapotlanejo, Jalisco, durante el periodo 2019–2024. El estudio se desarrolla bajo un enfoque mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas con el propósito de examinar los efectos en las ventas, el empleo y las estrategias competitivas adoptadas por las empresas locales. Los resultados muestran que, si bien las importaciones chinas representan una fuerte presión competitiva debido a sus bajos precios, también han impulsado procesos de adaptación empresarial orientados a la diferenciación por calidad, diseño e innovación, así como a un mayor uso de herramientas digitales. Se concluye que la competitividad del sector textil de Zapotlanejo depende de la capacidad de las empresas para innovar, integrarse al comercio digital y contar con políticas públicas que fortalezcan su desarrollo frente a la competencia internacional.

<sup>a</sup> Departamento de Contaduría y Finanzas, Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, (CUCIENEGA- UdeG) Jalisco, México.

<sup>b</sup> Departamento de Estudios Económicos e Internacionales, Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, (CUCIENEGA- UdeG) Jalisco, México.

<sup>c</sup> Departamento de Ingeniería Industrial del Instituto Tecnológico de Ocotlán.

**Palabras clave:** importaciones chinas, industria textil, competitividad, Zapotlanejo, comercio internacional.

*This study analyzes the impact of Chinese imports—particularly those entering through electronic commerce platforms—on the competitiveness of the textile industry in the municipality of Zapotlanejo, Jalisco, during the period 2019–2024. The research adopts a mixed-methods approach, integrating quantitative and qualitative techniques to examine the effects on sales, employment, and the competitive strategies adopted by local firms. The findings indicate that although Chinese imports exert strong competitive pressure due to their low prices, they have also encouraged business adaptation processes focused on differentiation through quality, design, and innovation, as well as increased use of digital tools. The study concludes that the competitiveness of Zapotlanejo’s textile sector largely depends on firms’ capacity to innovate, integrate into digital commerce, and benefit from public policies aimed at strengthening the sector in the face of international competition.*

**Keywords:** *Chinese imports, textile industry, competitiveness, Zapotlanejo, international trade.*

## INTRODUCCIÓN

La globalización económica y la apertura comercial han transformado de manera significativa las dinámicas productivas y competitivas de los mercados locales, especialmente en sectores intensivos en mano de obra como la industria textil. En México, la liberalización comercial y la integración a las cadenas globales de valor han incrementado la exposición de las pequeñas y medianas empresas a la competencia internacional, particularmente frente a economías con ventajas comparativas en costos de producción, como China (CEPAL, 2022).

En este contexto, Zapotlanejo, Jalisco, reconocido como uno de los principales centros textiles del occidente mexicano, ha experimentado un impacto significativo derivado del incremento de importaciones chinas de prendas de vestir y textiles, facilitadas en gran medida por el auge del comercio electrónico a través de plataformas digitales como Shein y Temu (De Anda, 2026). Estas importaciones han generado presiones sobre las ventas, el empleo y la rentabilidad de las empresas locales, obligándolas a replantear sus estrategias competitivas.

El objetivo de este artículo es analizar el impacto de las importaciones chinas en la competitividad de la industria textil de Zapotlanejo durante el periodo 2019–2024, identificando sus efectos económicos y las principales estrategias de adaptación adoptadas por los productores locales.

## GENERALIDADES

El análisis del impacto de las importaciones chinas se sustenta en las principales teorías del comercio internacional. La teoría de la ventaja comparativa, propuesta por Ricardo (2022), explica que los países tienden a especializarse en la producción de bienes que pueden elaborar a menor costo relativo, lo que en el caso de China se traduce en una alta competitividad en la producción textil.

Asimismo, el modelo Heckscher-Ohlin sostiene que los países exportan bienes que utilizan de manera intensiva los factores productivos con los que cuentan en abundancia, como la mano de obra, lo que permite comprender la ventaja de China en la producción de textiles de bajo costo (Krugman & Obstfeld, 2006; Salvatore, 2013).

Por su parte, la teoría del ciclo de vida del producto, propuesta por Vernon (1966), señala que los bienes tienden a desplazarse hacia países con menores costos de producción en sus etapas de madurez, lo que explica el incremento de importaciones de productos textiles estandarizados hacia economías como la mexicana. Finalmente, las teorías contemporáneas del comercio internacional destacan el papel de las economías de escala, la diferenciación de productos y el comercio electrónico en la reconfiguración de la competitividad local (Krugman, Obstfeld & Melitz, 2018).

## METODOLOGIA

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos con un alcance descriptivo y explicativo (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado & Baptista-Lucio, 2023; Creswell & Poth, 2022).

En el componente cuantitativo se aplicó un cuestionario estructurado a una muestra de 144 tiendas de ropa ubicadas en la zona centro de Zapotlanejo, con el fin de medir el impacto de las importaciones chinas en variables como ventas, empleo y estrategias competitivas. El análisis de los datos se realizó mediante estadística descriptiva.

El componente cualitativo incluyó entrevistas semiestructuradas a empresarios y trabajadores del sector, así como análisis documental de informes oficiales y estudios previos, lo que permitió contextualizar los hallazgos y fortalecer la validez de los resultados mediante la triangulación de información (Creswell & Plano Clark, 2018).

## RESULTADOS

Los resultados evidencian que una proporción significativa de las empresas encuestadas percibe un impacto negativo de las importaciones chinas en sus ventas, atribuible principalmente a la competencia en precios. No obstante, los datos muestran que el efecto sobre el empleo ha sido heterogéneo: mientras algunas empresas reportaron reducciones en su plantilla laboral, otras lograron mantener sus niveles de empleo mediante estrategias de ajuste y mejora en sus procesos productivos (De Anda, 2026).

En cuanto a las estrategias de competitividad, el 73.1 % de las empresas indicó haber implementado cambios en la calidad y el diseño de sus productos como respuesta a la competencia internacional. Asimismo, se identificó un uso creciente de plataformas digitales para la promoción y venta de productos, aunque persiste una brecha digital entre empresas con alta y baja adopción tecnológica.

## IMPACTO DE LAS IMPORTACIONES CHINAS EN LAS VENTAS

Los resultados muestran que una proporción considerable de las empresas encuestadas percibe un impacto negativo derivado de la presencia de productos textiles chinos en el mercado local, principalmente por sus bajos precios.

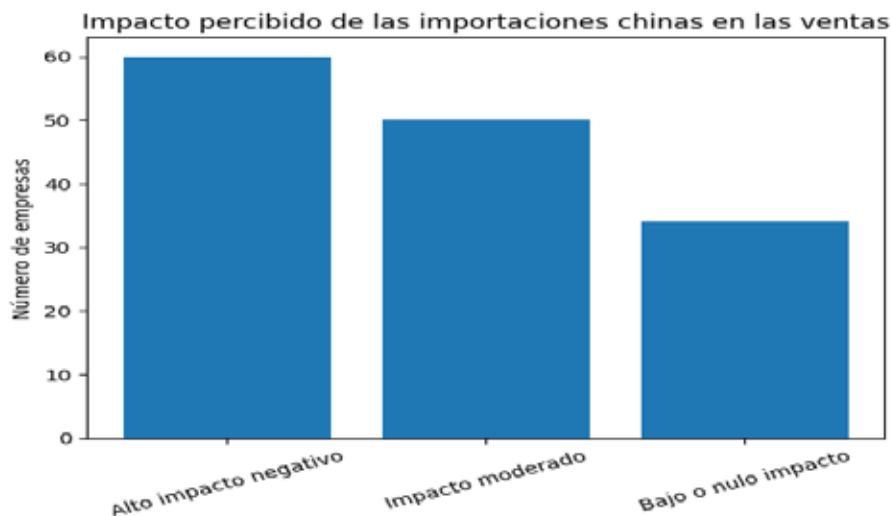
Tabla 1. Percepción del impacto de las importaciones chinas en las ventas

Nivel de impacto percibido	Descripción
Alto impacto negativo	Empresas que reportan disminución significativa en ventas debido a productos chinos de bajo precio
Impacto moderado	Empresas que identifican afectación parcial, compensada con estrategias comerciales
Bajo o nulo impacto	Empresas que no perciben afectación directa en ventas

Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms.

[https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWpVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWpVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

Gráfica 1. Distribución de empresas según el nivel de impacto percibido en ventas



Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms.

[https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWpVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWpVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

La gráfica evidencia que el mayor porcentaje de empresas se concentra en el nivel de alto impacto negativo, lo que confirma la presión competitiva ejercida por las importaciones chinas sobre el mercado local.

## EFFECTOS DE LAS IMPORTACIONES CHINAS EN EL EMPLEO LOCAL

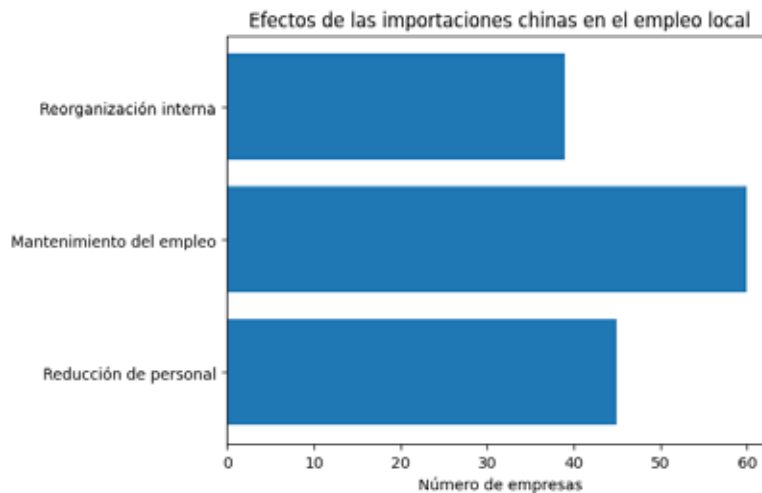
En relación con el empleo, los resultados indican que las empresas han respondido de manera diferenciada ante la competencia internacional.

Tabla 2. Efectos de las importaciones chinas en el empleo local

Situación laboral reportada	Características observadas
Reducción de personal	Ajustes en plantilla como medida de reducción de costos
Mantenimiento del empleo	Estrategias de eficiencia productiva para conservar puestos
Reorganización interna	Redistribución de funciones sin despidos directos

Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms.  
[https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

Gráfica 2. Cambios y efectos en el empleo derivados de las importaciones chinas



Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms.  
[https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

Los datos reflejan que, si bien algunas empresas optaron por reducir personal, una parte importante buscó mantener el empleo mediante ajustes internos y mejoras en la eficiencia operativa.

### PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS TEXTILES IMPORTADOS DE CHINA

La percepción de la calidad de los productos importados resulta un elemento clave para comprender las decisiones de consumo y las estrategias de los productores locales.

Tabla 3. Percepción de la calidad de los productos textiles importados de China

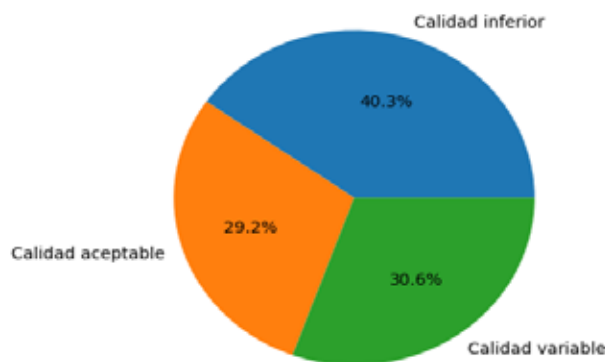
Percepción de calidad	Implicaciones para el mercado local
Calidad inferior	Preferencia del consumidor por productos locales
Calidad aceptable	Competencia directa en segmentos de bajo precio
Calidad variable	Diferenciación basada en diseño y durabilidad

Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms.

[https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

Gráfica 3. Percepción de la calidad de los productos textiles importados

Percepción de la calidad de productos textiles importados de China



Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms.

[https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

La gráfica muestra que una percepción relevante de calidad inferior o variable ha permitido a los productores locales reforzar estrategias de diferenciación basadas en diseño, durabilidad y valor agregado.

## ESTRATEGIAS COMPETITIVAS ADOPTADAS POR LAS EMPRESAS LOCALES

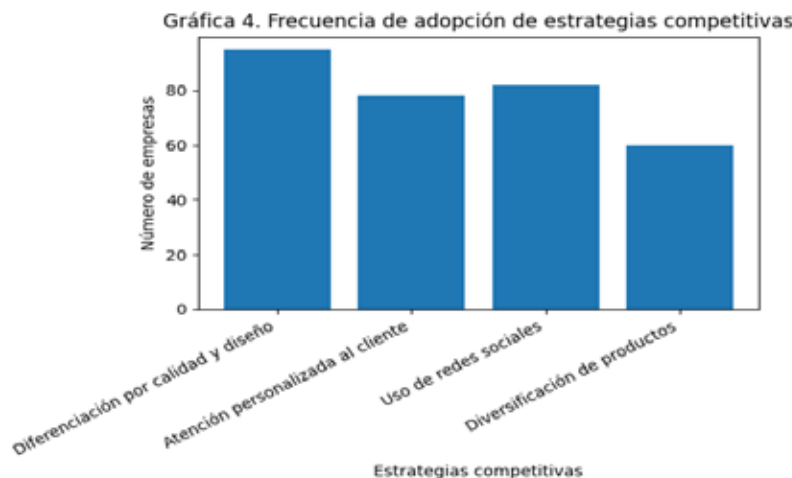
Ante el entorno competitivo, las empresas textiles de Zapotlanejo han implementado diversas estrategias para mantenerse en el mercado.

Tabla 4. Estrategias competitivas adoptadas por las empresas locales

Estrategia implementada	Descripción
Diferenciación por calidad y diseño	Mejora de materiales, acabados y diseño
Atención personalizada al cliente	Trato directo y fidelización
Uso de redes sociales	Promoción y venta a través de plataformas digitales
Diversificación de productos	Ampliación de líneas de ropa

Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms.  
[https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

Gráfica 4. Frecuencia de adopción de estrategias competitivas



Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms.  
[https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

Los resultados evidencian una tendencia clara hacia la diferenciación por calidad y diseño, así como un uso creciente de herramientas digitales para promoción y ventas.

### USO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y COMERCIO

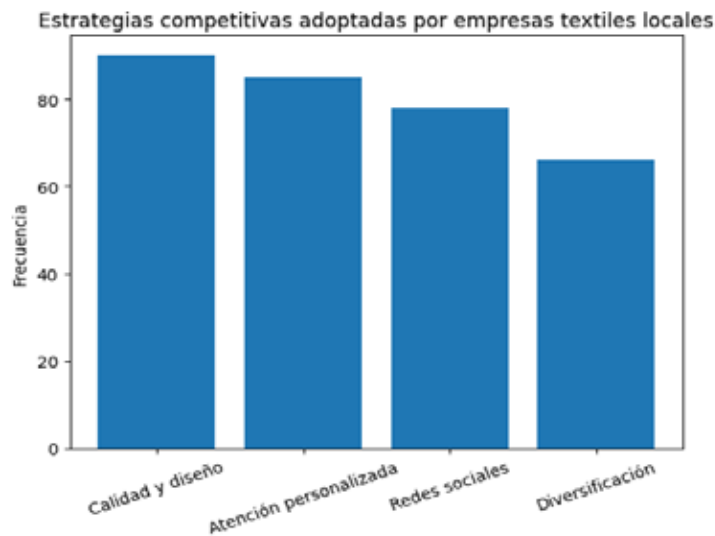
El análisis del uso del comercio electrónico revela distintos niveles de adopción tecnológica entre las empresas encuestadas.

Tabla 5. Uso de plataformas digitales y comercio electrónico

Nivel de adopción digital	Características
Uso frecuente	Empresas con presencia activa en redes sociales
Uso ocasional	Promoción limitada en plataformas digitales
Uso nulo	Dependencia exclusiva de ventas presenciales

Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms. [https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWpVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWpVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

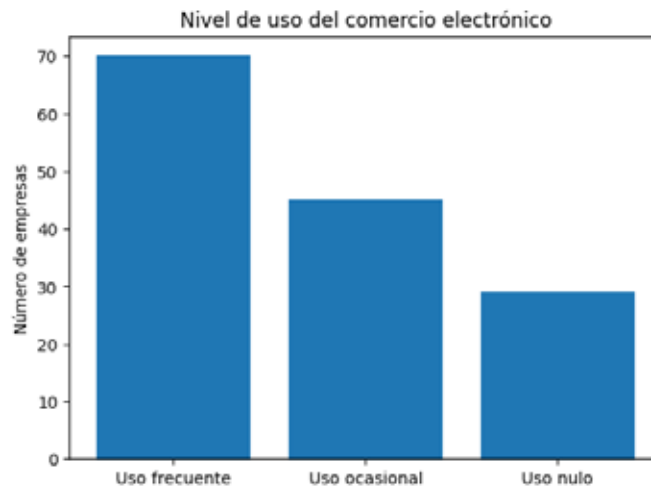
Gráfica 5. Estrategias adoptadas por las empresas textiles locales



Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms. [https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWpVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWpVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

La gráfica indica que, aunque una parte significativa de las empresas ya utiliza plataformas digitales de manera frecuente, todavía existe un grupo que mantiene una dependencia exclusiva de las ventas presenciales, lo que representa un área de oportunidad para fortalecer su competitividad.

Gráfica 6. Nivel de uso del comercio electrónico en empresas textiles



Fuente: de Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms.

[https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform)

La gráfica evidencia que una proporción importante de empresas hace un uso frecuente del comercio electrónico, principalmente a través de redes sociales, lo que indica un proceso de adaptación a las nuevas dinámicas del mercado. Sin embargo, persiste un grupo de empresas con uso ocasional o nulo, lo que revela la existencia de una brecha digital dentro del sector textil local. Este hallazgo sugiere que, aunque el comercio electrónico representa una oportunidad para fortalecer la competitividad, su aprovechamiento aún es desigual y requiere capacitación, apoyo institucional y acceso a infraestructura digital.

## DISCUSION

Los hallazgos coinciden con investigaciones previas que señalan que las importaciones de bajo costo generan presiones significativas en las industrias locales, pero también

pueden actuar como un catalizador para la innovación y la transformación estratégica (Cota Yáñez, 2012; García-Hernández, 2013). En el caso de Zapotlanejo, las empresas con mayor capacidad de adaptación tecnológica y organizacional han mostrado una mayor resiliencia frente a la competencia internacional.

## CONCLUSIONES

Las importaciones chinas han tenido un impacto significativo en la industria textil de Zapotlanejo, afectando principalmente las ventas y la estructura competitiva del sector. Sin embargo, lejos de representar únicamente una amenaza, este fenómeno ha impulsado a los productores locales a adoptar estrategias orientadas a la diferenciación, la calidad y el fortalecimiento de su identidad local.

Se concluye que el fortalecimiento y la competitividad de la industria textil de Zapotlanejo dependerá en gran medida de la capacidad de las empresas para innovar, aprovechar canales digitales y contar con políticas públicas que fortalezcan al sector frente a la competencia internacional.

## REFERENCIAS

- Balbín, P. F. (1993). Industria y subdesarrollo: La industrialización de México, 1890–1940. *Revista de Historia Económica*, 11(2), 447–451. <https://doi.org/10.1017/S0212610900004079>
- CEPAL. (2022). La inserción de América Latina en el comercio internacional. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Cota Yáñez, M. del R. (2012). Reestructuración productiva y redes en la industria de la confección: El caso de Zapotlanejo, Jalisco [Tesis de maestría, Universidad de Guadalajara].
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Sage.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2022). *Qualitative inquiry and research design* (4th ed.). Sage.

- De Anda, E. (2026). Impacto de las importaciones chinas en la competitividad de la industria textil de Zapotlanejo, Jalisco [Tesis de maestría, Universidad de Guadalajara].
- De Anda Zaragoza, E. (2024). Resultados de la encuesta en Google Forms [Imagen]. Google Forms. [https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq\\_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1uJiIEZq_1-BkWOQaE3yXzSw6ERWPVnguLVrxAV1VHp4/viewform)
- García-Hernández, R. (2013). Competencia internacional y reestructuración productiva en el sector textil mexicano. *Estudios Regionales*, 45(2), 67–89.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2023). Metodología de la investigación (7ª ed.). McGraw-Hill.
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía internacional: Teoría y política* (7ª ed.). Pearson.
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2018). *International economics: Theory and policy* (11th ed.). Pearson.
- Ricardo, D. (2022). *Principios de economía política y tributación*. Fondo de Cultura Económica.
- Salvatore, D. (2013). *Economía internacional* (10ª ed.). Wiley.
- Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190–207.

---

**SANDRA LETICIA CHÁVEZ BAUTISTA**, sandra.cbautista@academicos.udg.mx, Departamento de Contaduría y Finanzas, Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, (CUCIENEGA- UdeG) Jalisco, México, <https://orcid.org/0000-0001-8611-9288>

**ELIZABETH DE ANDA ZARAGOZA**, elizabeth.deanda@academicos.udg.mx, Departamento de Estudios Económicos e Internacionales, Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara, (CUCIENEGA- UdeG) Jalisco, México, <https://orcid.org/0009-0002-8645-6334>

**JULIÁN GARCÍA CERVANTES**, julian.gc@ocotlan,tecnm.mx, Maestro en Administración- Adscrito al Departamento de Ingeniería Industrial del Instituto Tecnológico de Ocotlán. Profesor de Asignatura, <https://orcid.org/0009-0006-9374-8908>