



INCEPTUM

Revista de Investigación en Ciencias de la Administración

Vol. XX No. 39 Julio – Diciembre 2025

Afectación de las tiendas chinas al sector comercio de Los Mochis, Sinaloa

Impact of Chinese Stores on the Commercial Sector of Los Mochis, Sinaloa

DOI: 10.33110/inceptum.v20i39.509

(Recibido: XX/01/2025; Aceptado: XX/06/2025)

Cesar Arturo Palacios Valenzuela^{1*}

Nereyda Soto Medina²

Jimmy Felix Armenta³

Resumen.

El crecimiento de las tiendas chinas en México ha generado presiones competitivas sobre el comercio local. Este estudio tiene por objetivo analizar el efecto en los negocios de Los Mochis, identificando los factores que explican la disminución del volumen de ventas. Se aplicó una encuesta a 74 empresas mediante muestreo por conveniencia y se estimó un modelo de regresión lineal con índices contruidos a partir de escalas Likert. Los resultados muestran que la afectación proviene principalmente de la comercialización y ventas y del aprovisionamiento, mientras que finanzas y regulación no son significativas. El modelo explica el 78% de la variación, evidenciando competencia estructuralmente desfavorable para los comercios locales.

Palabras Clave: Tiendas chinas, comercio local, competitividad, afectación comercial.

Abstract.

The growth of Chinese stores in Mexico has generated competitive pressures on local businesses. This study aims to analyze the effect on businesses in Los Mochis, identifying

1 Unidad Académica de Negocios, Universidad Autónoma de Sinaloa, Sinaloa, México. 0000-0002-8404-2624. Palacios.cesar@uabc.edu.mx.

2 Unidad Académica de Negocios, Universidad Autónoma de Sinaloa, Sinaloa, México. 0000-0002-7967-3720. Neri_some@hotmail.com.

3 Unidad Académica de Negocios, Universidad Autónoma de Sinaloa, Sinaloa, México. 0000-0002-3520-7795. jimmyfelix@uais.edu.mx

* Autor de Correspondencia: Cesar Arturo Palacios Valenzuela, palacios.cesar@uabc.edu.mx



the factors that explain the decrease in sales volume. A survey was administered to 74 companies using convenience sampling, and a linear regression model was estimated with indices constructed from Likert scales. The results show that the impact stems primarily from marketing and sales, and from procurement, while finance and regulation are not significant. The model explains 78% of the variation, demonstrating structurally unfavorable competition for local businesses.

Keywords: Chinese stores, local commerce, competitiveness, commercial impact.

Código JEL: E21, E22, E31

Introducción

Históricamente, el comercio exterior de México se ha centrado en su relación con Estados Unidos, generalmente con un saldo deficitario. Sin embargo, en los últimos años, China ha ganado mayor relevancia en los intercambios comerciales del país, no solo en la importación de manufacturas chinas, sino también de una amplia variedad de productos primarios procedentes de esa nación. Inicialmente, la adquisición de bienes chinos se fundamentaba en sus bajos costos, pero cada vez más se justifica por su avance en la producción y la tecnología, así como por su participación creciente en la economía digital (Hernández, 2024).

Para el año 2024, China se posicionó como el segundo principal proveedor de México, representando el 20% del total de sus importaciones, mientras que Estados Unidos mantuvo su liderazgo con una participación del 38%. No obstante, el mercado estadounidense continúa siendo el destino predominante de las exportaciones mexicanas, concentrándose más del 80% del total. Antes de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1992, México adquiría aproximadamente el 70% de sus importaciones de Estados Unidos, reflejando una evolución significativa en la diversificación (Ramírez, 2024).

La influencia de China en la economía global es innegable y ha generado una tensión considerable con Estados Unidos, lo que podría llevar a una fragmentación de la globalización con un carácter más excluyente. El crecimiento acelerado de las importaciones desde China genera un entorno de competencia desleal que impacta negativamente al comercio local de Los Mochis, Sinaloa. En estos grandes establecimientos chinos se pueden encontrar una amplia variedad de productos, como artículos de papelería, ferretería, artículos para el hogar, souvenirs, así como bolsos, ropa y calzado, entre otros. Si bien existen comercios formalmente establecidos que comercializan productos de origen chino y contribuyen a la recaudación estatal en Sinaloa, surge la inquietud sobre la legalidad de todos estos establecimientos.

El objetivo de esta investigación es evaluar el impacto de la proliferación de tiendas chinas en el volumen de ventas del comercio local de Los Mochis, identificando las variables operativas que influyen significativamente en dicha afectación mediante un modelo econométrico de regresión lineal. El estudio contribuye al análisis regional del comercio al ofrecer evidencia basada en datos perceptuales de los propios empresarios, y permite comprender los mecanismos específicos a través de los cuales este tipo de competencia internacional incide en los mercados locales.

El presente estudio se enfoca en el análisis del efecto de las tiendas chinas en el sector comercio de Los Mochis, Sinaloa. La metodología se aplicó estudio econométrico,

la recopilación de los datos es un muestreo de tipo no probabilístico, debido a que no se contó con la disponibilidad del total de empresas en el rubro comercial; de hecho, de las 111 empresas dentro del padrón de las empresas del sector comercio de Los Mochis, se obtuvo la información de 74 empresas, por lo que la encuesta fue no estandarizada ni predeterminada completamente.

1. Antecedentes.

El rápido crecimiento económico de China en las últimas décadas ha sido en gran parte estimulado por la exportación de productos manufacturados (Peters, 2010) basta destacar que esta economía asiática no sólo ha retado la ortodoxia capitalista y socialista con la práctica de una economía socialista de mercado, sino que también ha dado muestra de resistencia y fortaleza ante los embates de las crisis regionales y mundiales.

Como lo expresa González (2020), los resultados de China en materia comercial muestran su gran avance: pasó de representar 2.39% de las exportaciones mundiales en 2001 a 10.55% en 2018; mientras que la economía estadounidense se mantiene prácticamente sin modificación alguna con un 10.43%. Con relación a las importaciones, China ha disminuido su porcentaje en el total mundial, mientras que EU lo ha aumentado.

Jenkins (2009, p. 45) advierte que al analizar el impacto de China es útil distinguir entre los efectos directos e indirectos. Los efectos directos son aquellos que se derivan de la inversión y del comercio bilateral con el gigante asiático, mientras que los indirectos se relacionan con dichos flujos a escala mundial, tomando en consideración los efectos en terceros países. Precisamente, al ser China una amplia entidad económica dinámica, estable y competitiva, su amplia presencia en los mercados mundiales debe analizarse a la luz de las relaciones bilaterales y regionales.

2. Revisión de la literatura. Panorama global del comercio México-China

China se ha establecido como un líder indiscutible en el comercio internacional, sobresaliendo tanto en el ámbito de las exportaciones como en el de las importaciones. Su impacto es especialmente relevante en la región asiática y en su papel como aliado estratégico de economías en desarrollo. Con una participación cercana al 12% en el comercio global, el país ejerce un papel fundamental en las cadenas de valor internacionales, las cuales se fortalecen mediante su producción nacional y su creciente vinculación con los flujos de inversión y de comercio (Gómez et al, 2020).

En el contexto global, México se ubica en la décima posición entre los principales destinos de exportación de China, con una participación del 2.44% en el total de sus envíos al extranjero. Además, es el mercado más relevante para China en América Latina, seguido por Brasil, que representa el 1.72%.

Tabla 1. Balanza Comercial por estados 2024.

Estado	Valor comercial
Ciudad de México	\$ 2,950,653,311.00
Chihuahua	\$ 1,382,785,141.00
Baja California	\$ 1,193,756,137.00
Estado de México	\$ 1,121,968,796.00



Nuevo León	\$ 1,002,475,934.00
Jalisco	\$ 992,839,097.00
Tamaulipas	\$ 470,088,589.00
Coahuila de Zaragoza	\$ 294,673,764.00
Guanajuato	\$ 265,027,078.00
Querétaro	\$ 251,720,859.00
San Luis Potosí	\$ 167,801,187.00
Sonora	\$ 137,566,070.00
Puebla	\$ 111,952,916.00
Aguascalientes	\$ 83,876,935.00
Sinaloa	\$ 62,014,430.00
Hidalgo	\$ 31,779,029.00
Yucatán	\$ 31,728,567.00
Durango	\$ 28,021,866.00
Colima	\$ 26,608,306.00
Veracruz de Ignacio de la Llave	\$ 21,563,643.00
Quintana Roo	\$ 19,122,930.00
Tlaxcala	\$ 17,209,159.00
Michoacán de Ocampo	\$ 12,726,696.00
Zacatecas	\$ 10,784,272.00
Morelos	\$ 9,976,228.00
Baja California Sur	\$ 1,915,473.00
Tabasco	\$ 1,379,852.00
Chiapas	\$ 520,347.00
Campeche	\$ 518,860.00
Nayarit	\$ 121,509.00
Oaxaca	\$ 27,971.00
	\$ 10,703,204,952.00

Fuente: Elaboración propia con datos de Secretaría de Economía (2024)

Durante el primer semestre de 2024, el comercio bilateral entre México y China experimentó un crecimiento del 12.3%, consolidando al país asiático como el segundo socio comercial de México al representar el 20% de sus importaciones totales, de acuerdo con datos de la Secretaría de Economía (SE) y la empresa china Meorient International Exhibition (Forbes, 2024).

La creciente influencia de China en América Latina, y particularmente en México, es evidente en diversos ámbitos de la relación bilateral, incluyendo la cultura, la educación y la academia. No obstante, los sectores más destacados son la economía y el comercio, debido a múltiples factores. Según Dussel-Peters (2022), entre 1980 y 2020, el PIB per cápita del país registró un crecimiento anual promedio del 9.2%. Desde 2014, China se ha posicionado como la mayor economía mundial en términos de paridad de poder adquisitivo, y se prevé que en la próxima década también lo sea en precios corrientes.

La adquisición de productos de origen chino se ha vuelto cada vez más accesible para los consumidores en México. Esto se debe a la creciente integración comercial entre ambos países, la cual ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Como resultado, en 2023, México dependió de China para el 19.6 % de toda su importación.

En la Tabla 1 se muestran las importaciones de los diferentes estados de la República Mexicana con China para noviembre de 2024, según la Balanza Comercial (BC); se destaca que los estados con mayor participación en importación fueron: Ciudad de México (US\$2,950 M), Chihuahua (US\$1.382 M), Jalisco (US\$ 12,605M) Baja California (US\$1,193 M). Mientras que Sinaloa compró a China (US\$ 62 M), sumando un total de US\$ 10,703,204,952.00 M en compras a este país.

Acceso a productos provenientes de China

La Cámara Nacional de comercio (CANACO, 2024), registra que estas importaciones se han visto impulsadas por la demanda de productos como teléfonos móviles, circuitos integrados y vehículos, que son de fácil acceso para los consumidores mexicanos. Aunado a lo anterior, la Secretaría de Economía (2024a), declara que estos mismos productos fueron los que tuvieron mayor demanda de compra, sumando un total de US\$ 4,532,130,261.00 M en compras a este país. Ver Tabla 2.

Tabla 2. Principales Compras Internacionales a China 2024

Compras	Valor comercial
Teléfonos, Incluidos los Teléfonos Móviles y los de otras Redes Inalámbricas	\$ 992,852,386.00
Partes y Accesorios de Vehículos Automotores	\$ 398,122,907.00
Partes y Accesorios de Máquinas	\$ 392,255,413.00
Máquinas y Unidades de Procesamiento de Datos, no Especificados o Incluidos en otro Lugar	\$ 360,744,366.00
Circuitos Electrónicos Integrados	\$ 285,266,410.00
Transformadores de Potencia, Convertidores Estáticos e Inductores	\$ 265,439,704.00
Automóviles y otros Vehículos Automóviles Diseñados Principalmente para el Transporte de Personas	\$ 264,180,781.00
Partes de Maquinaria	\$ 232,739,456.00
Aparatos Eléctricos para Conmutar o Proteger Circuitos Eléctricos	\$ 198,597,535.00
Alambres y Cables Eléctricos	\$ 187,143,993.00
Chapas y Tiras, de Aluminio, de Espesor Superior a 0,2 Mm	\$ 153,346,877.00
Bombas de Aire o Bombas de Vacío	\$ 133,716,729.00
Los Artículos de Plástico y Artículos de otros Materiales	\$ 118,656,097.00
Vehículos de Motor para el Transporte de Mercancías	\$ 116,310,389.00
Circuitos Impresos	\$ 113,662,646.00
Motores y Generadores	\$ 110,012,213.00
Diodos, Transistores y Semiconductores Similares	\$ 106,992,622.00
Neumáticos de Goma	\$ 102,089,737.00
	\$ 4,532,130,261.00

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Economía (2024a).

Por otra parte encontramos que en menor compra están artículos confeccionados (textiles, (US \$14.5 M), zapatos (US\$16.9 M) termos y de más recipientes (US\$ 15.3 M) Papel y Carton (US\$ 13.5 M). entre otros, los cuales son productos que encontramos en las tiendas chinas y comercios que venden mercancías de procedencia china, afectando considerablemente a la producción de mercancías nacionales y locales, dando un total de US\$326,943,974.00 M, en compras a este país, tan solo a noviembre de 2024. Ver tabla 3.

**Tabla 3. Compras menores a China 2024.**

Compras	Valor comercial
Calzado con Suela de Caucho, Plástico, Cuero Natural o Regenerado y Parte Superior de Materia Textil	\$ 16,940,229.00
Termos y Demás Recipientes Isotérmicos, Montados y Aislados por Vacío, Así como sus Partes (Excepto las Ampollas de Vidrio)	\$ 15,348,515.00
Tejidos de Algodón con un Contenido de Algodón Inferior al 85 % en Peso, Mezclado Exclusiva o Principalmente con Fibras Sintéticas o Artificiales, de Peso Superior a 200 G/M ²	\$ 14,560,111.00
Cajas, Sacos, Bolsas y otros Empaques de Papel	\$ 13,324,959.00
Papel, Cartón, Recubierto, Impregnado, Cubierto, de Color Superficial, Decorado o Impreso, Rollos u Hojas, Excepto los Productos de la Partida No. 4803, 4809 o 4810	\$ 12,882,302.00
Lentes, Prismas, Espejos y otros Elementos Ópticos de Cualquier Material	\$ 12,595,877.00
Ropa de Cama, Mesa, Tocador o Cocina	\$ 12,567,874.00
Abrigos, Chaquetones, Capas, Anoraks, Cazadoras y Artículos Similares, para Hombres o Niños, Excepto los Artículos de la Partida 62.03	\$ 12,265,903.00
Sostenes (Corpiños), Fajas, Corsés, Tirantes (Tiradores), Ligas y Artículos Similares, y sus Partes, Incluso de Punto	\$ 11,939,657.00
Escobas y Escobillas, Cepillos, Brochas y Pinceles (Incluso Si son Partes de Máquinas, Aparatos o Vehículos), Escobas Mecánicas, sin Motor, de Uso Manual, Fregonas o Mopas y Plumeros; Cabezas Preparadas para Artículos de Cepillería; Almohadillas o Muñequillas y Rodillos, para Pintar; Rasquetas de Caucho o Materia Flexible Análoga	\$ 11,636,279.00
Pilas y Pilas Eléctricas	\$ 11,615,463.00
Abrigos, Chaquetones, Capas, Anoraks, Cazadoras y Artículos Similares, para Mujeres o Niñas, Excepto los Artículos de la Partida 62.04	\$ 11,388,142.00
Trajes para Hombres o Niños, Conjuntos, Chaquetas, Blazers y Pantalones	\$ 10,705,966.00
Monturas (Armazones) de Gafas (Anteojos) o Artículos Similares y sus Partes	\$ 10,617,867.00
Espejos de Vidrio, Enmarcados o No, Incluidos los Espejos Retrovisores	\$ 10,603,156.00
Trajes (Ambos o Ternos), Conjuntos, Chaquetas (Sacos), Pantalones Largos, Pantalones con Peto, Pantalones Cortos (Calzones) y Shorts (Excepto de Baño), de Punto, para Hombres o Niños	\$ 9,973,275.00
Guantes, Mitones y Manoplas, de Punto	\$ 9,196,382.00
Accesorios de Tubería (Por Ejemplo: Empalmes (Racores), Codos, Manguitos) de Cobre	\$ 8,940,483.00
Artículos para Fiestas, Carnaval u otras Diversiones, Incluidos los de Magia y Artículos Sorpresa	\$ 8,910,052.00
Vajilla y Demás Artículos de Uso Doméstico, Higiene o Tocador, de Cerámica, Excepto Porcelana	\$ 8,741,049.00
Artículos de Joyería y sus Partes, de Metal Precioso o de Chapado de Metal Precioso (Plaqué)	\$ 8,520,783.00
Preparaciones de Belleza, Maquillaje y Cuidado de la Piel, Excepto Medicamentos, Incluidos Protectores Solares, Preparaciones para Manicuras o Pedicuras	\$ 7,350,877.00
Sombreros y Demás Tocados, de Punto o Confeccionados con Encaje, Fielto u otro Producto Textil, en Pieza (Pero no en Tiras), Incluso Guarnecidos; Redecillas para el Cabello, de Cualquier Materia, Incluso Guarnecidas	\$ 7,345,835.00
Afeitadoras, Máquinas de Cortar el Pelo o Esquilar y Aparatos de Depilar, con Motor Eléctrico Incorporado	\$ 7,106,481.00
Cartón, Guata de Celulosa y Bandas de Fibras de Celulosa; Cortado a Medida o Forma, Artículos de Pulpa de Papel	\$ 7,008,297.00
Provitaminas y Vitaminas, Naturales o Reproducidas por Síntesis (Incluidos los Concentrados Naturales) y sus Derivados Utilizados Principalmente como Vitaminas, Mezclados o no entre sí o en Disoluciones de Cualquier Clase	\$ 6,261,644.00
Maquinaria para Limpiar, Secar, Llenar, Cerrar, Sellar, Taponar o Etiquetar Botellas, Latas, Cajas, Bolsas, Etc., Maquinaria para Airear Bebidas	\$ 6,074,434.00
Bisutería	\$ 5,535,993.00
Bolígrafos y Marcadores Punta de Fielto u otra Punta Porosa; Duplicador de Estilógrafo; Portaminas; Portalápices y Similares; sus Partes	\$ 5,157,145.00
Camisas, Blusas y Blusas Camiseras, para Mujeres o Niñas	\$ 4,832,545.00
Flores, Follaje y Frutos, Artificiales, y sus Partes; Artículos Confeccionados con Flores, Follaje o Frutos, Artificiales	\$ 4,596,441.00
Artículos de Confeitería sin Cacao. Chocolate Blanco	\$ 4,063,626.00

Cierres, Monturas Cierre, Hebillas, Hebillas Cierre, Corchetes, Ganchos, Anillos para Ojetes y Artículos Similares, de Metal Común, para Prendas de Vestir, Calzado, Toldos, Marroquinería o Demás Artículos Confeccionados; Remaches Tubulares o con Espiga Hendida de Metal Común; Cuentas y Lentejuelas, de Metal Común	\$ 4,016,543.00
Bicicletas y Demás Velocípedos (Incluidos los Triciclos de Reparto), sin Motor	\$ 3,116,775.00
Medicamentos (Excepto los Productos de las Partidas 30.02, 30.05 Ó 30.06) Constituidos por Productos Mezclados entre Sí, Preparados para Usos Terapéuticos o Profilácticos, sin Dosificar ni Acondicionar para la Venta al por Menor	\$ 3,036,961.00
Lámparas Eléctricas Portátiles Concebidas para Funcionar con su Propia Fuente de Energía (Por Ejemplo: de Pilas, Acumuladores, Electromagnéticas), Excepto los Aparatos de Alumbrado de la Partida 85.12	\$ 3,035,681.00
Calcomanías de Cualquier Clase	\$ 950,264.00
Tintas de Imprimir, Tintas de Escribir o de Dibujar y Demás Tintas, Incluso Concentradas o Sólidas	\$ 949,029.00
Papel del Tipo Utilizado para Papel Higiénico, Toallitas para Desmaquillar, Toallas, Servilletas o Papeles Similares de Uso Doméstico, de Higiene o Tocador, Guata de Celulosa y Napa de Fibras de Celulosa, Incluso Rizados («Crepés»), Plisados, Gofrados, Estampados, Perforados, Coloreados o Decorados en la Superficie o Impresos, en Bobinas (Rollos) o en Hojas	\$ 939,879.00
Jabón; Productos y Preparaciones Orgánicos Tensoactivos Usados como Jabón, en Barras, Panes, Trozos o Piezas Troqueladas o Moldeadas, Aunque Contengan Jabón; Productos y Preparaciones Orgánicos Tensoactivos para el Lavado de la Piel, Líquidos o en Crema, Acondicionados para la Venta al por Menor, Aunque Contengan Jabón; Papel, Guata, Filtro y Tela sin Tejer, Impregnados, Recubiertos o Revestidos de Jabón o de Detergentes	\$ 923,931.00
Lápices, Minas, Pasteles, Carboncillos, Tizas para Escribir o Dibujar y Jaboncillos (Tizas) de Sastre	\$ 691,749.00
Pelucas, Barbas, Cejas, Pestañas, Mechones y Artículos Análogos, de Cabello, Pelo o Materia Textil; Manufacturas de Cabello no Expresadas ni Comprendidas en otra Parte	\$ 675,520.00
	\$ 326,943,974.00

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Economía (2024a).

Según el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2024), en el estado de Sinaloa existen 1,356 Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) dedicadas al comercio minorista. Estas empresas abarcan diversas actividades económicas, incluyendo la venta de textiles y prendas de vestir, artículos para el cabello y el cuidado personal, insumos de papelería y escolares, así como enseres domésticos, los cuales son comunes de encontrar en las tiendas de origen chino. De este total, 614 se localizan en Culiacán, 279 en Mazatlán, 224 en Los Mochis y 90 en Guasave, mientras que el resto se distribuye en los 18 municipios del estado (Acosta et al., 2024).

En el estudio realizado por Acosta et al. (2024), se aplicaron criterios de exclusión, analizando únicamente los establecimientos cuyo nombre comercial los identifica como “tiendas chinas”. La investigación reveló que, al momento del estudio, en el estado de Sinaloa había un total de 66 tiendas de este tipo, distribuidas en las principales ciudades de la siguiente manera: 35 en Culiacán, 12 en Mazatlán, 13 en Los Mochis y 6 en Guasave.

Estos comercios ofrecen una amplia variedad de productos, especialmente aquellos ubicados en centros comerciales, donde disponen de mayor espacio. En contraste, las tiendas situadas en las zonas céntricas de las ciudades son más pequeñas, pero destacan por su diversidad de artículos y precios más accesibles en comparación con los locales. Palacios (2024) señala que una de las principales razones por las que las tiendas chinas pueden ofrecer precios más bajos radica en su modelo de negocio. A diferencia de los comerciantes locales, que deben adquirir sus productos a través de proveedores intermediarios, las tiendas chinas importan directamente de fabricantes en su país de origen. Desde el año 2022 a la fecha, las ventas del comercio local se han visto afectado en un 40 por ciento, lo que representa alrededor de 800 millones de pesos al año por la llegada de tiendas chinas con su gran variedad de productos a la venta.

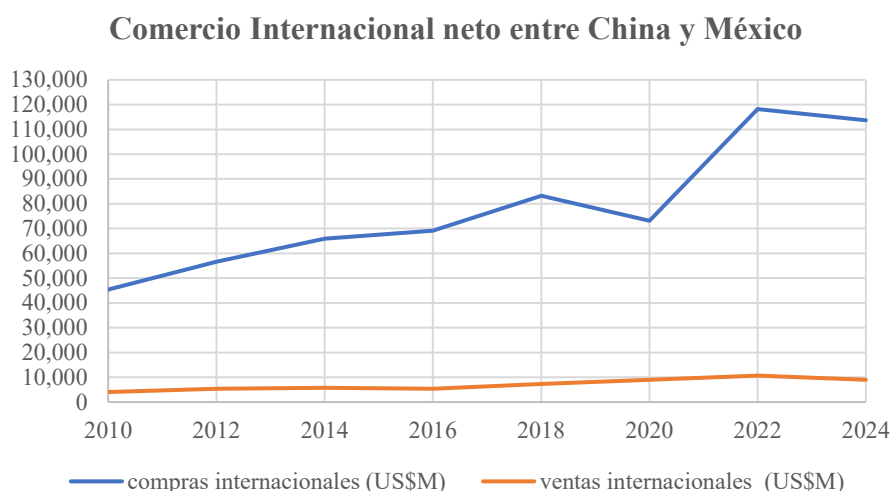
Comercio internacional neto con China

En noviembre 2024, las ventas internacionales de México a China fueron US\$766M, y la principal venta fue Minerales de Cobre y sus Concentrados con un monto de (US\$275M) mientras que las compras internacionales alcanzaron US\$11,168M. Lo anterior resulta en un balance comercial negativo de -US\$10,403M, correspondiente a la disparidad entre importaciones y exportaciones entre los dos países (Secretaría de Economía, 2024a). A continuación, se representa el comercio internacional neto entre China y México, en la Figura 1. que muestra el comportamiento en millones de dólares de 2010 a 2024.

Tal como se muestra en la Figura 1, la relación comercial entre México y China se incrementó en más de 22% de 2019 a 2021 con una balanza comercial que alcanzó los US\$ 110,000 M, ante un mayor interés del gigante asiático en el mercado mexicano. El flujo comercial entre ambos países alcanzó los US\$ 110,303 M en 2021, cifra 22% superior a 2019, el año previo a la pandemia por Covid-19.

De acuerdo con la revista Expansión (2023) a nivel mundial, China se posiciona como la segunda economía más grande, con un PIB anual de 14,993,017 millones de euros, según el Fondo Monetario Internacional (FMI). Con la tendencia de crecimiento de China, podría superar a Estados Unidos, que actualmente lidera con un PIB anual de 24,179,772 millones de euros. Como resultado, el éxito de China como potencia exportadora y su creciente influencia en el mercado global han tenido un impacto negativo en el comercio exterior de países como México, cuyas exportaciones dependen en gran medida del mercado estadounidense.

Figura 1. Comercio internacional neto entre China y México



Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Economía (2024a).

Cumplimiento legal y regulatorio

El Servicio de Administración Tributaria (SAT), a través de sus unidades administrativas, es la autoridad aduanera del gobierno mexicano encargada de hacer cumplir la legislación aduanera y de comercio exterior en el punto de entrada y salida del país mediante la facilitación y control aduanero (Ley Aduanera, art. 159).

Agente Aduanal

Persona física autorizada por el SAT mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho aduanero de mercancías en los diferentes regímenes aduaneros previstos en la Ley Aduanera. Cuando éstos se asocian pueden ser autorizados como agencias aduanales (Ley Aduanera, 2024).

Importador o exportador

Persona física o moral interesada en introducir o extraer mercancías del o al territorio nacional, ya sea directamente en los casos que así es posible o, principalmente, a través de un agente aduanal o agencia aduanal (Ley Aduanera, Art. 90. (2023, 24 de diciembre).

Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones entre México y China

El Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) entre México y la República Popular China, firmado en 2008 y en vigor desde 2009, tiene como objetivo principal fomentar un entorno seguro y predecible para la inversión extranjera entre ambos países (Secretaría de Economía, 2019). Este instrumento busca garantizar que los inversionistas de una parte contratante gocen de un trato justo y equitativo en el territorio de la otra, protegiendo sus derechos frente a expropiaciones arbitrarias y promoviendo la libre transferencia de capitales (United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], 2020). De acuerdo con la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), el acuerdo representa un elemento central en la política mexicana de diversificación de mercados y atracción de inversión productiva (SRE, 2019).

El APPRI México–China tiene una importancia estratégica porque, a diferencia de otras relaciones bilaterales, los dos países no cuentan con un Tratado de Libre Comercio (TLC). Por lo tanto, sus intercambios comerciales se desarrollan principalmente bajo los compromisos asumidos en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC) (Organización Mundial del Comercio [OMC], 2021). En este contexto, el Acuerdo de Facilitación del Comercio (AFC), ratificado por México en 2017 y por China en 2015, proporciona el marco regulatorio que agiliza el despacho aduanero, mejora la transparencia y reduce los costos logísticos internacionales (González & Herrera, 2021). Este entramado jurídico multilateral permite fortalecer las cadenas de suministro entre ambos países, compensando parcialmente la ausencia de un TLC bilateral.

Asociación Estratégica Integral México–China

En junio de 2013, ambos gobiernos establecieron una Asociación Estratégica Integral, cuyo propósito fue fortalecer la cooperación económica y el diálogo político de alto nivel (Secretaría de Economía, 2013). Este mecanismo bilateral se basa en tres pilares fundamentales: la institucionalización del diálogo económico, el incremento de las exportaciones agroalimentarias mexicanas hacia China, y la atracción de inversión y transferencia de tecnología hacia México (SRE, 2020). El primer pilar promueve la creación de un marco institucional estable mediante la conformación de comités y subcomisiones

técnicas que dan seguimiento a temas de comercio e inversión. El segundo pilar se centra en la diversificación del mercado exportador mexicano, con énfasis en productos como el aguacate, carne de cerdo y berries, que han ganado presencia en el mercado chino (García & Medina, 2022). Finalmente, el tercer pilar busca incentivar proyectos de inversión industrial, infraestructura y manufactura avanzada, impulsando el intercambio tecnológico y la innovación conjunta (Li & Zhou, 2020).

Esta asociación estratégica ha contribuido a consolidar a China como uno de los principales socios comerciales de México, ubicándose en el segundo lugar a nivel mundial en 2023, solo detrás de Estados Unidos (Banco de México, 2023). El fortalecimiento de estos lazos refleja una visión compartida orientada a la cooperación económica sostenible y a la diversificación de los vínculos internacionales.

Programas y apoyos al comercio e inversión

Además de los acuerdos bilaterales, México cuenta con programas de apoyo y promoción que buscan fortalecer la competitividad del comercio exterior y atraer inversión extranjera, ofreciendo beneficios fiscales y aduaneros a las empresas que participan en dichos esquemas (Secretaría de Economía, 2022). Entre los más relevantes se encuentran los Programas de Promoción Sectorial (PROSEC), el Esquema de Empresas Certificadas y el programa Draw Back.

El PROSEC permite a las empresas manufactureras importar insumos, maquinaria o equipo con aranceles reducidos o nulos, siempre que dichos bienes se utilicen en la elaboración de productos destinados al mercado nacional o de exportación (Secretaría de Economía, 2022). Este programa promueve la integración de cadenas productivas y la reducción de costos, siendo una herramienta esencial para sectores como el automotriz, electrónico y textil (Hernández, 2021).

Por otro lado, el Esquema de Empresas Certificadas, regulado por el Servicio de Administración Tributaria (SAT), otorga facilidades administrativas y aduaneras a las empresas que demuestran cumplimiento constante de sus obligaciones fiscales y de comercio exterior (SAT, 2021). Estas facilidades incluyen la agilización de trámites, el despacho aduanero simplificado y la reducción de inspecciones, lo que mejora la eficiencia operativa y la seguridad de las cadenas logísticas.

Finalmente, el programa Draw Back permite la devolución de impuestos de importación pagados por insumos incorporados a mercancías que posteriormente se exportan (Secretaría de Economía, 2021). Este esquema estimula la competitividad exportadora al reducir el costo efectivo de producción y fomentar la inserción de México en cadenas globales de valor (Calderón, 2020).

En conjunto, estos programas reflejan una estrategia integral de facilitación comercial, alineada con los compromisos internacionales asumidos por México en materia de libre comercio, atracción de inversión y cooperación multilateral (OMC, 2021).

Marco legal del comercio en México

El marco jurídico del comercio en México está conformado por un conjunto de leyes que regulan las operaciones de importación, exportación y circulación de bienes y servicios, tanto en el ámbito interno como internacional. Estas leyes proporcionan la base normativa para la actuación de las autoridades aduaneras y fiscales, garantizando la transparencia y

legalidad de las transacciones comerciales (Cámara de Diputados, 2018). Dicho marco busca equilibrar la recaudación fiscal, la protección de la economía nacional y la integración del país en los flujos comerciales internacionales (González, 2020).

Ley Aduanera

La Ley Aduanera, reformada por última vez el 25 de junio de 2018, establece las disposiciones que regulan la entrada y salida de mercancías del territorio nacional, así como los medios de transporte que las conducen. Dicha norma también determina los regímenes aduaneros, las obligaciones de los contribuyentes y los procedimientos de despacho (Congreso de la Unión, 2018). Entre sus aspectos más relevantes se encuentran los artículos 35 a 43, que definen los distintos regímenes de importación y exportación, incluyendo los temporales, definitivos y de depósito fiscal. Estas disposiciones garantizan que toda operación comercial internacional esté sujeta a control, pago de contribuciones y cumplimiento de medidas de seguridad y sanidad (Cámara de Diputados, 2018). La ley también promueve la modernización de las aduanas mediante la implementación de sistemas digitales y ventanillas únicas, lo que favorece la eficiencia y la trazabilidad de las operaciones (Jiménez & Ruiz, 2021).

Ley de Comercio Exterior

Por su parte, la Ley de Comercio Exterior (LCE), cuya última reforma fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 21 de diciembre de 2006, constituye la base para el diseño y ejecución de la política comercial del país. Esta ley tiene como objetivo regular y promover el comercio exterior, proteger a la planta productiva nacional de prácticas desleales y fomentar la competitividad (Cámara de Diputados, 2006). La LCE otorga amplias facultades a la Secretaría de Economía para emitir regulaciones y restricciones no arancelarias, así como para establecer mecanismos de promoción a las exportaciones y de defensa comercial frente a subsidios o dumping (Ruiz, 2019). En su artículo 28, por ejemplo, se establecen las medidas de salvaguarda temporales para evitar daños graves a las ramas de producción nacional, alineándose con los compromisos internacionales de México ante la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2020).

De este modo, la LCE actúa como el eje rector de la política comercial mexicana, estableciendo las condiciones bajo las cuales se fomenta la apertura económica y se defiende la soberanía productiva. Esta dualidad —liberalización controlada y defensa de la industria nacional— refleja la estrategia jurídica del Estado mexicano frente a la globalización (García & Sánchez, 2021).

Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (LIGIE)

La Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (LIGIE), reformada el 1 de junio de 2020, es un instrumento técnico y fiscal que clasifica las mercancías de acuerdo con el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Dicha clasificación permite determinar los aranceles aplicables a la importación y exportación de bienes (SNICE, 2020). La LIGIE es fundamental para la correcta aplicación de los tratados de libre comercio, pues cada fracción arancelaria establece los derechos y obligaciones correspondientes a una mercancía determinada (Cámara de Diputados, 2020). Esta ley



también contribuye a la transparencia en la valoración aduanera y previene prácticas de subvaluación que afectan la recaudación fiscal (Villarreal, 2021).

La actualización de 2020 incorporó una nueva estructura de codificación basada en la Séptima Enmienda del Sistema Armonizado, promoviendo la homologación con las normas internacionales de clasificación comercial (Organización Mundial de Aduanas [OMA], 2021). Ello fortalece la compatibilidad de México con sus socios comerciales y mejora la gestión aduanera en un contexto global.

Ley del Impuesto al Valor Agregado (LIVA)

La Ley del Impuesto al Valor Agregado (LIVA), reformada el 9 de diciembre de 2019, constituye uno de los pilares del sistema tributario mexicano. Esta norma grava el valor agregado en la venta de bienes, la prestación de servicios, el uso o goce temporal de bienes y la importación de bienes o servicios (DOF, 2019). Su reforma de 2019 introdujo cambios significativos en materia de economía digital, obligando a las plataformas extranjeras que ofrecen servicios en México a registrarse y pagar el IVA correspondiente (Serrano, 2020). Dicho cambio buscó equiparar las condiciones fiscales entre proveedores nacionales y extranjeros, fortaleciendo la recaudación ante el auge del comercio electrónico.

La LIVA tiene una función recaudatoria crucial, pero también incide en la competitividad empresarial al influir en los costos de las transacciones comerciales. Además, establece reglas específicas para las operaciones de comercio exterior, tales como la tasa 0 % para exportaciones, incentivando la actividad exportadora (Cámara de Diputados, 2019).

Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS)

La Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), reformada también el 9 de diciembre de 2019, grava bienes específicos como combustibles, tabacos, bebidas alcohólicas y productos de alto contenido calórico (DOF, 2019b). Este impuesto tiene una función dual: recaudatoria y reguladora, al desincentivar el consumo de productos nocivos para la salud o el medio ambiente (Castañeda & López, 2021). En el comercio internacional, el IEPS incide en la importación de estos bienes, aplicando tasas diferenciadas que pueden modificar los flujos comerciales. Asimismo, el IEPS forma parte del conjunto de impuestos que integran las contribuciones al comercio exterior conforme al artículo 2° de la Ley Aduanera (Congreso de la Unión, 2018).

Ley del Impuesto Sobre Automóviles Nuevos (ISAN)

La Ley del Impuesto Sobre Automóviles Nuevos (ISAN), cuya última reforma fue el 30 de noviembre de 2016, establece el gravamen aplicable a la enajenación o importación de automóviles nuevos (Cámara de Diputados, 2016). Este impuesto afecta directamente a un sector estratégico de la economía mexicana, dado que la industria automotriz representa uno de los principales motores del comercio exterior. Además, el ISAN busca equilibrar los efectos ambientales del parque vehicular y fomentar el uso de tecnologías menos contaminantes (Gómez & Pérez, 2020). Su aplicación en operaciones de importación constituye un ingreso importante para las arcas federales, especialmente considerando el alto volumen de vehículos importados por armadoras y distribuidores.

Ley Federal de Derechos (LFD)

Por último, la Ley Federal de Derechos (LFD), reformada el 9 de diciembre de 2019, regula los pagos que deben realizar los particulares por el uso o aprovechamiento de bienes del dominio público de la Nación, así como por la prestación de servicios públicos por parte del Estado (Cámara de Diputados, 2019b). En materia de comercio exterior, esta ley establece los derechos que deben pagarse por los servicios aduaneros, inspecciones fitosanitarias y certificaciones, los cuales constituyen una fuente de ingresos para financiar la infraestructura logística y administrativa (Martínez, 2021). La LFD refuerza así el principio de contraprestación por servicios públicos, fortaleciendo la sostenibilidad financiera de las instituciones que supervisan el comercio internacional.

En conjunto, este entramado normativo asegura la integridad del sistema comercial mexicano, al articular disposiciones fiscales, regulatorias y administrativas que permiten un comercio seguro, justo y competitivo. Además, garantiza la adaptación del país a los estándares internacionales y su cumplimiento en tratados multilaterales y bilaterales. La constante actualización de estas leyes demuestra la necesidad de responder a los desafíos de la globalización, la digitalización y la transición ecológica del comercio contemporáneo (Hernández, 2022).

3. Materiales y métodos

Tal como lo expresa Greene (2002) la econometría tiene como propósito principal estimar y especificar un modelo que tenga la capacidad de mostrar el grado de asociación entre un grupo de variables económicas. En este sentido, la técnica de mínimos cuadrados ordinarios (MCO) es una de las bases fundamentales dentro del análisis econométrico puesto que permite evaluar el desempeño de un conjunto de variables ya sea en un momento en específico —modelo de corte transversal—, a través de los años —modelo de corte longitudinal— o con la combinación de ambos —modelo de datos de panel— con lo cual es posible comprender de mejor manera el comportamiento de un determinado fenómeno económico (Novales, 2010).

Los mínimos cuadrados ordinarios son un método estadístico empleado para calcular los parámetros de un modelo de regresión lineal (Majca, 2024). Por ello, estos modelos pretenden determinar la línea que presenta el mejor ajuste al minimizar la suma de las diferencias al cuadrado entre los valores observados y los valores predichos por el modelo lineal. En relación con eso, el modelo del presente trabajo de investigación tiene por objetivo explicar el nivel de afectación comercial derivada de la llegada de las tiendas chinas al mercado local de Los Mochis, Sinaloa, a partir de la percepción de los propios negocios. Para ello, se estimó un modelo de regresión lineal de corte transversal utilizando información obtenida mediante encuesta aplicada a empresas del sector comercio.

$$y_i = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + u_i \quad (1)$$

Donde las variables estimadas se definen de la siguiente manera: es la variable explicada o dependiente que se refiere al grado de afectación de las tiendas chinas en los comercios locales de la ciudad de Los Mochis, Sinaloa. La variable dependiente del modelo se construyó a partir de la Pregunta 9 del cuestionario: “La llegada de las tiendas chinas ha

disminuido significativamente el volumen de ventas de mi negocio”. Esta pregunta constituye el indicador más directo y preciso del desempeño económico del comercio local, ya que en la literatura sobre competitividad y afectación comercial el volumen de ventas es reconocido como el resultado más sensible frente al ingreso de nuevos competidores.

A diferencia del resto de los reactivos del instrumento, que evalúan percepciones sobre dimensiones intermedias (precios, proveedores, mercadotecnia, costos o regulación), la Pregunta 9 captura el impacto final y observable sobre los negocios: la disminución del volumen de ventas. Asimismo, su claridad conceptual, unidimensionalidad y estructura ordinal permiten tratarla como una variable continuamente aproximada dentro de un modelo MCO, de acuerdo con la literatura metodológica sobre el uso de escalas Likert en análisis de regresión (Norman, 2010; Carifio y Perla, 2008). Por ello, se considera la opción más sólida y metodológicamente válida para operar como variable dependiente del análisis.

Para las variables explicativas se construyeron cuatro índices compuestos, obtenidos mediante el promedio de los ítems asociados a cada dimensión: aprovisionamiento (ítems 1–5), comercialización y ventas (ítems 6–12), finanzas (ítems 13–16) y regulación (ítems 17–21). En este sentido, que representa el aprovisionamiento, se refiere a la comercialización y ventas; constituye el aspecto relacionado con el rubro de finanzas y; mide el nivel de cumplimiento legal y regulatorio. Cada índice se calcula a nivel empresa mediante el promedio de sus reactivos, por lo que el análisis econométrico se basa en un total de 74 observaciones, equivalentes al número de empresas encuestadas.

El modelo econométrico final se estimó mediante Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). Aunque los reactivos originales utilizan una escala Likert, la construcción de índices basados en el promedio de varios ítems justifica tratarlos como variables continuas aproximadas, en línea con estudios que validan el uso de MCO en contextos similares cuando se cumplen condiciones como:

- Tamaño de muestra adecuado ($n > 30$; el presente estudio incluye 74 observaciones).
- Índices derivados de múltiples ítems, los cuales se comportan como medidas continuas.
- Verificación empírica de normalidad de los residuos (las pruebas Jarque–Bera no rechazan la normalidad).
- Ausencia de autocorrelación problemática (estadístico Durbin–Watson ≈ 2).

Adicionalmente, la adopción de un modelo parsimonioso en esta investigación se justifica porque permite incluir únicamente las variables esenciales, evitando predictores redundantes que consumen grados de libertad y reducen la precisión en muestras moderadas. Además, disminuye el riesgo de multicolinealidad —frecuente en estudios basados en percepciones donde las dimensiones suelen estar correlacionadas— y ofrece mayor claridad interpretativa al facilitar la identificación de los mecanismos centrales del fenómeno. Este enfoque también se alinea con criterios de selección de modelos como AIC y BIC, que favorecen especificaciones con mejor equilibrio entre ajuste y simplicidad. Finalmente, al centrarse en las dimensiones con mayor relevancia analítica esperada, un modelo parsimonioso proporciona una representación más robusta, eficiente y coherente con la naturaleza del estudio. A continuación, se incluye este modelo en la ecuación 2:

$$y_i = \alpha + \beta_1 A_{prov} + \beta_2 C_{omerc} + u_i \quad (2)$$

Donde β_1 representa el nivel de afectación en el volumen de ventas percibido por cada empresa; corresponde al índice de aprovisionamiento, construido a partir de reactivos que miden las condiciones de abasto y la capacidad de los negocios para competir en costos y disponibilidad de inventario; y β_2 es el índice de comercialización y ventas, integrado por elementos relacionados con precios, variedad, promociones y posicionamiento comercial frente a las tiendas chinas. Los coeficientes β_1 y β_2 reflejan el efecto de cada dimensión sobre la afectación en ventas. De este modo, los supuestos estadísticos requeridos por el modelo MCO se cumplieron satisfactoriamente ya que esta estructura permite evaluar qué dimensiones explican con mayor fuerza la afectación comercial vinculada a la llegada de tiendas chinas. La metodología empleada integra así el sustento teórico, la naturaleza de los datos y las técnicas estadísticas más apropiadas para el análisis.

Población y muestra

Para la recopilación de la información se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, dado que no fue posible obtener acceso al total de empresas del sector comercio en la ciudad de Los Mochis. Del padrón conformado por 111 establecimientos, se logró recopilar información válida de 74 empresas, las cuales aceptaron participar de manera voluntaria en el estudio. Esta técnica resulta adecuada cuando se requiere acceder directamente a los negocios disponibles y dispuestos a responder, especialmente en contextos donde no es factible implementar un muestreo aleatorio por limitaciones operativas o de acceso.

El instrumento aplicado consistió en una encuesta estructurada, integrada por reactivos en escala tipo Likert, orientada a captar la percepción de los empresarios sobre la afectación derivada de la proliferación de tiendas chinas en el mercado local. La naturaleza perceptual del estudio y la necesidad de obtener información directamente de los establecimientos justifican el uso de este tipo de muestreo, ampliamente empleado en investigaciones exploratorio-descriptivas en el ámbito empresarial. Los datos fueron recolectados durante los meses de octubre y noviembre de 2024, obteniendo así una base representativa de las opiniones de los comercios activos en la zona.

Tal como se indica en la tabla 4, las respuestas de la encuesta presentan una codificación de acuerdo con el nivel de impacto del objeto de estudio de la investigación, por lo que se asigna una puntuación en función a los resultados a través de una escala tipo Likert, para posteriormente interpretar los resultados. Dichos datos han sido recabados en el periodo de octubre a noviembre del año 2024, la cual arrojó la descripción detallada del grado de afectación de las tiendas chinas en el sector comercio de Los Mochis Sinaloa.

Tabla 4. Sistema de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Likert
Nivel de afectación de las tiendas chinas	Aprovisionamiento	Ítem 1, 2, 3, 4 y 5	1. Totalmente en desacuerdo
	Comercialización	Ítem 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12	2. En desacuerdo
	Finanzas	Ítem 13, 14, 15 y 16	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
	Regulación	Ítem 17, 18, 19, 20, 21 y 22	4. De acuerdo
			5. Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia.

4. Análisis de resultados y discusión

Estadística descriptiva

La Tabla 5 presenta los estadísticos descriptivos de los cuatro índices analizados: aprovisionamiento, comercialización y ventas, finanzas y regulación, construidos a partir de promedios de reactivos en escala Likert. Estos resultados permiten identificar los patrones generales de percepción entre los comercios evaluados. Los valores promedio muestran que regulación es la dimensión con mayor nivel de acuerdo (media = 3.59), lo que indica que los empresarios coinciden en que existen prácticas regulatorias irregulares asociadas a las tiendas chinas. En contraste, comercialización (2.26) y finanzas (2.27) presentan las medias más bajas, reflejando percepciones más moderadas de afectación en estas dimensiones.

Tabla 5. Estadísticos descriptivos por variable

Estadístico	Aprovisionamiento	Comercialización	Finanzas	Regulación
Media	2.71	2.26	2.27	3.59
Mediana	2.60	2.29	2.00	3.60
Moda	2.80	2.42	2.00	3.00
Varianza	0.54	0.70	0.87	0.51
Desviación estándar	0.74	0.84	0.93	0.71
Curtosis	3.20	2.84	2.59	2.54
Coefficiente de asimetría	0.20	0.33	0.46	-0.01
Jarque-Bera	0.55	1.34	2.87	0.60
Probabilidad	0.76	0.51	0.24	0.74
Suma	187	156	157	247

Fuente: Elaboración propia.

La mediana y la moda mantienen este patrón, confirmando que las respuestas son consistentes dentro de cada dimensión. En finanzas, la mediana y la moda igualan un valor de 2.00, mostrando mayor concentración de respuestas en niveles bajos de acuerdo. Las desviaciones estándar muestran que las respuestas están relativamente agrupadas, con valores que oscilan entre 0.71 y 0.93. La mayor dispersión aparece en finanzas, indicando respuestas más heterogéneas entre los negocios. Por el contrario, regulación presenta la menor dispersión (0.71), lo que sugiere mayor consenso entre los participantes respecto a esta dimensión. Los valores de curtosis, cercanos a 3 en todos los casos, indican que las distribuciones son mesocúrticas a ligeramente leptocúrticas, es decir, con una concentración moderada de respuestas cerca de la media y pocos valores extremos.

En cuanto a la asimetría, aprovisionamiento, comercialización y finanzas presentan valores positivos, lo que indica ligeras colas hacia la derecha y una mayor presencia de respuestas en niveles bajos o intermedios de la escala. Regulación, por su parte, muestra una asimetría prácticamente nula, lo que significa una distribución simétrica, acorde con su mayor consenso interno. Los valores de Jarque-Bera muestran que ninguna de las variables rechaza la hipótesis nula de normalidad, ya que todas presentan probabilidades mayores al 5%. Esta característica es importante porque respalda el tratamiento de los índices como aproximaciones continuas, lo cual es metodológicamente adecuado para su inclusión en un modelo de regresión MCO. Las sumas reflejan la agregación total de las puntuaciones

obtenidas en cada índice. Regulación nuevamente presenta el valor más alto, consistente con su mayor media, mientras que comercialización y finanzas registran puntajes totales más bajos.

Análisis econométrico

A continuación, en la tabla 6, se presentan los resultados del modelo econométrico analizado en relación al nivel de afectación en el volumen de ventas. Los resultados muestran que la variable comercialización es el factor que mayor impacto ejerce sobre la disminución del volumen de ventas, esto implica que las prácticas comerciales de las tiendas chinas —sus precios bajos, amplia variedad de productos, promociones y capacidad de atraer clientes sensibles al precio— constituyen el principal canal a través del cual los comercios locales perciben una afectación directa en sus ventas.

Tabla 6. Regresión de nivel de afectación en el volumen de ventas

Variable	Coefficiente	t-estadístico	Probabilidad
Constante	-0.7999	-1.971	0.053
Aprovisionamiento	0.2858	2.601	0.011
Comercialización y ventas	0.9497	6.856	0.000
Finanzas	0.0919	0.763	0.448
Cumplimiento legal y regulatorio	0.0546	0.465	0.643
R ²	0.790		
Durbin-Watson	2.215		
Prueba F	0.0000		

Fuente: Elaboración propia a partir de Econometric Views.

En un segundo nivel de influencia aparece la variable aprovisionamiento, esto indica que las dificultades de los negocios locales para abastecerse en condiciones competitivas, así como la presión ejercida por proveedores ante la presencia de mercancía china de bajo costo, también contribuyen de manera significativa a la caída del volumen de ventas. Por otra parte, las variables de finanzas y cumplimiento legal y regulatorio, aunque presentan coeficientes positivos, no resultan estadísticamente significativas dentro del modelo, lo que implica que, una vez controlados los efectos de comercialización y aprovisionamiento, estos factores no explican de manera independiente la disminución de ventas, lo cual es consistente con la alta correlación interna observada entre dimensiones.

En cuanto a los estadísticos globales del modelo, el coeficiente de determinación R² indica que las variables explicativas en conjunto logran explicar aproximadamente el 79% de la variación en la afectación del volumen de ventas, lo que representa un nivel muy elevado de ajuste para un estudio de corte perceptual. El estadístico Durbin-Watson no sugiere problemas de autocorrelación en los residuos, mientras que la prueba F confirma la significancia global del modelo, lo que valida la pertinencia de las variables incluidas. En conjunto, los resultados evidencian que la principal vía a través de la cual la presencia de tiendas chinas afecta al comercio local es el ámbito comercial, seguido por las condiciones de aprovisionamiento.

Los resultados del modelo muestran que, aunque se evaluaron simultáneamente las cuatro dimensiones únicamente aprovisionamiento y comercialización presentan efectos

estadísticamente significativos sobre la disminución del volumen de ventas. Las variables financieras y regulatorias no aportan un efecto independiente dentro del modelo, en parte debido a la multicolinealidad inherente a estudios donde las dimensiones suelen estar altamente correlacionadas. Por ello, siguiendo los criterios de parsimonia recomendados en la literatura econométrica, se estimó un modelo que retiene solo las variables significativas, tabla 7, lo que mejora la estabilidad de los coeficientes, reduce problemas de multicolinealidad y permite una interpretación más precisa del fenómeno analizado.

Tabla 7. Regresión de Modelo parsimonioso

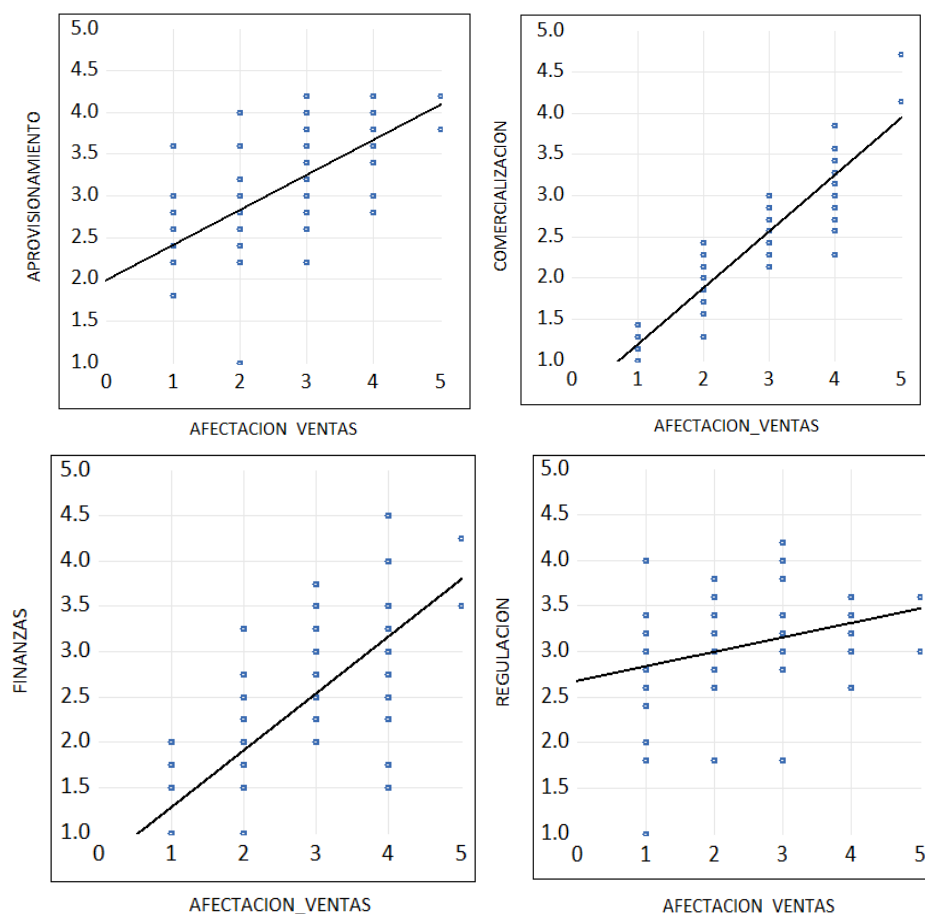
Variable	Coefficiente	t-estadístico	Probabilidad
Constante	-0.6677	-2.500	0.015
Aprovisionamiento	0.3002	2.786	0.007
Comercialización y ventas	1.0399	10.927	0.000
R ²	0.787		
Durbin-Watson	2.246		
Prueba F	0.0000		

Fuente: Elaboración propia a partir de Econometric Views.

Este enfoque mejora la estabilidad de los coeficientes, reduce los efectos de la multicolinealidad y permite una interpretación más precisa del fenómeno. En este estudio, el modelo parsimonioso retiene solo las variables comercialización y ventas y aprovisionamiento, que fueron las únicas con significancia estadística real sobre la afectación en ventas. A pesar de eliminar las dimensiones de finanzas y regulación, el modelo mantiene un R² prácticamente igual al del modelo completo (0.787 frente a 0.790), lo que confirma que dichas variables adicionales no aportan explicación adicional al comportamiento observado. Así, el modelo parsimonioso se establece como la especificación más adecuada y eficiente.

Por lo previamente comentado, se puede precisar que los dos modelos estimados confirman que la afectación comercial en Los Mochis se explica fundamentalmente por problemas de comercialización y ventas y por condiciones desfavorables en el aprovisionamiento. Estas dimensiones operan como los principales mecanismos mediante los cuales la expansión de las tiendas chinas reduce el volumen de ventas del comercio local. La evidencia empírica respalda la necesidad de fortalecer estrategias competitivas locales y revisar los mecanismos regulatorios y de supervisión comercial.

En la Figura 2 se muestran las relaciones bivariadas entre el nivel de afectación en el volumen de ventas y cada uno de los índices considerados en el modelo (aprovisionamiento, comercialización y ventas, finanzas y regulación). En todos los casos se observa una tendencia ascendente, lo que indica que, de manera general, a mayores niveles de percepción de afectación en cada dimensión, también se incrementa la afectación reportada en las ventas. Sin embargo, la intensidad y la claridad de esta relación difieren entre variables.

Figura 2. Relación entre el nivel de impacto con las variables consideradas en el modelo.

Fuente: Elaboración propia a partir de Econometric Views.

Visualmente, la comercialización y ventas presenta la asociación más definida con el nivel de afectación, con una nube de puntos más alineada a la tendencia creciente y menor dispersión relativa, lo que es consistente con los resultados econométricos que la identifican como el principal determinante de la disminución del volumen de ventas. En segundo término, el aprovisionamiento también muestra una relación positiva apreciable, aunque algo más dispersa, lo que coincide con su significancia estadística en los modelos estimados.

Por el contrario, las dimensiones de finanzas y regulación exhiben patrones más difusos: si bien mantienen una pendiente positiva en términos descriptivos, la dispersión de los puntos es mayor y la relación visual es menos nítida. Esta menor claridad en la asociación bivariada se refleja en los resultados econométricos, donde ninguna de estas dos variables resulta estadísticamente significativa una vez controlados los efectos de comercialización y aprovisionamiento. En conjunto, la Figura 2 sugiere que todas las dimensiones están relacionadas con la afectación percibida, pero confirma que los mecanismos más robustos y consistentes son, principalmente, los vinculados a la comercialización y, en segundo lugar, al aprovisionamiento.

Análisis de correlación de las variables

En la tabla 8 se presenta un análisis de correlación entre las variables integradas en el estudio. Se observa como el factor comercialización se encuentra fuertemente relacionada a las finanzas con un valor de 0.8166 revelando una alta complementariedad entre ambas. En un segundo escalón, la variable comercialización está muy ligada al aprovisionamiento con un valor de 0.7115. En tanto, el coeficiente de correlación entre las variables finanzas y aprovisionamiento es de 0.5817, lo que significa que estas variables se encuentran vinculadas. En contraste, el factor regulación registra valores que indican una asociación muy limitada con el resto de variables. Es importante mencionar que se realizaron diversas estimaciones entre las variables y los resultados presentados son los que registran mayor correlación entre ellas.

Tabla 8. Análisis de correlación entre las variables

Variables	Aprovisionamiento	Comercialización	Finanzas	Regulación
Aprovisionamiento	1.00000	0.71153	0.58176	0.17380
Comercialización	0.71153	1.00000	0.81666	0.24820
Finanzas	0.58176	0.81666	1.00000	0.31482
Regulación	0.17380	0.24820	0.31482	1.00000

Fuente: Elaboración propia a partir de Econometric Views.

Una vez realizado el análisis de estadística descriptiva y las estimaciones econométricas es importante precisar lo siguiente. Es indudable que las tiendas chinas han llegado a irrumpir en el mercado local desestabilizado a los comercios de la ciudad de Los Mochis. Ya que, de acuerdo a la percepción, de los empresarios cuestionados la proliferación de estas tiendas ha tenido una fuerte afectación en los volúmenes de ventas de los comercios locales, lo cual se ha traducido en menores ingresos y, en consecuencia, en una reducción en los márgenes de rentabilidad. Adicionalmente, el cierre de empresas y el aumento de desempleo se cuentan dentro de los aspectos que han propiciado la instalación de forma masiva de estas empresas chinas.

Y es que, las empresas asiáticas han aprovechado los vacíos legales, comerciales, tributarios y arancelarios en la relación comercial entre México y China para introducir mercancías con un precio muy inferior respecto a los que tienen las empresas mexicanas, con lo cual les resulta muy difícil poder competir. Por todo lo previamente expuesto en este trabajo de investigación, se puede inferir que la aparición de las tiendas chinas en el mercado mexicano ha reconfigurado la perspectiva comercial y económica del país lo cual manifiesta, por un lado, retos y desafíos competitivos a los que se están enfrentando las empresas mexicanas y, por otro lado, la necesidad de una respuesta comercial y estratégica del gobierno mexicano en pro de defender al comercio local.

5. Análisis y discusión de resultados.

Desde inicios del siglo XXI, el comercio entre México y China ha experimentado un crecimiento notable. Para 2019, los intercambios comerciales entre ambos países aumentaron a un ritmo superior al de los demás socios comerciales de México. Desde 2003, China se ha consolidado como el segundo socio comercial de México, caracterizándose por ciertos

aspectos distintivos: un comercio altamente concentrado en pocos capítulos del Sistema Armonizado, un déficit comercial creciente y una brecha tecnológica significativa.

Con la tendencia de crecimiento de China, podría superar a Estados Unidos, que actualmente lidera con un PIB anual de 24,179,772 millones de euros. Como resultado, el éxito de China como potencia exportadora y su creciente influencia en el mercado global han tenido un impacto negativo en el comercio exterior de países como México, cuyas exportaciones dependen en gran medida del mercado estadounidense.

Por su parte, la economía china ha venido demandando importaciones mexicanas concentradas en especial en bienes primarios. Este es el caso de productos como los minerales, el aluminio, el hierro y el acero, madera, pieles, sal, químicos, etc. Adicionalmente, también se aprecia la importación de algunos productos manufacturados, como automóviles, aparatos eléctricos y electrónicos, maquinaria y artículos de plástico. En ese sentido, es posible concluir que la forma en que se está conformando la estructura del comercio entre las dos economías deriva, por un lado, de la necesidad de la economía china de obtener mayores recursos primarios para expandir su base exportadora, y, por otro lado, de la necesidad de México de adquirir bienes de consumo e intermedios para expandir, asimismo, su producción orientada hacia las exportaciones.

Conclusiones

Antes de presentar las conclusiones es importante precisar algunas limitantes y futuras líneas de investigación. El estudio presenta limitaciones derivadas del uso de una muestra no probabilística y de información basada en percepciones empresariales, lo que restringe la generalización de los resultados y no permite identificar cambios a lo largo del tiempo. Sin embargo, estas limitaciones abren la oportunidad para futuras investigaciones que incorporen muestras más amplias y aleatorias, datos objetivos de ventas y estados financieros, así como enfoques longitudinales que analicen la evolución del fenómeno. Asimismo, se recomienda explorar estrategias de adaptación implementadas por los negocios locales y evaluar el impacto laboral, urbano y regulatorio asociado a la expansión de tiendas chinas.

El análisis evidencia que la expansión de las tiendas chinas en Los Mochis ha generado una afectación directa y significativa en el volumen de ventas del comercio local, configurando un entorno competitivo estructuralmente desfavorable para los negocios establecidos. Los resultados econométricos confirman que la disminución en ventas se explica principalmente a través de dos mecanismos: las estrategias de comercialización y ventas —caracterizadas por precios bajos, alta variedad y capacidad de atraer consumidores sensibles al precio— y, en segundo término, por las condiciones de aprovisionamiento, que limitan la capacidad de los comercios locales para ofrecer precios y surtido competitivos. Las dimensiones de finanzas y cumplimiento regulatorio, aunque relevantes en términos cualitativos, no mostraron efectos estadísticamente significativos una vez controladas las variables operativas centrales.

En términos estructurales, la evidencia sugiere que la competencia proveniente del comercio chino opera no solo como un fenómeno comercial, sino también como un reflejo de desequilibrios normativos y logísticos que favorecen de manera indirecta a establecimientos que importan mercancía a bajo costo. Esto implica la necesidad de reforzar la vigilancia regulatoria, promover mejores condiciones de abasto y fortalecer las capacidades competitivas del comercio local mediante estrategias de diferenciación, profesionalización operativa y modernización comercial. En conjunto, esta investigación aporta evidencia empírica novedosa



sobre los mecanismos mediante los cuales la competencia internacional a nivel local afecta la estructura comercial de una ciudad media mexicana, y abre camino para investigaciones más profundas sobre competitividad, regulación y comercio minorista en contextos de creciente presencia asiática.

Referencias

- Acosta, E., Aguilar, R. & Parra, L. (2024). El auge de las tiendas chinas en Sinaloa. *Adgnosis*, 13(14), e-819. <https://doi.org/10.21803/adgnosis.13.14.819>
- Banco de México. (2023). Informe anual de comercio exterior 2023. Banco de México.
- Calderón, R. (2020). Programas de devolución de impuestos y su impacto en la competitividad exportadora. *Revista Mexicana de Comercio Exterior*, 15(2), 75–89.
- Cámara de Diputados. (2006). Ley de Comercio Exterior. Diario Oficial de la Federación, 21 de diciembre de 2006. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/28.pdf>
- Cámara de Diputados. (2016). Ley del Impuesto Sobre Automóviles Nuevos. Diario Oficial de la Federación, 30 de noviembre de 2016. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/54.pdf>
- Cámara de Diputados. (2018). Ley Aduanera. Diario Oficial de la Federación, 25 de junio de 2018. https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12_250618.pdf
- Cámara de Diputados. (2019). Ley del Impuesto al Valor Agregado. Diario Oficial de la Federación, 9 de diciembre de 2019. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/77.pdf>
- Cámara de Diputados. (2019b). Ley Federal de Derechos. Diario Oficial de la Federación, 9 de diciembre de 2019. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/107.pdf>
- Cámara de Diputados. (2020). Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación. Diario Oficial de la Federación, 1 de junio de 2020. https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIGIE_010620.pdf
- Cámara Nacional de Comercio [CANACO]. (2024, 09 de septiembre). ‘Made in China’: ¿Qué productos chinos se compran más en México? <https://www.concanaco.com.mx/comercio/interesdecomercio/made-in-china-que-productos-chinos-se-compran-mas-en-mexico>
- Castañeda, E., & López, J. (2021). Fiscalidad y política regulatoria en México: análisis del IEPS como herramienta de política pública. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Congreso de la Unión. (2018). Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Aduanera. DOF, 25 de junio de 2018.
- Diario Oficial de la Federación [DOF]. (2019). Decreto por el que se reforman diversas disposiciones de la LIVA. DOF, 9 de diciembre de 2019.
- Diario Oficial de la Federación [DOF]. (2019b). Decreto por el que se reforman diversas disposiciones de la Ley del IEPS. DOF, 9 de diciembre de 2019.
- Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas [DENUE].(2024). <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Dussel-Peters, E. (2022). Capitalismo con características chinas. *Conceptos y desarrollo en la tercera década del siglo XXI. El trimestre económico*, 89(354), 467-489. <https://doi.org/10.20430/ete.v89i354.1500>
- Expansión (2023, 7 de febrero). Economía y datos de los países FMI. <https://datosmacro.expansion.com/paises/grupos/fmi>

- Forbes (2024, 19 de septiembre). China es el segundo socio comercial de México y representa el 20% de sus importaciones. <https://forbes.com.mx/china-es-el-segundo-socio-comercial-de-mexico-y-representa-el-20-de-sus-importaciones/>
- García, L., & Medina, J. (2022). Relaciones comerciales México–China: oportunidades agroalimentarias y desafíos sanitarios. *Anuario Latinoamericano de Economía Internacional*, 9(1), 50–64.
- García, P., & Sánchez, R. (2021). Política comercial mexicana y sus instrumentos jurídicos: un análisis contemporáneo. Instituto Mora.
- Gómez, E., Gómez, C. & González, J. (2020). Incidencia arancelaria en la maltrecha guerra comercial de Estados Unidos VS China: un acercamiento desde el análisis de escalona-miento multidimensional. *Panorama Económico*, 16(31), 197-214. <https://doi.org/10.29201/peipn.v16i31.30>
- Gómez, L., & Pérez, A. (2020). Fiscalidad del sector automotriz y sostenibilidad ambiental en México. Universidad de Guadalajara.
- González, J. (2020). Causas, evolución y perspectivas de la guerra comercial para China. *Análisis Económico*, 35(89), 91-116. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2020v35n89/Gonzalez>
- González, M. (2020). El marco normativo del comercio exterior mexicano: integración, retos y perspectivas. *Revista de Derecho Económico Internacional*, 7(2), 45–60.
- González, M., & Herrera, P. (2021). El papel del Acuerdo de Facilitación del Comercio en las relaciones México–China. *Revista Iberoamericana de Integración Económica*, 6(3), 34–48.
- Greene, W. (2002). *Econometric analysis*. Prentice Hall, 5ta Edición.
- Hernández Zermeno, M. C., & Enciso Manzo, J. L. (2024). China: retos y oportunidades en la relación comercial y de inversión con México. *Revista Mexicana De Política Exterior*, (128), 305-326. <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/2671>
- Hernández, S. (2022). Tendencias jurídicas del comercio internacional y digitalización fiscal en México. *Revista Jurídica Latinoamericana*, 5(1), 20–38.
- Hernández, V. (2021). Beneficios fiscales y programas de apoyo al comercio exterior en México. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Jenkins, R. (2009). The Latin American Case. En R. Jenkins & E. Dussel (Eds.), *China and Latin America. Economic relations in the twenty-first century*(pp. 21-63). Deutsches Institut für Entwicklungspolitik; unam. <https://dusselpeters.com/42.pdf>
- Jiménez, F., & Ruiz, M. (2021). Modernización aduanera y transformación digital del comercio exterior mexicano. *Revista Iberoamericana de Derecho Aduanero*, 9(3), 55–74.
- Ley Aduanera, (s.f.). [Artículo 80]. En Artículo 80 al 89 [Determinación y Pago de los Impuestos al ...]. México.
- Li, X., & Zhou, Y. (2020). Sino-Mexican cooperation in technology transfer and industrial investment. *Asian Economic Review*, 12(4), 88–104.
- Majca, M. (2024). Ordinary Least Squares. *Tecnología Novomatic Polonia*. https://www.researchgate.net/publication/384403324_Ordinary_Least_Squares
- Martínez, J. (2021). Derechos por servicios públicos y su impacto en el comercio exterior. *Revista de Administración Pública*, 56(2), 88–103.
- NOM 2015, RECUPERADO EN [https://www.gob.mx/salud/en/documentos/normas-oficiales-mexicanas-9705#:~:text=August%2020%2C%202015-,Las%20Normas%20Oficiales%20Mexicanas%20\(NOM\)%20son%20regulaciones%20t%C3%A9cnicas%20de%20observancia,las%20personas%20o%20da%C3%B1ar%20la](https://www.gob.mx/salud/en/documentos/normas-oficiales-mexicanas-9705#:~:text=August%2020%2C%202015-,Las%20Normas%20Oficiales%20Mexicanas%20(NOM)%20son%20regulaciones%20t%C3%A9cnicas%20de%20observancia,las%20personas%20o%20da%C3%B1ar%20la)



- Novales, A. (2010). *Análisis de Regresión*. Departamento de Economía Cuantitativa. <https://salazarvirtual.sistemaeducativosalazar.mx/assets/biblioteca/c8abb1a877b8c7b4ca-01c42709419b3a-518-2013-11-13-Analisis%20de%20Regresion.pdf>
- Organización Mundial de Aduanas [OMA]. (2021). *Séptima Enmienda del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías*. Bruselas: OMA.
- Organización Mundial del Comercio [OMC]. (2020). *Examen de las políticas comerciales de México*. OMC.
- Organización Mundial del Comercio [OMC]. (2021). *Trade Policy Review: Mexico and China*. OMC.
- Palacios, E. (2024, 9 de septiembre). *Comerciantes mazatlecos tiemblan ante la expansión de las tiendas chinas en Sinaloa*. *El Sol de Mazatlán*. <https://oem.com.mx/elsoldemazatlan/local/comerciantes-mazatlecos-tiemblan-ante-la-expansion-de-las-tiendas-chinas-en-sinaloa-13014517>
- Peters, S. (2010). *Riesgos y oportunidades de los mercados emergentes: Los casos de India y China*. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, (89-90), 127-148. <https://raco.cat/index.php/RevistaCIDOB/article/download-ad/191569/257478/>
- Ramirez, A. (2024, 28 de octubre). *México frente a China*. *Revista Liderazgo en Finanzas y Negocios*. <https://www.revista.imef.org.mx/articulo/mexico-frente-a-china/dus>
- Ruiz, C. (2019). *La política comercial mexicana frente al proteccionismo global*. *Anuario de Derecho Económico Internacional*, 15(1), 120–138.
- Secretaría de Economía. (2013). *México y China establecen una Asociación Estratégica Integral*. Comunicado oficial. <https://www.gob.mx/se>
- Secretaría de Economía. (2019). *Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI)*. <https://www.gob.mx/se>
- Secretaría de Economía. (2021). *Programa Draw Back: devolución de aranceles a exportadores*. <https://www.gob.mx/se>
- Secretaría de Economía. (2022). *Programas de Promoción Sectorial (PROSEC)*. <https://www.gob.mx/se>
- Secretaría de Economía. (2024a, 22 de julio). *Acerca de China*. Data México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/country/china-chn#:~:text=Intercambio%20Internacional%20Neto&text=En%20abril%202024%2C%20las%20ventas,comercial%20de%20%2DUS%249%2C676M>.
- Secretaría de Relaciones Exteriores [SRE]. (2019). *México y China fortalecen cooperación económica bilateral*. <https://www.gob.mx/sre>
- Secretaría de Relaciones Exteriores [SRE]. (2020). *Pilares de la Asociación Estratégica Integral México–China*. <https://www.gob.mx/sre>
- Serrano, A. (2020). *Fiscalidad digital en México: implicaciones de la reforma al IVA 2019*. *Revista Mexicana de Derecho Fiscal*, 12(4), 33–47.
- Servicio de Administración Tributaria [SAT]. (2021). *Empresas certificadas en materia de comercio exterior*. <https://www.sat.gob.mx>
- Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior [SNICE]. (2020). *Guía sobre la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación*. Secretaría de Economía.
- United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD]. (2020). *Mexico–China Bilateral Investment Treaty (BIT) Overview*. UNCTAD Investment Policy Hub.
- Villarreal, E. (2021). *Clasificación arancelaria y valoración aduanera en México: un enfoque técnico y jurídico*. *Revista Aduanas y Comercio Exterior*, 3(1), 65–84.