





**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS  
Y ARTES DE CHIAPAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
TECNOLOGIAS DIGITALES**

**TESIS**

**COMERCIO INFORMAL DE PRODUCTOS CHINOS  
Y SU IMPACTO EN LA ECONOMIA DE HUXTLA CHIAPAS.**

**PARA OBTENER EL GRADO DE:  
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**PRESENTA  
SOLANYI LEYJANI RAMOS OCAMPO**

**ASESOR DE TESIS  
LIC. MARCELA LOPEZ TRUJILLO**

**HUIXTLA, CHIAPAS**

**OCTUBRE DE 2023**



# UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS

SECRETARÍA GENERAL  
DIRECCIÓN DE SERVICIOS ESCOLARES  
DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN ESCOLAR  
AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Lugar: Huixtla, Chiapas  
Fecha: 6 de septiembre de 2023

C. Solanyi Leyjani Ramos Ocampo

Pasante del Programa Educativo de: Licenciatura en Comercio Exterior

Realizado el análisis y revisión correspondiente a su trabajo recepcional denominado:  
"Comercio informal de productos chinos y su impacto en la economía de Huixtla,  
Chiapas"

En la modalidad de: Tesis profesional

Nos permitimos hacer de su conocimiento que esta Comisión Revisora considera que dicho documento reúne los requisitos y méritos necesarios para que proceda a la impresión correspondiente, y de esta manera se encuentre en condiciones de proceder con el trámite que le permita sustentar su Examen Profesional.

ATENTAMENTE

### Revisores

Mtra. Marcela López Trujillo

Mtra. Andrea Zamora Leal

Mtra. Erika Salgado Lara

Firmas:

Ccp. Expediente



SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación está dedicado principalmente a Dios quien jamás me ha dejado sola y yo siempre lo he buscado a él. Me ha bendecido y dado la fuerza para sobrellevar todos los conflictos que han surgido durante mi desarrollo profesional.

A mis Padres por el ser que forjaron al hacerme una persona independiente, luchadora, responsable, educada, con carácter desde pequeña. porque me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. Ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades. También son los que me han brindado el soporte material y económico para poder concentrarme en los estudios y nunca abandonarlos.

Y sobre todo a mí misma, porque siempre he enfrentado todos los obstáculos que se han cruzado en mi vida y problemas familiares que a veces te hacen más fuerte de lo que te imaginas.

## **Agradecimientos**

Agradezco a mi Esposo por apoyarme incondicionalmente en todas mis decisiones, problemas, tareas y dudas; Se que juntos llegaremos al éxito y formaremos una hermosa familia, basada en el respeto mutuo, con amor y la ayuda de Dios.

Al igual agradezco a mis suegros por quererme como una hija, cobijarme, quererme y apoyarme en mi formación personal, así como profesional.

Por último, agradezco a la universidad que me ha exigido tanto, pero al mismo tiempo me ha permitido obtener mi tan ansiado título. Agradezco a cada directivo por su trabajo y por su gestión, sin lo cual no estarían las bases ni las condiciones para aprender conocimientos.

# Índice

Índice de tablas y gráficas .....	5
Introducción .....	6
Capítulo 1 Planteamiento del problema.....	10
1.1.Justificación .....	11
1.2 Objetivo general .....	12
1.2.1 Objetivos específicos .....	12
1.3 Hipótesis .....	12
Capítulo 2 Marco teórico .....	14
2.1 Antecedentes del municipio de Huixtla, Chiapas .....	14
2.2 Población de Huixtla.....	15
2.2.1 Población Económicamente Activa (PEA) .....	18
2.2.2 Población No Económicamente Activa ( PNEA).....	18
2.3 Economía de Huixtla.....	19
2.4 Sectores, Industria y Comercio .....	23
2.4.1 Ingenio de Huixtla SA de CV .....	23
2.5 Definición de comercio.....	26
2.6 Comercio formal.....	28
2.6.1 Importancia del comercio formal .....	28
2.7 Comercio informal .....	29
2.7.1 Características del comercio informal.....	30
2.7.2 Causas y consecuencias de la economía informal .....	30
2.7.3 Vendedores Ambulantes.....	31
2.7.4 Vendedor Itinerante .....	32
2.7.5 Lugar fijo.....	32
2.7.6 Asentamientos, Ferias y Mercados informales .....	33
2.7.7 Riesgos del Comercio Informal .....	33
2.7.8 Importancia del comercio informal .....	34
2.8 Relaciones económicas y comerciales .....	37
2.9 Indicadores económicos con el mundo .....	42
2.10 El comercio de China en Chiapas .....	44
Capítulo 3 Metodología.....	48
Capítulo 4 Presentación y análisis de resultados .....	54
Conclusiones.....	74
Anexos .....	77
Bibliografías .....	89

## **Índice de tablas y gráficas**

<b>Tabla 1 Asentamientos de la Ciudad de Huixtla Chiapas y sus componentes</b>	<b>11</b>
<b>Tabla 2 Comercio bilateral entre México y China</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 3 Principales importaciones Chinas de México y exportaciones de México a China</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 4 Principales importaciones y comercio intraindustrial provenientes de China</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 5 Economías más grandes del mundo</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 6 Socios comerciales de México con mayor superávit y déficit comercial</b>	<b>38</b>
<b>Gráfica 1 Unidades económicas</b>	<b>16</b>
<b>Gráfica 2 Empleados dependientes de la unidad económica</b>	<b>17</b>
<b>Gráfica 3 Ingreso total</b>	<b>17</b>
<b>Gráfica 4 Indicador de porcentaje de género</b>	<b>55</b>
<b>Gráfica 5 Índice de edad encuestada</b>	<b>56</b>
<b>Gráfica 6 Venta de productos chinos</b>	<b>57</b>
<b>Gráfica 7 Compra de productos chinos</b>	<b>58</b>
<b>Gráfica 8 Conocimiento acerca de locales dedicados a la venta de productos chinos</b>	<b>59</b>
<b>Gráfica 9 Negocios conocidos dedicados a la venta de productos chinos</b>	<b>60</b>
<b>Gráfica 10 Productos chinos adquiridos</b>	<b>61</b>
<b>Gráfica 11 Factores en la decisión de compra</b>	<b>62</b>
<b>Gráfica 12 Duración del producto chino</b>	<b>63</b>
<b>Gráfica 13 Afectación o beneficio en la economía</b>	<b>64</b>
<b>Gráfica 14 Locales de venta de productos chinos en existencia</b>	<b>65</b>
<b>Gráfica 15 Monto de gastos en la adquisición de productos chinos</b>	<b>66</b>

## **Introducción**

México cada vez se ha integrado más a la economía global, firmando acuerdos Comerciales con diferentes países, uniéndose a organizaciones como la Organización Mundial del Comercio y lo más importante, firmó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte con el cual se asoció con Estados Unidos y Canadá, que tiene como objetivo promover el comercio entre los países participantes sobre el principio de equidad, no discriminar.

Además, México ha fortalecido sus relaciones comerciales con otros países, China, por ejemplo, a el cual se le exporta materias primas como acero y productos electrónicos, Se importan productos básicos como ropa, juguetes, calzado, productos para el hogar, electrónicos entre otros. Ambos países son miembros del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico.

El posicionamiento de China como una de las cuatro principales economías del mundo ha sido un fenómeno sin precedentes para un país considerado en vías de desarrollo, pues líneas como el comercio global, el Producto Interno Bruto, la Inversión Extranjera Directa, la oferta y demanda de bienes y servicios y la mejora tecnológica en los procesos productivos, han mostrado un notable crecimiento.

El presente trabajo aborda el sector de importaciones de China a la ciudad de Huixtla, Chiapas , México , por el cual queremos medir el impacto que tiene la venta de dichos productos en la economía de Huixtla , Chiapas.

En el primer capítulo se redactan los puntos principales y la esencia de este trabajo como lo son la justificación del trabajo, el problema por el cual ha nacido la idea de redactar el trabajo , los objetivos , las hipótesis que tenemos en estos momentos de cuáles serían los resultados de nuestra investigación al igual que cual es la metodología que llevaremos a cabo para recaudar información que será el parteaguas de este trabajo.

En el segundo capítulo describe el marco teórico , lo cual engloba los antecedentes históricos de la ciudad donde se centra nuestra investigación (Huixtla) , su población , su economía y las industrias que existen en Huixtla ,de igual manera todo lo que debemos de saber del comercio informal , desde el concepto hasta su estructura , se observa cuales son y en que se basan las relaciones bilaterales entre México y China , de igual manera se redactan los indicadores

económicos con el mundo ,el comercio de china en Chiapas y los principales asentamientos el comercio Chino.

En el capítulo número tres se encuentra la metodología que se utilizó para llevar a cabo los resultados de esta investigación, así como las herramientas de recolección de datos y el tamaño de la muestra que se llevó a cabo.

El capítulo cuatro es la esencia de esta investigación ya que se basa en la presentación y análisis de resultados que resultaron gracias a las herramientas que se utilizaron para obtener estos datos.

Culminando este documento se plasman las conclusiones finales, resultados generales del desarrollo de los cuatro capítulos expuestos con anterioridad, con las que se espera comprobar o rechazar la hipótesis planteada , así mismo, se establece una serie de recomendaciones, que se espera sean una herramienta para el impulso en el comercio de Huixtla ,Chiapas.

## **Limitantes**

La falta de datos confiables fue un factor negativo al cual se enfrentó ya que limita el alcance del análisis de esta investigación, en donde se recurrió a una gran variedad de documentos municipales por vía internet en la cual no todas las fuentes eran confiables o verificadas, de igual manera se recurrió a la biblioteca del municipio para indagar sobre la economía de Huixtla, Chiapas de la cual se obtuvieron escasos resultados.

## **CAPÍTULO 1**

### **Planteamiento del problema**

“No estudio por saber más, sino por ignorar menos”

Sor Juana Ines De La Cruz

## **Capítulo 1 Planteamiento del problema**

El municipio de Huixtla se ha caracterizado por un crecimiento económico lento pero constante, de acuerdo al Índice de Ciudades Prósperas (CPI) el cual es una herramienta diseñada por El Programa de Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos ONU-Hábitat para entender, analizar, planificar, tomar acción y observar los efectos de las políticas públicas en el bienestar ciudadano.

Se contempla que uno de los sectores económicos con mayor ingreso en Huixtla es la agroindustria azucarera en donde podemos identificar al Ingenio de Huixtla SA de CV ubicado en la Zona Baja de Huixtla integrado por la Asociación de Cañeros propietarios y Ejidatarios del Soconusco con 376 productores y la Unión Local de productores de Caña de Azúcar CNC con 1,140 productores. El cual genera fuentes de empleo, ingresos monetarios a productores y flujo del comercio al municipio.

Gracias a datos encontrados en Data México se descubrió que los ingresos en la economía de Huixtla Chiapas dependen un 31.6% de la agroindustria azucarera y el 56% del comercio basado el 42.1% en la venta minorista y el 14.4% de la venta mayorista. Siendo el comercio minorista la actividad que más persiste en la informalidad y en la cual el 37,4% de los habitantes optan por dedicarse a este comercio debido a la falta de oportunidades, empleos mal remunerados, y rezago educativo.

Los comercios informales en Huixtla están enfocados en los negocios de venta minorista con variedad de productos tanto locales como de otro origen.

No se duda de la existencia de negocios dedicados a la venta de productos chinos en Huixtla, aunque no se tiene un número que refleje cuántos hay en existencia. Es aquí donde nuestra problemática radica en tener conocimiento certero de los negocios que se dedican a la venta de productos chinos, específicamente el sector geográfico en donde se concentran los negocios y cuantos hay en existencia dedicados a la venta de productos chinos así como averiguar si beneficia o perjudica tanto como consumidor al adquirir productos económicamente más accesibles tanto como vendedor al ver una oportunidad de negocio en la venta de estos productos y cómo consideran el impacto que tiene el comercio informal de la venta de productos chinos en el municipio de Huixtla, Chiapas.

## **1.1.Justificación**

La presente investigación se enfocará en el estudio del comercio informal dedicado a la venta de productos chinos y el impacto que tienen en la economía de Huixtla, Chiapas.

Al ser originarias de Huixtla, Chiapas se ha observado la evolución del comercio informal, basado tanto en negocios pequeños y medianos, en donde las necesidades de los comerciantes de nuestro municipio ven como una posibilidad de aumentar sus ingresos los productos que se encuentran en tendencia, como son en este momento los productos chinos por sus innovaciones, empaques, colores, creatividad y atracción para el comprador y que se pueden adquirir a un bajo costo.

Al ver este tipo de sucesos , se observa que no existe investigación alguna del tema en específico, se encontraron investigaciones sobre la importación de calzado y ropa de origen chino a México, pero ninguna que redacte todo tipo de productos chinos y mucho menos del Estado de Chiapas especialmente del municipio de Huixtla, por ello se examinó el redactar una investigación de este tema para beneficio de la bella ciudad de la piedra y los comerciantes de la localidad o habitantes que quieran emprender un negocio, y analizen las ventajas, desventajas y impacto que tendría al dedicarse al comercio informal de productos chinos.

## **1.2 Objetivo general**

Analizar las ventajas y desventajas del comercio informal de los productos chinos en la economía de Huixtla, Chiapas para así conocer cómo influyen en el comercio local.

### **1.2.1 Objetivos específicos**

- Identificar los sectores geográficos en donde se concentran los negocios dedicados a la venta de productos chinos, para poder contabilizar cuántos hay en existencia al llevar a cabo nuestra herramienta de observación.
- Comparar las respuestas obtenidas en base a las entrevistas y encuestas realizadas a consumidores de productos chinos y a los dueños de los negocios dedicados a la venta de estos productos, para así poder distinguir si son ventajas o desventajas para ellos el comercio informal de productos chinos.
- Exponer la información recabada sobre el comercio informal de los productos chinos mediante las herramientas utilizadas y así poder revelar el impacto que tienen en la economía de Huixtla.

## **1.3 Hipótesis**

Una hipótesis positiva que se tiene es que la venta de productos chinos es una ventaja para los consumidores y vendedores en Huixtla, es porque está teniendo un impacto positivo en su demanda y generando el aumento del comercio informal de la venta de productos chinos para mejorar la economía Huixtleca, ya que los comerciantes lo ven como una oportunidad de negocio , ya que se ha producido una fuerte expansión de la participación de productos manufacturados chinos en el mercado Mexicano y por lo mismo llegó al mercado Huixtleco.

La hipótesis negativa que se obtiene es que los productos chinos en el comercio nacional, las empresas y los países pueden volverse demasiado dependientes del mercado internacional, lo cual desplaza al producto de la región y/o Mexicano lo cual provoca que al estar consumiendo más el producto importado (manufacturado) por ser más barato, dejemos de consumir nuestros productos (tradicionales) hechos por Mexicanos con detalles únicos y no por máquinas en grandes cantidades.

## **CAPÍTULO 2**

### **Marco Teórico**

“La investigación se asemeja a los largos meses de gestación, y la solución del problema, al día del nacimiento. Investigar un problema es resolverlo”

Mao Tse Tung

## Capítulo 2 Marco teórico

### 2.1 Antecedentes del municipio de Huixtla, Chiapas

La ciudad de Huixtla se encuentra situada en las coordenadas entre los paralelos 14°57' y 15°18' de latitud norte; los meridianos 92°24' y 92°44' de longitud oeste; altitud entre 0 y 1 600 m .

Colinda al norte con los municipios de Villa Comaltitlán, Escuintla y Motozintla; al este con los municipios de Motozintla, Tuzantán y Huehuetán; al sur con los municipios de Huehuetán, Mazatán y el Océano Pacífico; al oeste con el Océano Pacífico, con los municipios de Acapetahua y Villa Comaltitlán (INEGI, 2010)

Huixtla chiapas se divide en doce localidades , de las cuales las más importantes son: El Ejido Huixtla, La Unión , Aquiles Serdán, Las Delicias, Tzinacal, Quince de Enero , Morelos, Caulotal , Efrain A. Gutierrez y Francisco I. Madero. (Garcia, 2005, Septiembre)

La fundación de Huixtla data del año 1486 aunque algunos escritores afirman que sus habitantes pudieron ser de origen maya del grupo de los mamea o de origen nahua.

Entre los poblados clasificados de origen mame se encuentra Tonalá, Escuintla, Acapetahua, Tuxtla Chico, Mazatán , Mapastepec y el poblado del Soconusco (Situado entre Acacoyagua , Acapetahua y Escuintla) , como podemos observar Huixtla es un poblado que no se incluye en este listado ; lo cual nos lleva a la conclusión que la cultura que tuvo mayor repercusión en Huixtla fue la nahua , los cuales hablan Náhuatl (Velasco Palacios ,1989).

Para comprender la importancia de este escrito , nos remontaremos a la historia del municipio y tomaremos en cuenta las ideas de la página oficial del gobierno municipal de Huixtla, enfocándonos en los textos centrados en la historia de este municipio.

Según los datos que investigara el maestro Alberto C. Culebro, a Huixtla se le ubica entre los años 900 a 1100 después de Cristo. Se considera que las primeras casas se ubican a las márgenes del río que en esa época tenía otro curso del que se tiene actualmente. Habla el

maestro de un kilómetro hacia adentro de donde se observaron túmulos de viejas construcciones de origen mame pero que tenía también la ascendencia maya.

El paso de los conquistadores españoles lo demuestran dos tinajas de bronce que eran envases de aceite y aceitunas que fueron descubiertas por el señor Porfirio Torres Romero en lo que hoy se conoce como la avenida Juárez No. 1, allá por el año de 1941. Otro dato que se ubica de la permanencia de algunos españoles no sólo en Huixtla sino en todo el Soconusco es un medallón de bronce con el escudo de Felipe VII el cual fue encontrado en el antiguo panteón de Huixtla que se tenía por los años 40 en donde actualmente se encuentra el auditorio municipal. También se cuenta que en 1930 sobre la misma calle Juárez se hallaron monedas extranjeras por donde se ubica la escuela Manuel Rea, así como objetos de cerámica.

Las primeras noticias de la historia de Huixtla se obtienen del fraile Alfonso Ponce de León, perteneciente a la orden dominica. En las memorias que este personaje de la historia dejó, relata su llegada al Soconusco en el año 1586 pues su destino era llegar a la ciudad real de Guatemala. En ese año, Alfonso Ponce señaló que Huixtla era ya una población “importante con menos de trescientos habitantes entre españoles, mestizos e indios, que como todo Soconusco es muy rica en cacao, tabaco y ganado”. Juan Pineda en 1594 escribe que el Soconusco se componía de varias poblaciones entre las que se encontraban Escuintla, Huehuetán, Tuzantán y Huixtla, teniendo como cabeza de municipio a Huehuetán. (1984).

## **2.2 Población de Huixtla**

La población es una palabra utilizada internacionalmente y por ende todo concepto derivado de ella es válido para cualquier país, según el INE (Instituto Nacional de Estadísticas) que es un organismo autónomo adscrito al Ministerio de Economía y Hacienda. En donde su tarea principal y de mayor tradición es la de elaborar estadísticas públicas, que son estudios oficiales sobre la situación y evolución de la población, la economía y la sociedad de España así como la única página oficial que define a la población como el conjunto de personas que habitan una determinada área geográfica. (Instituto Nacional de Estadísticas, 2002)

Asimismo se considera que la población es un recurso y factor importante para el crecimiento económico ya que las personas trabajan para producir bienes y servicios y a su vez, son los consumidores de esos bienes y servicios.

Huixtla conforma uno de los 125 municipios que dividen a Chiapas municipalmente. “Contando con Colonias, Rancherías, Barrios, Pueblos, Ejidos, Fraccionamientos , y Unidades habitacionales que generalizando componen lo que es 74 asentamientos en esta ciudad” (*Códigos Postales Huixtla, Chiapas / Colonias 2023, 2021*) En donde en la tabla 1. Se puede observar detalladamente estos asentamientos, con una división de 34 colonias, 16 rancherías, 7 barrios, 5 pueblos, 5 ejidos, 5 fraccionamientos y 2 unidades habitacionales y los nombres que los conforman.

**Tabla 1. Asentamientos de la Ciudad de Huixtla Chiapas y sus componentes.**

Colonias	Rancherías	Barrios	Pueblos	Ejidos	Fraccionamientos	Unidades habitacionales
2 de Octubre	Aquiles Serdán	El Carmen	Cantón Cinco de Marzo	15 de Enero	Bosques Residencial	El Ingenio
8 de Septiembre	Brasil	Esquipulas	Cantón Rancho Nuevo	Aztlán	Carlos Monte Mayor	Los Sauces
Altamira	Cantón Cahulotal	Guadalupe	Efraín A Gutierrez	El Arenal	La Arbolada	
Bellavista	Cantón el Cedral	San Francisco	Francisco I Madero	Nueva América	Mi Granja	
Buenos Aires	Cantón Playa grande	San José	José Maria Morelos	Santa Rita Coronado	Yaxchilan	
Cañaveral	Esquipulas	San Pedro				
Cantón las Delicias	Estrella Roja	Santa Cruz				
Cantón San Juan Panamá	La Unión					
Carlos Martínez	Las lechugas 2					
El Progreso	Libertad Piedra Canoa					
El Recreo	Los Alpes					
El Relicario	Montecristo					
Flor de Mayo	Montecristo Playa Grande					
Hortensias I	Nuevo Montecristo					
<b>Huixtla Centro</b>	Nuevo Tesoro					
Jardines de Chapultepec	Tzinacal Buenos Aires					
Jardines de Huixtla						

Jiquilpan						
La Florida						
La Piedra						
Las Hortensias II						
Las Mercedes						
Las Morenas						
Obrera						
Obrera el Ingenio						
Revolucionaria						
San Fernando						
San José el Cusco						
San Vicente						
Subter						
Tarral						
Torrecillas						
Vida Mejor						
Villa de las Flores						

Según los datos más recientes encontrados del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) en 2020, Huixtla ocupaba el lugar 20 a nivel estado por su número de habitantes el cual consta de 53,242 habitantes en el municipio que representa el 10% de la población estatal. (INEGI, 2020)

Constatando la información del INEGI, en el sitio web Data México nos habla de una población total en Huixtla de 53,242 habitantes en 2020 especificando la población femenina constituida por 27,163 personas y la población masculina 26,079 personas siendo el 51% mujeres y el 49% hombres del 100% total de la población, englobando generalmente niños, jóvenes y adultos.

Específicamente y cabe recalcar que en Huixtla Centro viven aproximadamente 2,850 personas en 798 casas. Esto tomando en cuenta que nos centramos en esa población ya que ahí se encuentran ubicados los comercios informales.

Si comparamos al año 2010 donde la población total del municipio era de 51,359 habitantes nos daremos cuenta que la población creció un 3.67%. (Gobierno de México, 2018) Específicamente en Huixtla Centro viven aproximadamente 2,850 personas en 798 casas.

### **2.2.1 Población Económicamente Activa (PEA)**

Este tipo de población se basa en aquellas personas que realizan o buscan algún tipo de actividad integrada al mercado laboral para la búsqueda de ingresos económicos.

En el municipio de Huixtla se habla de un 59.2% de Población Económicamente Activa , en temas numéricos es decir 31,519.264 personas de los cuales lo conforman 19,289.7896 hombres y 12,229.4744 mujeres en un rango de edad entre los 12 años y más; de acuerdo con las gráficas y estadísticas recolectadas del Panorama Sociodemográfico de Chiapas 2020 por el INEGI. (*Panorama Sociodemográfico De Chiapas ,2020*)

### **2.2.2 Población No Económicamente Activa ( PNEA)**

Nuestra perspectiva hacia esta población es lo contrario a la PEA, ya que consideramos se trata de un tipo de personas que no se dedican o no están involucradas en el mercado laboral ya sea por la edad u otros factores.

Según información proporcionada por el INEGI los otros factores influyentes pueden consistir en que sean estudiantes, personas dedicadas al hogar, pensionados o jubilados, personas con alguna limitación física o mental que les impide trabajar, y personas en otras actividades no económicas. Esta población está conformada por 20,817.622 personas lo que representa el 39.1% de la población total en Huixtla.

Al igual que se pudo observar que el porcentaje restante entre la PEA y PNEA es del 1.7% de la población la cual se denomina con condición de actividad no específica. (*Panorama Sociodemográfico De Chiapas ,2020*)

### **2.3 Economía de Huixtla**

Al hablar de economía no solo nos referimos a riquezas, bienes, escasez, miseria entre otros sinónimos que puede adoptar en un municipio, más allá de eso debemos tener muy claro su concepto de acuerdo con el INEGI se trata de el conjunto de acciones realizadas por una unidad económica con el propósito de producir o proporcionar bienes y servicios que se intercambian por dinero u otros bienes o servicios. (INEGI, 2020)

Escudriñando acerca de la economía Huixtleca , encontramos relevante y es importante hacer mención el papel que juega La Inversión Extranjera Directa (IED) para la economía en Chiapas, la cual tiene como propósito crear un interés duradero y con fines económicos o empresariales a largo plazo por parte de un inversionista extranjero en el país receptor. En donde la Secretaría de Economía la cual es responsable de formular y conducir las políticas de industria, comercio exterior, interior, abasto y precios del país, en su página oficial hace mención sobre este tema y nos dice:

Es un importante catalizador para el desarrollo, ya que tiene el potencial de generar empleo, incrementar el ahorro y la captación de divisas, estimular la competencia, incentivar la transferencia de nuevas tecnologías e impulsar las exportaciones. Todo ello incidiendo positivamente en el ambiente productivo y competitivo de un país. (Secretaría de economía, 2023)

En Chiapas se localiza el nodo logístico más importante del sur de México para el intercambio comercial con la costa oeste de Estados Unidos, Asia Pacífico, Centro y Suramérica, terminal marítima denominada Puerto Chiapas, uno de los 16 puertos de altura de México, el cual ha incrementado más de 11 veces su manejo de carga general en los últimos 9 años, al pasar de 44 mil toneladas anuales en 2011 a 524 mil toneladas en 2019, consolidándose como un polo de desarrollo regional. Contando con una inversión extranjera directa de 256 millones de dólares en 2019. (Secretaría de Economía y del Trabajo, 2022)

Desde enero de 1999 a diciembre de 2022, Chiapas acumula un total de US\$3,478M en IED, distribuidos en nuevas inversiones (US\$1,557M), reinversión de utilidades (US\$1,536M) y cuentas entre compañías (US\$385M). Los países que más han aportado a la IED son Estados Unidos (US\$1,862M), España (UTM) y Suiza (US\$197M). (Secretaría de Economía y del Trabajo, 2022)

De acuerdo a lo anterior cabe mencionar como el principal país inversor en Chiapas a Estados Unidos de América, el cual hablando nacionalmente desde enero de 1999 a septiembre de 2019 ha sido el principal inversionista en México 268,632.2 millones de dólares (mdd), lo que representa el 47.2% de la IED acumulada de ese periodo.

En donde los 32 estados que conforman nuestro país mexicano han sido todos beneficiados por estas inversiones extranjeras la cual en 2019 se basaba de una inversión de US\$268,632 donde los 5 estados más benefactores fueron Ciudad de México, Nuevo León, Estado de México, Chihuahua, y Baja California ocupando el 56% de la inversión total. Asimismo en 2019 Chiapas ocupaba el lugar 26 de inversión extranjera directa Estadounidense con un aproximado de US\$162.7M. (Secretaría de economía, 2019)

En el año 2022 hablando generalmente los principales países de origen de la IED en Chiapas fueron Estados Unidos (US\$154M), Canadá (US\$24.7M) y España (US\$10.6M). (Secretaría de economía, 2023)

Específicamente en el periodo Enero - Septiembre 2022 la inversión extranjera directa fue de 239.7 millones de dólares en este Estado ocupando el 0.7% de la inversión total y el lugar 23 de los 32 estados en México con IED , en donde la inversión en este año nos da una desventaja de 16.3 millones de dólares menos comparados con el 2019. Finalmente obteniendo un acumulado desde 1999 hasta 2022 de (US 3,478.3M) del total de IED en México de (US 671,139.6M) ocupando así el 0.5% del 100% de la inversión y siendo nombrado el estado con el lugar número 31 en México. (Senado de México, 2023)

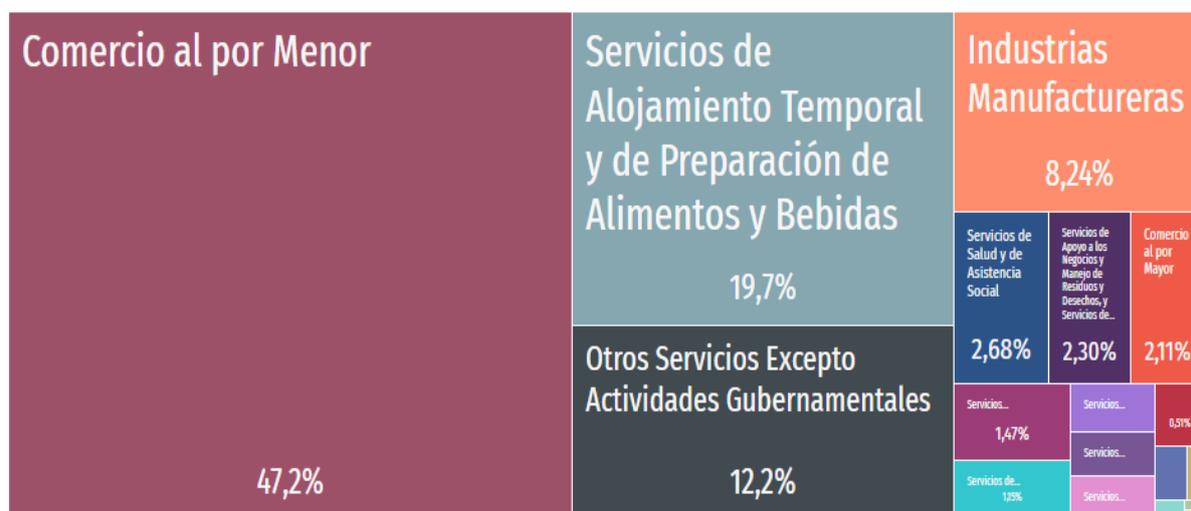
Como bien se sabe el comercio es una actividad económica importante y esencial en todos los países, estados, regiones y municipios siendo el principal motor de crecimiento para estos, permitiendo a la sociedad mayor desarrollo y nivel de vida , con los recursos generados y la obtención de empleos, emprendimientos e inversiones. Según estimaciones de Market Data México en Huixtla específicamente Huixtla Centro tiene un output es decir productos, servicios

e ingresos que se generan en el marco de una economía estimado en MXN \$1,500 millones anuales, de los cuales MXN \$150 millones corresponde a ingresos generados por los hogares y unos MXN \$1,400 millones a ingresos de los 1,476 establecimientos que allí operan. Huixtla Centro es una colonia del municipio Huixtla la cual abarca un área cercana a 44 hectáreas concentrando aquí la parte más importante del comercio de Huixtla, contando en estas magnitudes con unidades económicas como son los Supermercados, tiendas comerciales, abastecedoras, abarrotes ,entre otros establecimientos que conforman como ya antes mencionado los 1,476 establecimientos, con un personal ocupado estimado en 10,000 personas.

Recalcando que la principal actividad que se desarrolla en Huixtla Centro es Comercio minorista. En donde se ubica el Mercado Miguel Hidalgo siendo una parte importante del municipio gracias al posible intercambio de bienes y servicios de vendedores locatarios y ambulantes que ofrecen sus productos y servicios a cambio de dinero a los compradores.

Así como la existencia del Honorable ayuntamiento del municipio de Huixtla , que junto a otras dos organizaciones emplean unas 258 personas.

Gráfica 1. Unidades economicas



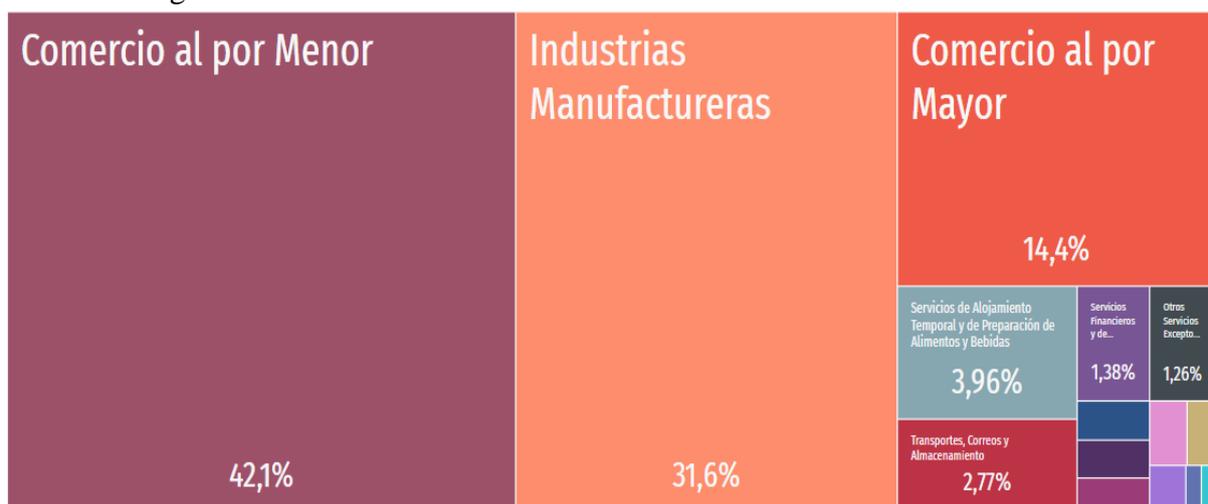
Segun datos estadisticos de la página del Gobierno de México “Data México” del año 2019 podemos observar que los indicadores económicos, los sectores económicos que concentran más unidades económicas en Huixtla fueron Comercio al por Menor (1,476 unidades), Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (616 unidades) y Otros Servicios Excepto Actividades Gubernamentales (382 unidades).

Gráfica 2. Empleados dependientes de la unidad económica



Según datos del Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron más empleados dependientes de la unidad económica en Huixtla fueron Comercio al por Menor (2,754 empleados), Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (1,298 empleados) y Industrias Manufactureras (1,098 empleados).

Gráfica 3. Ingreso total



Según datos del Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentran mayores ingresos totales en Huixtla fueron Comercio al por Menor (\$1,815M MX), Industrias Manufactureras (\$1,364M MX) y Comercio al por Mayor (\$621M MX).

## **2.4 Sectores, Industria y Comercio**

Los sectores son divisiones dentro de una economía o de un mercado que resultan útiles para analizar el rendimiento o comparar empresas con otras con una producción y características similares. En la economía los sectores económicos son la división de la actividad económica de un Estado o territorio en los sectores primario, secundario, terciario, cuaternarios y quinario .

Desde la perspectiva del blog Estado Soconusco y las distintas áreas de la economía en Huixtla se desarrollan tres sectores preponderantes tal es considerado el primario, secundario y terciario según la fase de producción en la que se encuentra el sector.

En el sector primario se realizan actividades agropecuarias siendo el caso de la agricultura (Se produce influyentemente café, cacao, plátano, caña de azúcar, entre otros derivados de la región), ganadería ( se cría ganado bovino, porcino y aves de corral) o pecuario ( Influye importantemente la apicultura dado que se produce alrededor de 21,000 toneladas anuales de miel).

Asimismo el sector secundario está basado en la industria de la transformación, en este caso de la caña de azúcar en azúcar, siendo el ingenio azucarero una de las unidades económicas más importantes en Huixtla. (BECERRA, n.d.)

### **2.4.1 Ingenio de Huixtla SA de CV**

Es una unidad económica registrada desde 2010-07 que se dedica a la actividad económica Elaboración de azúcar de caña clasificada por (SCIAN) 311311.

El ingenio Huixtla fue fundado en el año 1975 y está ubicado en la región central de la costa suroriental del estado de Chiapas conocida como El Soconusco, en el límite de la Sierra Madre y la Llanura Costera del Pacífico. (Falcón & Sandoval García, Enero 2015, )

El ingenio azucarero de Huixtla fue construido por el gobierno federal, e inaugurado con su primera zafra hace ya 48 años desde entonces ha sido la única empresa que ha sostenido al desarrollo económico no sólo de la ciudad de Huixtla sino de toda la región conocido de anteriormente por siglas USA Originalmente fue llamado Dr. Belisario Domínguez aunque actualmente al ser vendido a la inversión privada es propiedad del Grupo Porres encabeza el

empresario español Othon Torres Bueno. Por lo que lleva el mismo número años de producir azúcar a partir de la siembra, cosecha y zafra de la vara endulzante misma que en la actualidad se produce en siete municipios de la costa de Chiapas: Acapetahua, Villa Comaltitlán, Tuzantán, Huehuetán, Mazatán, Tapachula y Huixtla. Durante su producción alcanza a procesar 1 millón 290 mil 420 toneladas de caña, mismas que obtienen 131 081 toneladas de azúcar. En donde el periodico más relevante y conocido en Chiapas Diario del sur en su sitio web nos menciona:

Desde el desplome de los precios internacionales del café, es la principal fuente de ingresos para la población y sostiene la economía regional en todos esos municipios, pues a pesar de que la cosecha se realiza en seis meses, durante todo el año hay labores de cuidados, limpieza, constante fertilización y fumigación de las plantas. (Soto, 2019)

En 1978 por decreto del entonces presidente de la república José Luis portillo se crea esta industria que empezó a ser administrada por la que fue conocida como Comisión Nacional de la Industria Azucarera en donde en este proyecto de inversión se manejó buscar el desarrollo económico de los ejidatarios y sus familias y el segundo tener por esto un beneficio social.

En ese mismo año comenzó su construcción hasta en 1980 en donde después iniciaron con las cifras de prueba y la primera se dio en 1982 .

Posteriormente el gobierno federal ordenó la creación de albergues que se ubicarían a la salida de Huixtla y en las colonias delicias en donde se alojaban los cortadores.

Contando con su permiso correspondiente para generar su energía independiente resolución la comisión reguladora de Energía el 21 de octubre de 1997. (Narváez, 2008)

Haciendo mención el Grupo Porres en la historia de su empresa algo que marcó otro inicio en la empresa:

Durante el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari, en el mes de abril de 1988 se inicia la privatización parcial de los Ingenios, siendo en Mayo de 1990 cuando se decide la privatización total de ellos, agrupándolos en paquetes por su situación financiera. El paquete formado por: Ingenio de Huixtla, S.A. de C.V. ubicado en el Municipio de Huixtla en el Estado de Chiapas, Ingenio Santa Clara S.A. de C.V., ubicado en la localidad de Santa Clara de Valladares, Municipio de Tecombo e Ingenio San Sebastián S.A. de C.V., ubicado en la localidad de San Sebastián Municipio de Los Reyes de Salgado, ambos en el estado de Michoacán, fue adquirido por el Grupo Porres

ingresando así al sector Agroindustrial cañero – azucarero en México. En 1994 se crea la primera empresa agrícola “Fomento Azucarero S.P.R. de R.L. de C.V.” ubicada en Chiapas, relacionada con el cultivo, cosecha y transporte de caña de azúcar, cuya finalidad es el suministro de caña de azúcar al ingenio para complementar su abastecimiento. En el 2002 Grupo Porres declara el cierre del Ingenio San Sebastián S.A. de C.V. derivado de la disminución de Caña de Azúcar en la región por la penetración de nuevos cultivos, afectando la capacidad instalada de producción del Ingenio. En el 2005 se constituye la segunda empresa agrícola del Grupo Porres denominada “Cañaverales Mexicanos S.P.R. de R.L. de C.V. ubicada en Tepalcatepec, Michoacán. En el año 2009 se privatiza el Ingenio San Pedro ubicado en el Municipio de Lerdo de Tejada en el estado de Veracruz, el cual es adquirido por el Grupo Porres en la licitación pública promovida por el Servicio de Administración y Enajenación de Bienes (SAE), y en el 2011 se crea la tercer empresa agrícola “Excelencia Cañera S. P. R. de R.L. de C.V. ubicada en Veracruz para garantizar el suministro de caña al Ingenio. (Grupo Porres, 2016)

Finalmente es importante recalcar que es el motor de la economía regional la agroindustria azucarera en especial a Huixtla ya que los beneficios que traen al municipio son enormes, generando productividad a los comerciantes, derivado a que las personas que proceden de otras colonias del municipio sean productores, ejidatarios y familias que vienen a cobrar o por asuntos derivados de esta industria, de una u otra manera compran abarrotes, gastan en comidas, utilizan los medios de transporte.

De ahí que en Huixtla cuenta con el mayor número de instituciones bancarias en toda la costa, solamente superada por la llamada capital económica de Chiapas, que es Tapachula. Contándose con Banamex, Bancomer, Banorte, Banco Azteca, BanCoppel y Scotiant Inverlat. (Narváez, 2008)

Asimismo también se debe tener noción que en la zona alrededor de Huixtla se destaca por la belleza de sus plantaciones de palma africana, lo cual aporta beneficios a los productores y agricultores que se dedican a cultivarlo en este municipio. Ya que esta planta se desarrolla en cuatro entidades nacionalmente ; en donde en el pacifico sur se encuentra Chiapas aportando el 57.3% de la producción nacional y los demás estados como Veracruz, Tabasco y Campeche representan el % restante. (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, 2018)

Otorgando a Chiapas el primer lugar en el ámbito nacional por su producción.

En Huixtla a pesar de contar con sembradíos de esta palma, es más conocido específicamente por su alto impacto en la economía y su establecimiento del Ingenio Azucarero en Huixtla la caña de azúcar, pero no hay que menospreciar los ingresos de la palma africana, y el establecimiento en la región soconusco específicamente Villa Comaltitlán municipio vecino de Huixtla, de la procesadora de palma de aceite Zitihualt Spr de Ri.

Finalmente en el sector terciario se emplean actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad.

En donde específicamente la principal actividad que se desarrolla en Huixtla Centro es el Comercio minorista, en donde los datos del Censo Económico 2019 establece que en Huixtla se concentran establecimientos que se derivan desde una pequeña tienda hasta una gran fábrica en un lugar de manera fija, semifija, vivienda o puestos móviles en donde se realizan producción y/o comercialización de bienes y/o servicios, a las cuales se les puede denominar como unidades económicas.

Aquí se estima en el Comercio al por Menor (1,476 unidades), Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (616 unidades) y Otros Servicios Excepto Actividades Gubernamentales (382 unidades). (Data México, 2022)

## **2.5 Definición de comercio**

Según la Real Academia Española , comercio se define como “ la compraventa o intercambio de bienes o servicios”(23.<sup>a</sup> edición ,2014) es la actividad económica en la que se comercializan productos entre personas , organizaciones y/o naciones.

El comercio es la actividad socioeconómica que consiste en el intercambio de bienes y servicios a través de la compra y venta mediante un elemento importante (dinero) satisfaciendo las necesidades del consumidor.

Aún existiendo diferentes definiciones del comercio el enfoque es el mismo, aunque para El Grupo Banco Mundial (GBM) más que un intercambio de bienes y servicios es un motor de

crecimiento que ayuda a la generación de empleos, reducción de pobreza y aumento de las oportunidades económicas. En donde las investigaciones recientes del GBM muestran

La liberalización del comercio promueve el crecimiento económico en un promedio de 1 a 1,5 puntos porcentuales, lo que da lugar a un aumento de entre el 10 % y el 20 % de los ingresos después de una década. El comercio ha impulsado los ingresos en un 24 % a nivel mundial desde 1990, y en un 50 % en el caso del 40 % más pobre de la población. En consecuencia, desde 1990, más de 1000 millones de personas han salido de la pobreza gracias al crecimiento económico generado por mejores prácticas comerciales. (*Comercio*, 2023)

Asimismo cabe recalcar que es una de las actividades humanas más antiguas y fundamentales para el establecimiento de las primeras economías ,iniciando como un sistema de trueque en el que se intercambiaba un bien por un bien o un bien por servicio y de diferente manera; específicamente se intercambiaba el excedente de mercancías como herramientas de sílex (Material lítico por excelencia), lanzas, zapatos, collares, alimentos o semillas (Maíz , frijol, entre otros existentes en esa época) y animales por las poblaciones vecinas aunque algunas sociedades primitivas utilizaban conchas o perlas como monedas.

Hoy en día el comercio ha evolucionado con el desarrollo de las monedas de metales (Oro y plata) ya que tenían un valor estandarizado en todos lados haciendo el comercio entre los países posibles y un negocio que era una pequeña empresa en la que los comerciantes vendían artículos a los residentes locales o a otros negocios diera lugar al surgimiento de grandes corporaciones logrando el establecimiento de cadenas de tiendas y grandes almacenes. Dándose el comercio en diferentes escalas, dentro y fuera de las fronteras de los países y haciendo llegar los más diversos productos a sus posibles consumidores. (Rodríguez y López, 2022)

Es así como se da la existencia de diferentes tipos de comercios a partir del volumen de mercancías y formas de venta:

Comercio mayorista. También llamado “al por mayor” o “al mayor”, es un tipo de compra-venta de mercancía en la que se manejan grandes volúmenes de mercancía a precio reducido, generalmente destinada a revendedores que luego procederán al comercio minorista, obteniendo así una ganancia.

Comercio minorista. También llamado “al por menor”, o “al menor”, es por el contrario la compra-venta de mercancía a pequeña escala, generalmente hecha directamente al consumidor final. (Rodríguez y López, 2022)

## **2.6 Comercio formal**

El comercio formal es aquel que se rige bajo las normas del país en donde se efectúa, por lo cual se ampara en los estatutos legales vigentes. Requiere reglas muy claras y justas para desarrollar su actividad, garantizando los productos que se ofrecen al consumidor. (I&N, 2021)

De acuerdo con lo redactado en el artículo número 4 del código de comercio de la Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, las personas que tengan o no un establecimiento fijo, que haga alguna operación fija, estarán sujetos por las leyes mercantiles, básicamente todos los que tienen planteados almacén o tienda en alguna población para el expendio de los frutos de su finca, o de los productos ya elaborados de su industria, o trabajo, sin hacerles alteración al expenderlos, serán considerados comerciantes en cuanto concierne a sus almacenes o tiendas. (Diciembre, 1889)

Diferenciar las actividades formales e informales en la economía puede ser de utilidad, pero el establecer una división estricta entre ellas resulta sin lugar a duda inconveniente, ya que una se sostiene de la otra, se complementan y una es consecuencia de la otra. Es decir, el comercio informal se sostiene del comercio formal, ambos se complementan y la informalidad es consecuencia de la formalidad.

### **2.6.1 Importancia del comercio formal**

Como sabemos, el mercado formal es beneficioso ya que favorece al país aportando con la recaudación de impuestos que sirven para financiar obras del Estado a favor de la población, traducándose en mejor servicio de salud pública, educación, infraestructura y comercio.

El comercio formal se entiende como todas aquellas empresas establecidas en un local con una superficie de hasta 200 m<sup>2</sup> en promedio, con un domicilio fijo y plenamente identificado y que atienden todas sus obligaciones fiscales, laborales y legales. (Chavarría Puga y Chavarría Santibañez, 2013)

## 2.7 Comercio informal

Al hablar del comercio debemos entender el contexto de la informalidad la cual surge con la evasión de cargos, normas, servicios y leyes que el Estado pueda proporcionar. Lo cual existe de manera conjunta gracias a las empresas, trabajadores y actividades que van fuera de lo legal o formal.

Consigno a lo anterior se adopta una economía informal o llámese de igual manera economía irregular la cual es la actividad económica, flujos de dinero, riquezas ,etc. que es invisible al Estado por razones de evasión fiscal o de controles administrativos . Pero para tener una economía es necesario tener las fuentes para lograrlo como es el comercio, en este caso el comercio informal.

Más que una actividad económica al hablar de este concepto nos referimos a una de las vías que permite generar ingresos a familias de recursos económicos mínimos con la venta de mercancías, laborando por su propia cuenta en micro negocios comerciales aunque a veces de forma ilegal. Se necesita de mucho ingenio y creatividad por parte del comerciante para ofrecer los bienes o servicios, se debe tener en cuenta que la mayoría de los que practican el comercio informal, muchas veces solo poseen su carisma y originalidad para convencer al comprador de adquirir sus servicios.

La Organización Internacional del Trabajo OIT (2013) la cual es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales menciona:

El concepto de comercio informal nació como resultado de una serie de estudios sobre el mercado laboral urbano en África, por Keith Hart el antropólogo económico que acuñó el término, la consideró como una forma de expresar la brecha entre la experiencia en esa región y todo lo que había aprendido hasta ese momento en Inglaterra. Según él, era evidente que las observaciones empíricas sobre el espíritu empresarial popular en Accra y otras capitales africanas no tenían nada en común con los conocimientos adquiridos a través del discurso occidental sobre el desarrollo económico. (Esquivel García , 2019)

Al hablar de Comercio informal; según la Ley de Fomento del Comercio Informal en el Senado de la República es aquel comercio en el cual las personas laboran por su cuenta en micro negocios comerciales que operan en la vía pública, y de manera

irregular ya que no cuentan con los permisos o procesos fiscales requeridos por las autoridades para ejercer su actividad.

Para entender el universo de lo que denominamos comercio informal, intentaremos una descripción previa de las modalidades que típicamente lo representan (vendedores, asentamientos, ferias y mercados).

### **2.7.1 Características del comercio informal**

Es la organización Internacional del Trabajo (OIT) quien propuso denominar a este fenómeno “economía informal” donde el principal problema es el mercado laboral que se convierte de baja calidad al momento de adentrarse en el trabajo por cuenta propia en actividades que se denominan de supervivencia, con ingresos que son insuficientes y una productividad muy escasa o nula, trabajando con tecnologías bastante simples, con bajo requerimiento de capital y calificación para operar y sin protección por parte de la ley quedando expuestos ante cualquier situación de peligro y colocando de la misma manera en esa situación a la economía donde se desarrollen este tipo de actividades.

Los bajos ingresos que les reporta la informalidad les impide mejorar su nivel de vida, haciéndolos improductivos por no acceder a más y mejor preparación académica; por lo tanto, la posibilidad de acceder a actividades más calificadas y remuneradas, que les permitiría mejorar su nivel de vida, se torna complicado.

La economía informal de subsistencia sumerge a sus “practicantes” en un círculo vicioso del que difícilmente pueden salir (Ramales, 2005).

Se considera que gran parte del trabajo informal lo constituye el trabajo familiar realizado en el propio domicilio o en locales rudimentarios; también el trabajo informal aprovecha calles y plazas, así como la infraestructura eléctrica para la venta del producto de su trabajo o de bienes y servicios (Gómez, 2012)

### **2.7.2 Causas y consecuencias de la economía informal**

El constante crecimiento de la economía informal genera un desgaste del potencial de producción de la sociedad, además de la elevación de los impuestos para los trabajadores y empresas del sector formal, así como la omisión de la población dedicada a estas actividades

de los sistemas de seguridad social; convirtiéndose en unos de los retos más importantes a resolver para el desarrollo económico y social de nuestro país.

En distintos estudios se han determinado como causas de la informalidad, el exceso de regulaciones y trámites, inadecuada fiscalización, migración rural-urbana, desigualdad de ingresos y de oportunidades, y las malas políticas económicas asumidas e implementadas relacionadas al despido masivo de trabajadores. Para el caso de nuestro país, uno de los mayores problemas que genera la informalidad es la baja recaudación fiscal que se obtiene derivada de la evasión fiscal por existir impuestos que tienen mayor peso que otros.

Al existir una carga elevada de impuestos se hace complicado el poder cumplir con las obligaciones fiscales debido a que al realizar un tipo de trabajo se espera obtener utilidades tanto como empresa o persona física y seguir operando en el mercado, es por eso que deciden evadir impuestos y caen en la ilegalidad.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) México tiene uno de los niveles más bajos de recaudación de impuestos; sólo se recauda el 30% de lo que se podría captar.

A través del Programa de Promoción de la Formalización en América Latina y el Caribe (Forlac 2014) se muestra que México tiene el nivel más alto de empleo informal entre las economías más importantes de América Latina con 60%, seguido de Argentina con el 50% y de Brasil con 40%. Es el 60% de la población económicamente activa que trabaja en la informalidad, que cuentan con bajos salarios, poca estabilidad laboral, escasa cobertura de la seguridad social, incumplimiento de derechos laborales y que no pagan impuestos.

Otros datos relevantes que se mencionan en el programa es que casi 30 millones de personas trabajan en el sector informal, mientras que sólo 20 millones laboran en el sector formal. Es evidente que la informalidad vuelve al país no competitivo en una escala global.

### **2.7.3 Vendedores Ambulantes**

El comercio ambulante es tal vez la forma más primitiva de comerciar. En la actualidad esta actividad está ligada a situaciones de marginalidad cuyas causas pueden ser económicas, culturales y aun de legislación.

### **2.7.4 Vendedor Itinerante**

Los vendedores itinerantes recorren las calles con una pequeña cantidad de mercaderías, no tienen capital ni crédito por lo que sus operaciones son de pequeña cuantía y sólo al contado. La repetición de su itinerario y el reconocimiento de sus clientes y proveedores se convierten en el capital que los empujará y les posibilitará el acceso a otra forma de comercio informal ocupando un lugar fijo en la vía pública.

### **2.7.5 Lugar fijo**

La instalación en un lugar de la vía pública implica que el vendedor ha identificado un punto donde desarrollar su actividad en forma más favorable. Esta decisión implica un cálculo económico, seguramente intuitivo pero complejo, que comprende el análisis de las preferencias de sus potenciales clientes, la magnitud del ingreso posible y la complementariedad o competencia con quienes ya ocupan el lugar, lo que determinará el grado de hostilidad o colaboración con que será recibido.

Como puede deducirse, si bien la ocupación de la vía pública originariamente es una acción individual, se convierte en una asociación o aglomeración a medida que el lugar ó “la parada” se muestran exitosas. Esta aglomeración refuerza el flujo de clientes y aumenta la tendencia a agruparse por parte de los ambulantes.

A medida que se consolidan estos emplazamientos aparece una “normatividad extralegal” que ordena y regula las actividades informales dentro del espacio. Esta normatividad se manifiesta en la adjudicación de “derechos de dominio” , necesariamente informales, extralegales y transitorios, a un vendedor sobre un espacio determinado. Este derecho es reconocido sólo por los ambulantes vecinos y en otro sentido por los clientes y vecinos residentes. La precariedad de este “derecho” se manifiesta en que para enajenar el puesto es indispensable la aceptación por parte de los demás ambulantes del futuro propietario, generalmente presentado como familiar, compadre o amigo.

### **2.7.6 Asentamientos, Ferias y Mercados informales**

Las limitaciones que la vía pública impone a los ambulantes llevan a estos a la búsqueda de alternativas que le permitan su abandono. Estas limitaciones vienen dadas, fundamentalmente, por la falta de seguridad de los “derechos de dominio”, la baja productividad de la actividad originada en la diversificación necesaria dada la escala pequeña de las operaciones. La precariedad de sus instalaciones y su carácter transitorio le impide añadir servicios a sus clientes, por ejemplo, venta a crédito ó reparaciones.

En general, a partir de la asociación ó agrupamiento espontáneo de comerciantes, se ha consolidado asentamientos barriales en zonas de gran transitabilidad. Estos asentamientos han sido, con mayor o menor intensidad, combatidos por los estados locales o municipios. En todos los casos, con suerte dispar, se ha intentado su reubicación en predios o ferias acondicionados al efecto, intentando una mejora urbana y la formalización de la actividad. (Hart, 2018)

### **2.7.7 Riesgos del Comercio Informal**

El impacto de las malas decisiones políticas, se ve acrecentado cuando la sociedad en sí misma, entra en un círculo vicioso al no pagar sus impuestos,

que idealmente están destinados para contribuir por el bien común. Lo anterior paraliza o aletarga nuestra economía reduciendo el crecimiento en la creación de nuevos empleos formales, la institucionalización de las empresas, el desarrollo económico colectivo, la posibilidad de que las naciones puedan invertir en infraestructura de desarrollo, etc.

La economía informal es uno de los ingredientes que más daño hace a la sociedad, pues si bien resuelve un problema puntual de una minoría en particular en el corto plazo, desgraciadamente al no orientarse los esfuerzos hacia una adecuada formalización de la empresa, la nación queda exenta de poder percibir las contribuciones económicas de los impuestos que legalmente sí deberían reportarse.

Esta situación también afecta al comercio formal al ponerlo en desventaja competitiva por ser los primeros los que están sujetos a aceptar reglas predeterminadas siendo la economía informal la que evade esta responsabilidad.

Es así como el comercio informal afecta a nuestro desarrollo económico debido a que no se encuentra regulado por la ley, lo cual indica que existe claramente la evasión fiscal, reduciendo con ello el capital del gobierno para la construcción y reparación de infraestructura pública, que irónicamente también es utilizada por todos los comerciantes, incluso los informales, para realizar sus actividades laborales, por lo que se reconoce el uso de infraestructura a la cual ellos no aportaron para su desarrollo.

Por su parte, el comercio formal se ve afectado con pérdidas de capital por los altos costos y las bajas ventas que presentan, provocadas por el comercio informal llevando en gran su gran mayoría al cierre de comercios y empresas formales que sí aportan recursos al país.

Teniendo conciencia de la existencia del comercio informal, es de vital importancia comenzar a pensar en posibles soluciones y reformas que colaboren a terminar con este tipo de comercio que perjudica seriamente a los países, pero la solución no debería ser punitiva sino propositiva, impulsando simplemente ese "brinco" de una economía informal a otra formal, motivando y dando los elementos que hagan viable lo anterior. (Barber Kuri, 2010)

### **2.7.8 Importancia del comercio informal**

Como se hablaba en el tema Definición del comercio informal de la existencia de diferentes tipos de comercios a partir del volumen de mercancías y formas de venta en donde se encuentra el comercio minorista y el mayorista.

En la economía informal se dice que el comercio minorista es la actividad que más aporta a ella, con una participación equivalente al 25% del total generado por este sector, de acuerdo con las cifras actualizadas de la Medición de la Economía Informal calculada por el Inegi. (Instituto Nacional de Estadísticas, 2002)

Así como también menciona el comercio mayorista y otras actividades en las que persisten niveles importantes de algún tipo de informalidad son la construcción, la manufactura, las actividades agropecuarias, los servicios de transporte y logística y los servicios turísticos. (García,2020)

La economía informal ha sido una solución provisional de un problema que la economía formal no ha tenido la capacidad de dar respuesta debido a la falta de crecimiento económico, empleos y salarios dignos y justos; en donde optan por buscar la informalidad. Desde la perspectiva del doctor Carlos Alba Vega sobre la importancia que tiene en las personas , señaló:

“La gente va al comercio informal como un medio de subsistencia para satisfacer sus necesidades básicas, porque no encuentra en la economía formal un empleo”. (Ruiz, 2015)

En México, la informalidad es uno de los grandes baches del mercado laboral. Aunque una de sus complejidades es que precisamente no es posible medir su impacto con exactitud, en el año 2019 se menciona que el 56.6% de los trabajadores en México, que son informales, producen 23 de cada 100 pesos del PIB. Este nivel de participación de la informalidad en la economía mexicana repuntó de manera significativa pasando del 22.4% en el 2018 a 23.0% en ese año. (Instituto Nacional de Estadísticas, 2002)

## **2.8 Origen de la relación**

A lo largo de la historia, los inmigrantes asiáticos han hecho contribuciones importantes al desarrollo económico de México y al desarrollo de las relaciones entre los pueblos chino y mexicano.

Las negociaciones bilaterales no solo se limitan a la reducción de aranceles , también se le exige a China un compromiso con reglas multilaterales de comercio , con objeto de que se sujete de manera disciplinada a las normas internacionalmente aceptadas.

La República Mexicana y el Imperio Chino establecieron relaciones diplomáticas en 1897 con la firma del Tratado de Comercio y Navegación A fines del siglo XIX llegan las primeras migraciones de nacionales chinos con la caída del precio internacional de la plata, en la 1ª década de s. XX, China pierde interés en el metal mexicano como divisa fuerte.

El comercio se desploma, en la segunda década del siglo XX, la turbulencia en ambos lados del Pacífico no favorece los intercambios y las relaciones económicas tocan su punto más bajo México mantiene relaciones diplomáticas con China parcialmente ocupada por Japón y traslada su Embajada junto con el gobierno chino a la capital de guerra de Chongqing.

Al fin de la guerra civil en 1949, México decide sostener relaciones diplomáticas con el régimen de Chiang Kai Shek , refugiado en la isla de Taiwán Establecimiento de relaciones con China continental el 14 de Febrero de 1972 México reconoce a la República Popular como la sola representante de toda la nación china (Fox, 2013)

Las bases del actual nivel de cooperación y de entendimiento entre México y la República Popular China se edificaron hace casi medio siglo, con el establecimiento de relaciones diplomáticas en 1972. Cimientos de una relación que se ha ampliado y fortalecido en consonancia con el desarrollo de cada uno de los dos países y en función de sus respectivas participaciones en la escena global. A lo largo de este trayecto, el diálogo político de alto nivel ha sido el motor principal de la relación y es el elemento detonador de acciones específicas en todos los sectores.

Desde su elección, el presidente Andrés Manuel López Obrador ha reiterado la relevancia de China para la política exterior mexicana. Lo anterior se ha demostrado con los encuentros de alto nivel efectuados en los últimos dos años. Destacan en este sentido varias visitas a China de los secretarios mexicanos de Relaciones Exteriores, Economía, Agricultura y Turismo, la concertación de nuevos acuerdos y las reuniones recientes de los principales mecanismos de consulta bilaterales. Un paso muy importante fue la ratificación en 2019, del interés que comparten los cancilleres Marcelo Ebrard y Wang Yi de mantener activos los mecanismos de consulta y cooperación y su disposición para fortalecerlos.

Tan solo en el último año, la relación bilateral se vio fortalecida con la celebración de diversos mecanismos de diálogo: la IV Reunión del Foro de Diálogo Parlamentario México-China que tuvo lugar en Beijing a finales de 2019; la segunda edición de la Exhibición de Importaciones de China en Shanghái, a la que asistieron numerosas empresas y gobiernos estatales; la VII Reunión del Grupo Empresarial de Alto Nivel, así como la concertación de nuevos protocolos agroalimentarios, como los del plátano y del sorgo. En medio de la pandemia, este año se celebraron, por medios electrónicos, la XVII Reunión del Mecanismo de Consultas Políticas

México-China, la III Reunión del Mecanismo de Consultas sobre Temas Multilaterales, la VIII Reunión del Grupo de Trabajo de Alto Nivel en materia económica (GAN), con sesiones de todos sus subgrupos, y la suscripción de nuevos acuerdos para dinamizar el comercio bilateral. (Bernal, 2021)

## **2.8 Relaciones económicas y comerciales**

China es el 2° socio comercial de México en el mundo y el primero entre los países de Asia-Pacífico. En el período 2001-2011, el intercambio bilateral se incrementó 1,219.4% México es el 25° socio comercial de China a nivel mundial. China es el 6° inversionista en México entre los países de Asia-Pacífico . (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2014)

De acuerdo con información del Ministerio de Comercio chino, la inversión mexicana registrada en China ascendía a \$90.2 mdd hasta agosto de 2011.

En materia económica, la labor de promoción del comercio y la inversión ha sido constante en esta Embajada. China se ha convertido en el primer socio comercial de México en la región de Asia-Pacífico, en su segundo socio comercial en el mundo y su tercer mercado de exportación. (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2022)

Alguna de las oportunidades de México en su relación con China son:

- China tiene un mercado en continuo crecimiento que está experimentando transformaciones económicas y en su estructura comercial y que se encuentra aún en un proceso de apertura de su mercado, lo que permitirá importantes oportunidades de negocios.
- China representa un mercado potencial de más de 1 mil 500 millones de consumidores, de estos, se estima que aproximadamente 300 millones son consumidores de ingresos medios a elevados.
- China a reducido sustancialmente sus aranceles, en productos industriales hasta 8.9% y en productos agrícolas hasta 15% y en 2005 eliminó los requisitos de permiso de importación y

licitaciones, lo que permitirá acceder en mejores condiciones a ese mercado (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2005)

**Tabla 2.** Comercio bilateral entre México y China

COMERCIO BILATERAL 双边贸易				
Año 年份	Total 总额	Exportaciones 出口	Importaciones 进口	Balanza comercial 差额
2021	110,278.3	9,256.9	101,021.4	-91,764.5
2020	81,579.0	7,969.8	73,609.3	-65,639.5
2019	90,188.7	7,136.2	83,052.5	-75,916.4

Fuente: Banco de México y DGCREEB con datos de la Secretaría de Economía. Millones de dólares  
来源: 墨西哥银行和墨经济部双边经济关系合作司数据 金额单位: 百万美元

En la tabla anterior podemos observar que a nuestro país se importa más mercancía de la República de China, que la mercancía que se exporta de México, con la comparación del año 2019, 2020 y 2021 representa un incremento del 29.71% en comparación a las cifras observadas en 2019 pero en México sólo exporta el 9.16% de mercancías que las que se importan desde China.

En cuanto a promoción de inversiones a México, la Embajada ha realizado esfuerzos para consolidar la agenda de inversión, facilitando un diálogo constante entre potenciales inversionistas, el Gobierno Federal y los Gobiernos Estatales, así como mediante la realización/participación en diversos seminarios de promoción de inversiones. Se destaca que la Inversión Extranjera Directa (IED) procedente de China ascendió a 215.3 mdd en 2020 y a 413.8 mdd en 2021, lo que representa un incremento de 92.19% respecto al año anterior, con lo que está IED acumulada de enero de 1999 a diciembre de 2021 se ubicó en 1,928.3 mdd (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2014).

Cabe señalar que las crecientes importaciones mexicanas provenientes de China se han concentrado principalmente en las manufacturas. En particular, las exportaciones chinas hacia México con más valor han sido las que corresponden a las de equipo eléctrico y electrónico, maquinaria para reactores nucleares, maquinaria, equipo óptico y equipo médico, artículos de plástico, y manufacturas de hierro y acero. Por tanto, la composición de las importaciones

mexicanas muestra dependencia de la actividad económica de México respecto de los productos manufacturados chinos, tanto en lo relacionado con insumos intermedios como en productos finales para el consumo.

**Tabla 3.** Principales importaciones Chinas de México y exportaciones mexicanas a China, 2012 (dólares) (Bernal, 2021)

<i>Bienes</i>	<i>Importaciones de México</i>	<i>Bienes</i>	<i>Importaciones de China</i>
85 Eléctricos y equipo electrónicos	24,294,988,394	26 Minerales	1,770,584,852
84 Reactores nucleares, maquinaria, etc.	14,103,570,433	87 Vehículos excluyendo tranvías y trenes	935,345,986
90 Ópticos, fotografía, médicos	2,062,657,948	85 Eléctricos y equipo electrónicos	798,404,436
99 Mercancías no especificadas	1,639,023,037	74 Cobre y artículos de cobre	637,815,228
39 Plásticos artículos relacionados	1,325,508,604	27 Minerales líquidos, petróleo y productos destilados	385,397,649
87 Vehículos excluyendo tranvías y trenes	1,292,439,460	84 Reactores nucleares, maquinaria, etc.	282,523,684
95 Juguetes, juegos y artículos deportivos	1,263,687,973	29 Químicos orgánicos	161,581,677
76 Artículos de aluminio	1,041,352,011	39 Plásticos artículos relacionados	135,597,243
73 Artículos de hierro y acero	1,017,678,703	52 Algodón	130,921,549
40 Artículos de hule	823,042,662	90 Ópticos, fotografía, médicos	72,451,411
94 Muebles, luces y edificios prefabricados	790,085,646	76 Aluminio y artículos de aluminio	43,660,626
29 Químicos orgánicos	774,421,449	23 Residuos, desechos de comida industrial, forraje de animal	40,909,015
83 Artículos diversos de base metálica	467,609,644	40 Artículos de hule	39,853,786
42 Artículos de piel y bienes para viaje	434,013,566	47 Madera en pulpa, fibra celulosa, etc.	33,998,596
72 Hierro y acero	362,273,308	32 Curtido de piel, extractos de pigmentos, etc.	31,745,464
82 Herramientas e implementos	310,271,621	41 pieles crudas	26,616,168

69 Productos cerámica	303,821,007	55 Fibras básicas	23,985,724
62 Artículo de vestir no tejidos	291,700,080	03 Pescado, moluscos, etc.	15,431,897
61 Artículo de vestir tejidos	253,708,422	72 Hierro y acero	15,429,667
64 Calzado y partes de calzado	242,886,674	99 Mercancías no especificadas	13,436,998
96 Artículos manufacturados varios	226,660,202	25 Sal, sulfuro, piedras, cemento, etc.	12,103,408
Subtotal de las principales importadas Mexicanas desde China	53,321,400,844	Subtotal de las principales importadas chinas desde México	5,607,795,064
Importaciones Mexicanas totales desde China	56,936,124,937	Importaciones totales de China desde México	5,720,815,429
Porcentaje de las principales importaciones chinas desde México respecto a las importaciones mexicanas desde China		10.52%	
Porcentaje de las importaciones Chinas sobre las importaciones mexicanas		10.05%	

Cabe señalar que el aumento de las importaciones de México desde China se ha concentrado en los bienes manufacturados. En particular, las mayores exportaciones de China a México son equipos eléctricos, maquinaria para reactores nucleares, maquinaria, equipos ópticos y equipos médicos, productos plásticos y productos de acero.

Ciertos retos para México en su relación con China son :

- Creciente desequilibrio comercial con China, lo que se ha logrado ganar con Estados Unidos se está perdiendo con aquel país, en 2004 el déficit comercial con China ascendió a 14 mil mdd, mientras que el superávit con Estados Unidos ascendió a 55.5 mil mdd ese mismo año.
- El dinamismo económico de China la ubica actualmente como la séptima economía del mundo por valor de PIB (estimado en 1,316 miles de mdd para 2005), mientras que México ha pasado a ocupar el doceavo lugar.

- China ofrece un bajo costo de mano de obra (40 a 60 centavos de dólar por hora) que lo hacen más competitivo que México en los mercados internacionales, además de las ventajas competitivas para atraer inversión y exportar.
- Existe una fuerte competencia local e inadecuada red de distribución. Aún después de su adhesión a la OMC en 2001, China mantiene aranceles elevados en algunos bienes.
- China ha dejado de importarnos básicamente zapatos, juguetes, calzado y prendas de vestir para pasar a exportarse principalmente computadoras y sus partes, circuitos integrados, aparatos de grabación y partes para receptores de radiotelefonía, los que representan más del 40% de las importaciones que realizamos de ese país. Para el periodo 2004-2006 se prevé que China habrá duplicado su capacidad de producción en: acero, cemento, maquinaria textil, automóviles y aluminio.
- A partir de 2003 China ya desplazó a México como segundo proveedor de Estados Unidos y actualmente es el segundo proveedor de México. (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2005)

**Tabla 4.** Principales importaciones y comercio intraindustrial provenientes de China, 2014 (Bernal, 2021)

<i>Código</i>	<i>Tipo de bien</i>	<i>Valor en dólares</i>	<i>Índice de comercio intraindustrial</i>
764	Equipo y partes de telecomunicación	\$14,015,758,619	0.019
752	Equipo para procesamiento de datos	\$5,492,431,511	0.015
759	Partes para maquinas de oficina	\$5,188,439,089	0.011
776	Transistores, valvulas, etc.	\$3,446,397,401	0.009
772	Circuitos electricos	\$2,887,062,416	0.014
778	Aparatos y maquinas electricas	\$2,278,474,221	0.015
771	Parttes electricas para maquinas de poder	\$1,630,858,328	0.007
894	Juguetes, carreolas, juegos.	\$1,596,733,547	0.001
784	Partes, tractores, vehiculos de motor	\$1,519,892,334	0.356
871	Instrumentos opticos	\$1,495,897,319	0.010
699	Manufacturas metalicas basicas	\$1,168,688,419	0.022
773	Equipo de distribuacion electrica	\$1,024,754,002	0.044

Cabe recalcar que una característica distintiva del comercio internacional de la economía mexicana es que tiene un ingreso comercial con Estados Unidos de América, su socio comercial más importante en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con algunas economías. Así, en 2012 la economía mexicana mantuvo un ingreso de US\$102,730 millones con Estados Unidos, US\$11,480 millones con Sudamérica y US\$1,420 millones con Centroamérica.

Es importante señalar que entre las economías con grandes ingresos con México, China encabeza la lista con \$51,220 millones, seguida de la Unión Europea con \$18,900 millones, seguida de otras economías de Asia, como Japón, con \$15.04 mil millones de dólares

## 2.9 Indicadores económicos con el mundo

El Programa de Comparación Internacional es la iniciativa estadística más grande, compleja y ambiciosa que realiza actualmente la comunidad estadística internacional para medir el tamaño económico, el nivel precio y el nivel de bienestar material de países, regiones y del mundo entero. Su objetivo es realizar comparaciones internacionales del PIB y sus componentes del gasto, con base en paridades de poder de compra, que son tasas de conversión y deflatores espaciales de precios.

**Tabla 5.** Economías más grandes del mundo. (Inegi, 2011)

Valores convertidos con PPC (miles de millones de dólares de EU)

Lugar	País	PIB
1	Estados Unidos	15533.800
2	China	13495.910
3	India	5757.534
4	Japón	4,379.753
5	Alemania	3,352.099
6	Federación Rusa	3,216.935

7	Brasil	2,816.317
8	Francia	2,369.589
9	Reino Unido	2,201.439
10	Indonesia	2,058.130
11	Italia	2,056.689
12	México	1,894.552
13	España	1,483.224
14	Corea del Sur	1,445.332
15	Canadá	1,416.167

Los resultados que se muestran a continuación corresponden a los de la ronda 2011 y muestran la correlación entre la situación económica internacional y los países con mayor cobertura.

**Tabla 6.** Socios comerciales de México con mayor superávit y déficit comercial (2012)  
(Dólares)

<i>Región</i>	<i>Superávit</i>	<i>Región</i>	<i>Déficit</i>
Estados Unidos	102,734,609,028	China	-51,215,276,850
Suramérica	11,487,271,369	Unión Europea	-18,903,498,439
Colombia	4,715,193,858	Japón	-15,044,457,847
Venezuela	1,929,137,556	Corea	-11,621,787,510
Central América	1,418,514,121	Taiwán	-5,811,697,521

La principal fuente de ingresos en cuenta corriente está relacionada con las exportaciones mexicanas. Este monto representó el 87.9 por ciento del total de ingresos por cuenta corriente de México en 2012.

En los gastos de cuenta corriente de México, las importaciones representaron el 85.10% de los gastos anteriores, seguidas por los servicios factoriales, los gastos no factoriales y las transferencias.

## **2.10 El comercio de China en Chiapas**

Chiapas y sus índices de economía

Chiapas es centro geográfico del Proyecto Mesoamérica, ubicado en el Corredor Transistmico de América, puerta de entrada y salida al Mercado de Centroamérica. Ocupa los primeros lugares en producción de gas, petróleo, ganadera, avícola e industrial y cuenta con la mayor diversidad de microclimas del país.

Cuenta con excelente conectividad e infraestructura para los negocios, como son autopistas y carreteras; cuenta con 3 aeropuertos y el Puerto Chiapas, que conecta con los mercados del Pacífico, a través del sistema logístico multimodal.

El Producto Interno Bruto (PIB) del estado fue de cerca de 210 mil millones de pesos en 2009, con lo que aportó 1.8% al PIB nacional. Las actividades terciarias, entre las que se encuentran los servicios inmobiliarios y el comercio, aportaron 66% al PIB estatal en 2009.

En lo que respecta a exportaciones en Chiapas según datos de la Secretaría de Economía menciona que se mantiene un intercambio comercial por 336 millones de dólares. Las exportaciones generaron 213 millones de dólares, destacando el banano, café, mango y miel. Y las importaciones 123 millones de dólares, registrando un crecimiento global del 26 por ciento del periodo del 2019 al 2021. (Secretaría de Economía, 2022)

## **2.11 Principales asentamientos del Comercio Chino**

El comercio se ha convertido en una parte cada vez más importante de la economía general de China, y ha sido una herramienta importante utilizada para la modernización económica.

Según información de The Bank of Nova Scotia, el cual es el banco más "internacional" de los bancos canadienses siendo el que más sucursales tiene fuera de su país y el segundo más grande por capitalización de mercado, mejor conocido con el nombre de Scotiabank “China se ha vuelto el mayor exportador del mundo y es el segundo mayor importador en 2020, siendo Estados Unidos quien lidera el ranking mundial de los principales países importadores.”

No obstante de destacar por ser el país más poblado, la mayor economía manufacturera, el segundo mayor importador a nivel mundial. En 2021 alcanzó un valor de unos 3,36 billones de dólares estadounidenses en exportaciones lo cual colocó a China como primera exportadora del mundo, por delante de Estados Unidos y Alemania.

Basado en la fuente de cifras del COMTRADE (United Nations Commodity Trade Statistics Database) formato de archivo para almacenar datos de estado y oscilografía relacionados con perturbaciones transitorias del sistema de potencia; Se plasma en la página de Scotiabank las exportaciones principales de China las cuales se incluyen equipos eléctricos y electrónicos (27%), maquinaria, reactores nucleares, calderas (16%), muebles, rótulos luminosos, edificios prefabricados (4,1%), plásticos (3,9%), juguetes (3%), aparatos ópticos, fotográficos, técnicos y médicos (2,9%), vehículos distintos de los ferroviarios, tranvías (3,6%), artículos de hierro y acero (2,8%). Por otro lado, el país importa principalmente equipos eléctricos y electrónicos (25%), combustibles minerales, aceites, productos de destilación (15%), maquinaria, reactores nucleares, calderas (8,6%), escorias y cenizas de minerales de hierro (10%), aparatos ópticos, fotográficos, técnicos y médicos (4,1%), vehículos distintos de los ferroviarios y tranvías (3,2%). (*Cifras Del Comercio Exterior En China - Santandertrade, 2023*)

Aunado a lo anterior hay que destacar que al hacer referencia sobre el comercio chino no solo hay que hablar de las exportaciones e importaciones sobre este país, sino el comercio que se llega a establecer en un país por personas nativas de China en donde a través de sus usos, costumbres, tradiciones, cultura y sabores nos llegan atrapar y caer en la comercialización de estos productos o servicios; ya que hay que destacar el comercio es el intercambio de bienes y servicios por el valor determinado que se asigna a cada uno de ellos ya sea establecido en un país o al exterior en donde es aquí surgen las exportaciones e importaciones.

Buena parte de la población china se concentraba en el departamento de Soconusco, principalmente en la ciudad de Tapachula, pero tenían presencia en la mayoría de los pueblos de la costa de Chiapas. De acuerdo al censo realizado en 1910, el departamento de Soconusco registró 348 chinos, mientras que Tonalá sumó 119; la suma arrojó un total de 467 chinos operando en las costas de Chiapas. (Lorenzana Cruz, 2011)

Introduciéndonos a antecedentes pasados sobre estos inmigrantes en el Soconusco encontramos información basada en entrevistas de habitantes del Soconusco de esa época en donde mencionan los chinos llegaron desde distintos lugares huyendo de persecuciones o buscando nuevas oportunidades económicas. En donde no superaban el 1% de la población estatal o regional aunque una cantidad exacta no se tenía hasta en el censo de 1930, con un total de 1 095 chinos nacidos en el país asiático, puesto que los hijos de chinos o esposas mexicanas de los mismos también pasaron a ser considerados de tal nacionalidad.

Los chinos se han destacado por ser personas responsables, educadas e inteligentes, siendo su sistema educativo muy exigente y con una excelente reputación en todo el mundo además la mayoría de la gente trabaja duro para poder sobrevivir. Lo que destacan personas entrevistadas sobre los primeros asentamientos de personas chinas es que siempre buscaron trabajar sobre todo, en actividades de servicios; Mencionando la entrevistada Lisbona Guillen que no importaba el oficio:

“Destacaban desde cocineros, sastres y lavanderos hasta el comercio itinerante al menudeo, rubro este último que les permitió ir construyendo negocios prósperos ya asentados en locales propios o asociados con chinos en otros países. Es así como muchos de los inmigrantes pudieron consolidar una posición económica sólida que les permitió apoyar a connacionales que se incorporaron paulatinamente a trabajar en sus negocios”.(Danzas como tradición y como disputa: la ilusión comunitaria china en el soconusco chiapaneco” 2015)

Aunque la relación de China y Chiapas es baja en lo que respecta importaciones o exportaciones directamente , surge en Diciembre de 2019 la aprobación por la Administración General de Aduanas de la República Popular de China de 37 sitios de producción libres de moko del plátano (22 en Chiapas, 14 en Colima y uno en Tabasco); con una extensión de cuatro mil 767.28 hectáreas de banano, así como 49 empacadoras. El Secretario de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) de acuerdo a información del SENASICA (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria) subrayó:

El nuevo mercado de plátano es resultado del trabajo preventivo fitosanitario de los productores. Además de que México es un país distinguido a nivel internacional por su trabajo y experiencia en materia de sanidad e inocuidad agrícola, lo que le permite expandirse a nuevos mercados exigentes tal como es el chino, por lo que se vigilará el cumplimiento exacto y puntual, para que el volumen de las exportaciones aumenten en

el futuro inmediato. Gracias al primer reporte de embarque de plátano mexicano hacia China con 39 toneladas de banano (20 de ellas son procedentes de Teapa, Tabasco, mientras que 19 toneladas son de Mazatán, Chiapas). (Sistema integral de comunicación, 2020)

Los apoyos económicos de la comunidad china serán una constante para el desarrollo urbano de los pueblos de la costa. Apoyaron la construcción de los edificios de las presidencias municipales, escuelas, parques, entre otras obras.

Era ésta una manera de hacer evidente su interés por la comunidad en la que habían elegido vivir, y quizá la forma en la que esperaban ser aceptados en la red social. En algunos momentos, los chinos establecieron acuerdos con la municipalidad. En 1911, el Ayuntamiento de Huehuetán otorgó en arrendamiento un terreno a los señores Kwong Sing para construir una casa y establecer una tienda de ventas al menudeo. El contrato estableció los siguientes acuerdos:

La casa será construida por los chinos, el contrato durará 6 años y pagarán una cuota anual de 400 pesos, terminado el contrato, la construcción pasará a ser propiedad del Ayuntamiento, aunque los señores tendrán la preferencia para seguir ocupando por el tiempo y venta que convenga. (Moncada Maya y Escamilla Herrera, 2022)

De acuerdo a un informe del presidente municipal de Tapachula: el comercio de este municipio está compuesto aproximadamente de un ochenta por ciento de comercio chino, que tienen acaparados todos los negocios de artículos nobles, y el veinte por ciento de otras nacionalidades. En cambio en la Ciudad de la piedra, Huixtla Chiapas no se tiene una información exacta sobre este comercio, los negocios con exactitud que existen y la magnitud o disyuntiva que pueda tener en la economía.

### **Capítulo 3**

#### **Metodología**

“En la investigación es incluso más importante el proceso que el logro mismo”

Emilio Muñoz

### **Capítulo 3 Metodología**

Dado la naturaleza de esta investigación se ha elegido orientarse en un enfoque mixto ya que involucra datos cuantitativos y cualitativos que se van a caracterizar por la recopilación,

análisis, estadísticas, y observaciones con el fin de disponer de sus ventajas y la obtención de precisión y exactitud de la información requerida.

En donde la investigación cuantitativa comienza con la definición de la pregunta o del problema de investigación, estableciendo los objetivos y preparando la implementación mediante una indagación intensiva y la recolección de información relevante. Siendo un método de investigación que utiliza herramientas de análisis matemático y estadístico para describir, explicar y predecir fenómenos mediante datos numéricos. En cambio la investigación cualitativa busca la dispersión o expansión de los datos e información, ya que se enfoca en comprender o explicar el comportamiento de un grupo, un fenómeno, un hecho o un tema.

Tanto la investigación cuantitativa como la cualitativa están interesadas en capturar el punto de vista individual de los sujetos.

Siendo necesario que la investigación al estar bajo este enfoque de metodología mixta comprenda la utilización de tres herramientas que brindarán la información que no se sitúa en libros de texto, páginas web verídicas, periódicos, revistas entre otros recursos de obtención.

Principalmente se utilizará la observación como herramienta de recolección, ya que por medio de esta se identificara los sectores geográficos en donde se concentran los comercios informales en la ciudad de Huixtla específicamente los dedicados a la venta de productos chinos así como contabilizar cuántos hay en existencia, la categoría de productos que venden en estos locales, entre otros puntos de importancia para obtener la información necesaria.

Otra de las herramientas utilizadas será la entrevista la cual se basa en el intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas. En este caso se realizaran entrevistas a dueños de negocios que se dedican al comercio informal de productos chinos para conocer desde su perspectiva qué importancia tiene para ellos estos productos y si han sido beneficiados o perjudicados ante su venta. Entrevistando a los dueños de locales que tengan un 70% a un 100% de productos Chinos.

Por último se hará uso al igual de encuestas dirigidas a la población es decir al conjunto de personas que habitan una determinada área geográfica en este caso Huixtla, con un rango de edad entre los 12 y 64 años ya que basándonos en la información del INEGI la Población

Económicamente Activa se concentran en esa edad, en particular a la población que se encuentra en la zona centro de la ciudad de Huixtla , ya que en la zona centro y el área del mercado municipal es donde detectamos más locales donde venden estos productos , así podemos delimitar el porcentaje de la población , quienes al subsistir en esta zona tendrán mayor información acerca del tema.

## **Muestra**

En Chiapas específicamente el municipio de Huixtla, se desea realizar una investigación sobre el impacto que tiene el comercio informal de la venta de productos chinos en su economía, para lo cual se aplicará entrevistas a profundidad y encuestas de manera aleatoria en base a la muestra ( Parte o porción representativa de un grupo poblacional enfocada en la selección de participantes que tengan relevancia en lo que se requiere investigar) resultante , puesto que no se cuenta con los recursos económicos necesarios asimismo como el tiempo para procesar la información y la población total con la que cuenta Huixtla es de 53,242 habitantes siendo bastante ostentosa y sería complicado abarcar tal población.

Se considera una confianza del 95% y un porcentaje de error del 5%.

En el caso de las encuestas se redujo el número de personas a encuestar para poder tener la muestra, ubicando que en Huixtla centro es donde se realizará dicha herramienta, en donde habitan 2850 personas en 798 casas según datos de data México.

Tomando en cuenta que son 798 casas el cual será el objeto para poder obtener la muestra de casas a encuestar.

Para obtener la muestra se hizo uso de la fórmula:

$$n= \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

**n:** Representa el resultado del tamaño de la muestra

**Z:** Es el nivel o porcentaje de confianza que existe para generalizar los resultados obtenidos.

**p:** Variabilidad positiva.

**q:** Variabilidad negativa.

**N:** Representa el tamaño de la población.

**E:** Precisión o porcentaje de error de una probabilidad al aceptar una hipótesis.

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(797)}{(798) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{766.38}{1.995 + 0.9604}$$

$$n = \frac{259.32}{2.9554} = 259.32 \text{ casas}$$

Es así que se encuestaran 259 casas en las que aproximadamente habitan de 2 a 5 personas ,pero solo se llevará a cabo la encuesta a un habitante por casa que cumpla el rango de edad según datos del INEGI como Población Económicamente Activa, teniendo como resultado 259 personas

En el caso de las entrevistas serán realizadas a dueños de negocios que se dedican a la venta de productos chinos, en donde datos del data México son 1,476 unidades dedicadas al Comercio al por Menor, de los cuales a base de nuestra investigación de observación nos dimos cuenta que de esos solo que son 15 negocios de un 70% a un 100% dedicados en su totalidad a la venta de estos productos y 2 vendedores ambulantes, por lo cual no vimos viable hacer una muestra

ya que podemos cubrir totalmente los negocios a entrevistar sin presión, gastos altos o desgaste de tiempo y físico.

## **Capítulo IV**

### **Análisis de resultados**

“Cualquier cosa que se mide y se observa, mejora”

Bob Parsons

## **Capítulo 4 Presentación y análisis de resultados**

### ***Observación***

En base a nuestra metodología en donde se optó por utilizar el enfoque mixto para la investigación, se comenzó con la herramienta de observación para recabar información y empezar a dar respuesta a los objetivos .

La investigación comienza con un recorrido por las calles de la ciudad de Huixtla ,Chiapas especialmente delimitando el cuadro que abarca al Norte la Calle Porfirio Diaz Oriente, Al sur con Calle Allende Oriente, al Este ubicada la Avenida Independencia Norte y al Oeste la Avenida Abasolo Norte (Véase mapa en el Anexo 1),siendo ahí la Zona Centro donde la principal actividad que se desarrolla es el comercio al por menor o también denominado minorista.

En el año 2019 se establecen según datos registrados del censo económico 1,476 unidades económicas o negocios sin importar su giro. El trabajo comenzó al ir identificando cada local que se dedicara a la venta de productos chinos para así tener una relación numérica de estos negocios.

El primer día de la realización de la observación se obtuvo un total de 63 negocios ubicados en las limitaciones que abarca la Zona Centro en Huixtla, los cuales tienen a la venta productos chinos, y constan de locales fijos o semifijos, ambulantes o establecidos en el Mercado Miguel Hidalgo. Entre los que podemos mencionar se encuentran Mollistor, Jugueteria Oasis, Regalos y Globos Katiar, Accesorios Mariana, Accesorios de Belleza Camila, Accesorios Génesis, Accesorios y Pedreria, Tecnicell Sontay y sus 5 derivadas sucursales, Juguetes Popeye, Distribuidora Zera, Mujer Kawaii, Accesorios para celulares Innovacel, Accesorios y Reparacion de Celulares Tecnomovil, Reparacion de Celulares Mobile Expert, Mariposa Gama, Regalos y Accesorios Ali Shop, Novedades Diana, Novedades, Viery, entre otros negocios de electrónicos, cosméticos y 2 vendedores ambulantes ubicados en la esquina de Calle Benito Juarez Norte y Calle Morelos Oriente.

Dado el panorama anterior se descubrió que de los 63 negocios totales 40 de estos no contaban con un nombre por el cual los clientes puedan identificarlos o alguna publicidad de estos. Asimismo no todos estaban dedicados a la venta de productos chinos en su totalidad, algunos contaban entre un 40, 60, 70 a 100% total de sus productos de origen chino.

Se consideraba en su momento que se inició la investigación que los negocios en donde venden productos como utensilios de cocina, trastes de plásticos y sus derivados eran de procedencia China , y en base a lo realizado resultó que eran productos Mexicanos entre ellos también observamos que una parte de estos productos de origen Guatemalteco.

En especial la tienda Wallis que aproximadamente cuenta con un 30 a 40 % de sus productos chinos basado más que nada en juguetes y algunos electrónicos; lo demás de su mercancía es Mexicana (Véase imágenes en el Anexo 2).

Para un resultado exacto y conforme, nuestra investigación se enfocará en los negocios que cubran el 70 a 100% total de sus productos en venta importados de China. Prosiguiendo con nuestra observación en un nuevo día volvimos a recorrer las calles y avenidas de Huixtla Centro, ahora prestando total atención a los negocios que cubrían el 70 a 100% de venta de productos chinos, confirmando y ratificando la información obtenida anteriormente los cuales dieron como resultado 15 negocios y 2 vendedores ambulantes ya mencionados anteriormente. Sus productos de venta variaba en cada negocio donde podíamos encontrar desde cosméticos como pinturas, sombras, tintes, labiales, perfumes, cremas; joyería como aretes, pulseras, anillos etc, así como electrónicos, juguetes , decoraciones, papelería y otras líneas de productos.

A continuación presentamos los negocios dedicados a la venta en un 70 a 100% de productos chinos:

1. Sontay
2. Molistore
3. Accesorios de Belleza Camila
4. Regalos y Accesorios Ali Shop
5. Accesorios y Pedrería
6. Accesorios Génesis
7. Mujer Kawaii
8. Regalos Popeye

9. Juguetería Oasis
10. Mariposa Gama
11. Novedades Dany
12. Sin nombre
13. Sin nombre
14. Sin nombre
15. Sin nombre
16. Vendedor ambulante
17. Vendedor ambulante

En los cuales 4 de estos negocios no cuentan con un nombre que los identifique y son comercios que se encuentran establecidos en el interior del mercado Miguel Hidalgo y 2 vendedores ambulantes de productos chinos ubicados en una Avenida conocida de esta ciudad, es así como podemos observar estos negocios en el anexo 3.

Para la realización de las entrevistas a estos negocios, en primer lugar encontramos a “Sontay” una empresa originaria de Guatemala que se consolidó en Huixtla Chiapas y lo que empezó como un negocio ahora es una empresa el cual cuenta con 5 sucursales donde se pueden encontrar productos de procedencia China con un alto posicionamiento en electrónicos, accesorios para celulares, como fundas, audífonos, micas y una de sus sucursales basada en accesorios deportivos en las cuales venden calcetines, balones, lentes, etc. Lleva en el mercado alrededor de 10 años y también cuenta con presencia en Tapachula y Guatemala.

Molstore es un negocio que cuenta con un local fijo en Huixtla Centro dedicado al 100% a la venta de productos chinos en donde podemos encontrar desde bolsas, papelería, secadoras, planchas, decoraciones para fiestas, termos, cremas, mascarillas entre otros cosméticos y productos de casa como podemos observar en las imágenes anexadas (Véase en anexo 4). Sus dueños son de origen Huixtleco, en este caso no contamos con su presencia pero la entrevista se llevó a cabo a la hija de la dueña quien cuenta con la mayoría de edad para poder realizar la entrevista y otorgarnos la información necesaria.

Accesorios de Belleza Camila es un negocio establecido frente al parque Francisco I. Madero en Huixtla a lado de distinguida y conocida Papelería Luisito. En este negocio se puede adquirir como su nombre lo indica accesorios de belleza así como también carteras, bolsas, aretes,

entre otras adquisiciones. Sus dueños son Huixtlecos de profesión maestros y así mismo dedicados por primera vez al comercio como segunda fuente de ingresos.

Regalos y Accesorios Ali Shop es un negocio dedicado 100% a la venta de productos chinos que van desde cosméticos, bolsas, carteras, hasta una gama de productos innovadores. llamativos, curiosos y nuevos para el consumidor mexicano; Atendido por su joven propietaria.

Accesorios y Pedreria es un negocio en donde se destaca la bisutería desde pedrería, insumos, estuches, dijes, y todo lo necesario para crear la joyería como pulseras, collares, aretes, entre otros a gusto propio. Contando al igual manera con cosméticos, bolsas, lentes, aretes y accesorios para el cabello donde podemos decir que un 45% del negocio son productos chinos. Es importante recalcar que en este negocio también han impartido cursos y talleres con costo para la creación de joyería de piedras.

Accesorios Génesis es un negocio conocido en la Ciudad de Huixtla el cual cuenta con venta de cosméticos, joyería de acero inoxidable, accesorios para el cabello, bolsas, carteras, mochilas, decoraciones para fiestas, lentes, entre otros productos y el total de estos hace un porcentaje del 80% de origen chino.

"Mujer Kawaii" es un pequeño negocio dedicado al 100% a la venta de productos chinos en específico cosméticos y otros productos femeninos necesarios pero sobre todo llamativos, creativos e innovadores. Cuenta con 6 meses en el mercado y es el primer negocio comercial con este giro por el que optó su dueña.

Regalos Popeye es un negocio dedicado especialmente a regalos como su nombre lo indica desde peluches hasta una gran gama de juguetes tanto para ellas, ellos y ellas especialmente para un rango de edad desde los 20 hasta los 0. Con varios años en el mercado y dedicados a la venta de estos productos de origen chino.

Jugueteria Oasis es un negocio en donde podemos encontrar toda una gama de juguetes para los pequeños del hogar desde muñecas, carros, juegos de té, accesorios de cocina, figuras de los personajes de caricaturas, entre otros juguetes de origen chino así como mexicanos.

Mariposa Gama es un negocio dedicado a la venta de productos chinos al 100% con una alta gama de ellos como son bocinas, difusores, bolsas, plumones, lapiceros, entre otros útiles para el colegio, accesorios para la decoración del hogar, peluches, bolsas, accesorios para el cabello, cosméticos, entre otros productos como podemos observar en las imágenes anexadas del interior del negocio ( Véase en anexo 5).

Novedades Dany es un negocio de chacharas así como juguetitos, cables, accesorios para celular, accesorios de cabello, utensilios de cocinar y accesorios para el hogar.

Los 4 comercios sin un nombre distintivo se encuentran ubicados en el interior del mercado antes mencionado siendo más específicos en la calle Francisco I. Madero Ote.19, de los cuales dos eran dedicados a productos de interés femenino por la alta gama de bisutería y cosméticos y los dos negocios siguientes se basan en electrónicos. Sin dejar de mencionar a los 2 vendedores ambulantes de productos chinos ubicados en la esquina de Calle Benito Juarez Norte y Calle Morelos Oriente.

### ***Entrevista***

Se tuvo una estimación dado el panorama de la muestra de 15 negocios y 2 vendedores ambulantes en donde se realizaron las entrevistas a los dueños/gerentes que venden en su totalidad un 70 a 100% productos chinos. Derivado a que 4 de estos negocios específicamente los comercios que se encontraban en el interior del Mercado Miguel Hidalgo no quisieron otorgarnos la información necesaria ni el tiempo estimado para responder nuestras incógnitas, solo se realizaron las entrevistas a 11 negocios y 1 vendedor ambulante.

Entrevistamos a los negocios siguientes: Sontay, Molistore, Accesorios de Belleza Camila, Regalos y Accesorios Ali Shop, Accesorios y Pedrería, Accesorios Génesis, Mujer Kawaii, Regalos Popeye, Juguetería Oasis, Mariposa Gama, Novedades Dany y un vendedor ambulante en nuestros cálculos y bajo nuestro método de observación de las mipymes.

Siendo importante hacer mención que solo se pudo obtener 2 imágenes capturadas como evidencia de las entrevistas realizadas a los dueños/gerentes de los negocios como podemos

observar en el anexo 6 , ya que por cuestiones de privacidad no accedieron a la toma de fotos en ningún ángulo o donde no se vieran sus rostros.

El prototipo de la entrevista se encuentra plasmada en el anexo 7 para mayor comprensión y lectura.

En donde se obtuvo como resultado que el 50% de los dueños de los negocios entrevistados son originarios de la Ciudad de Huixtla, Chiapas en donde toda su vida han habitado en esta ciudad. Asimismo el 16.6% han llegado hace algunos años a esta Ciudad para dedicarse al comercio y se han sabido consolidarse como ejemplo tenemos la empresa Sontay y al igual el 33.3% de los dueños de estos negocios viven en municipios vecinos y solo han establecidos sus negocios aquí de los cual solo viajan para estar al pendiente y rendición de cuentas con los empleados en este caso gerentes.

El 66.6% de los entrevistados ha destacado por llevar dedicados a la venta minorista desde hace 5 hasta 15 años, en donde el 25% por cuestiones de ayudar en los gastos de la familia o porque desde pequeños tuvieron que trabajar se han dedicado desde que tienen memoria al comercio. El 58.3% de los entrevistados no se habían dedicado a otro tipo de trabajo y el 41.6% sí pero siempre basado en la venta minorista en donde variaba los productos que vendían.

Los ingresos de los entrevistados que respondieron que sí habían tenido otro tipo de negocio como ropa, venta de calzado, video club, etc en su momento eran buenos y productivos para sostener su familia, pero conforme pasó el tiempo empezaron a surgir más negocios iguales y la modernización, tecnológica, entre otros factores hicieron que ya no fueran rentables.

Optaron por dedicarse al negocio de la venta de productos chinos por las buenas ganancias que dejan, así como recomendaciones, gusto propio e incluso una idea de negocio que surgió ya que son productos que han estado en tendencia por lo innovadores que son, bajos precios y la creatividad de sus empaques. Pero la etapa de pandemia sin duda fue un golpe fuerte para sus negocios, ya que el 100% coincide que las ventas tuvieron una gran decaída a causa del Covid-19 en donde todas las personas ya no salían de sus hogares y al no ser productos de primera necesidad, no eran lo indispensable para comprar en ese momento.

Entre las ventajas que podemos destacar son las buenas ganancias que obtienen por el precio de adquisición para los dueños es bajo, son productos llamativos, innovadores y nuevos que para los mexicanos despertó tal curiosidad que a simple vista nos resultan atractivos e

inconscientemente terminamos por comprarlos, así como también no tienen una fecha de caducación y pueden durar en almacén mucho tiempo sin que se arruinen. El 16.6% hasta el momento no ha encontrado desventajas y el 83.3% entre las desventajas que destacan han encontrado podemos decir que a veces vienen productos dañados por el tema de la importación o su calidad no es tan buena.

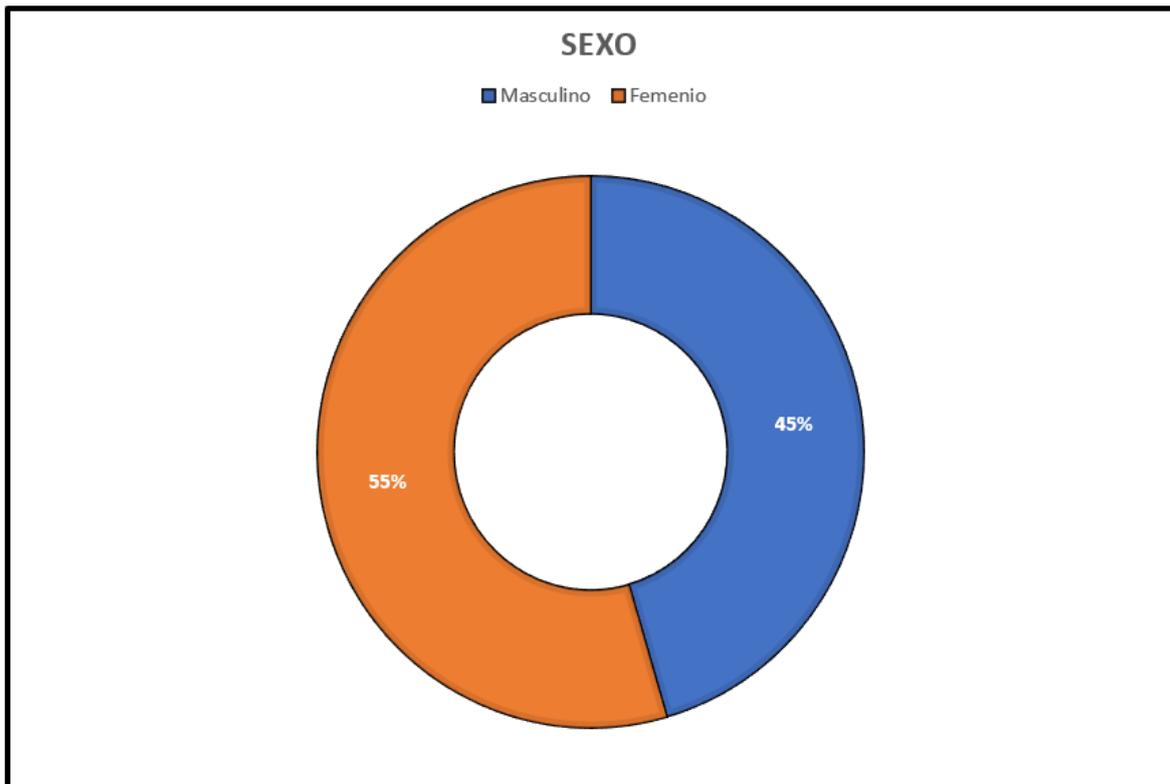
Las ganancias anuales que el 41.6% de los entrevistados obtienen rondan entre los 50% a 80% de la venta total siendo estas mayores comparada con el 51.83%, derivado a que no cuentan con pagos de empleados, rentas, agua o luz.

El 75% de los entrevistados está consciente de la existencia de competidores pero para algunos no es una amenaza ya que están posicionadas muy bien tanto en sus precios, atención, y el contar con clientes fieles.

### ***Encuestas***

A Continuación mostraremos los resultados que obtuvimos de las encuestas realizadas a la población de la zona centro de Huixtla y que encontrarás el prototipo usado en el anexo 8, en donde para obtener la muestra delimitamos a el número de casas que se encuentran en la Zona Centro de Huixtla dichos datos nos ayudaron a sacar la muestra y obtención del resultado a personas a encuestar el cual fue de 259 .

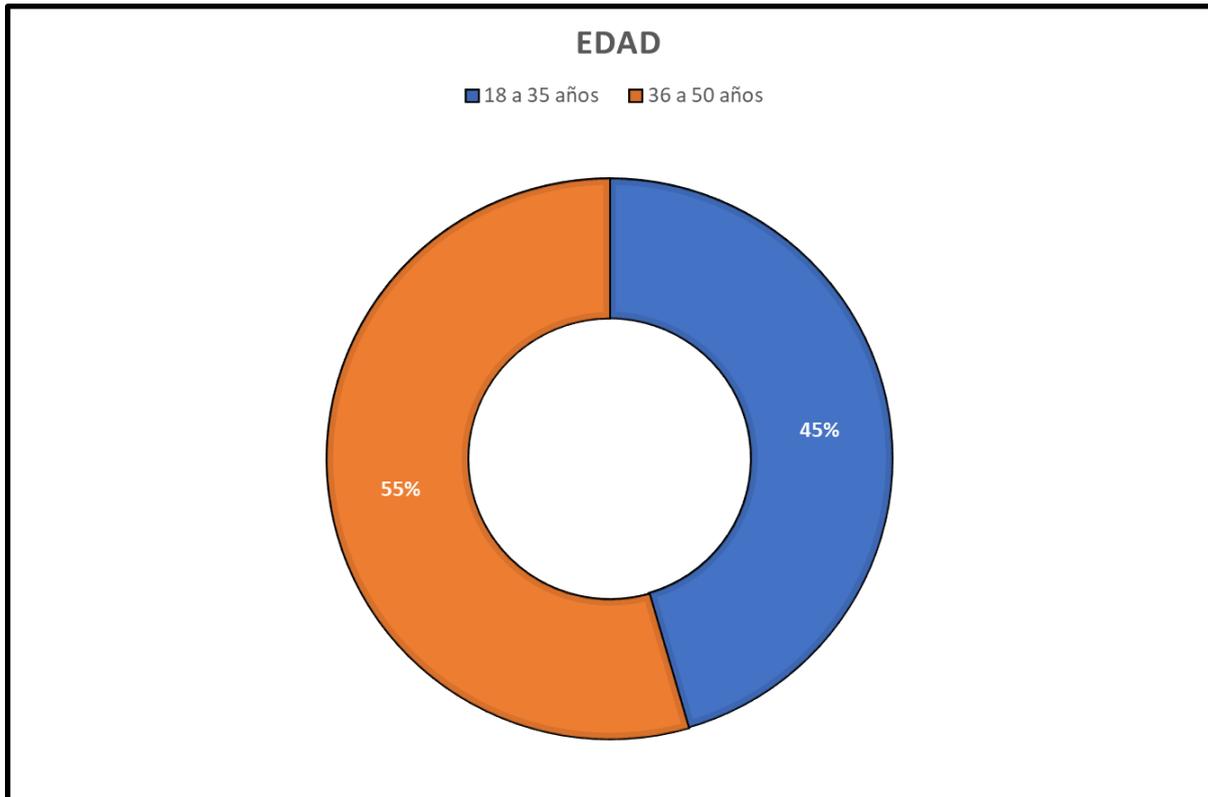
Gráfica 4. Indicador del porcentaje de género



Como podemos observar de nuestras 259 personas encuestadas que es nuestro 100% el 55% son mujeres lo cual equivale a 142 y el 45 % son hombres equivalente a 117.

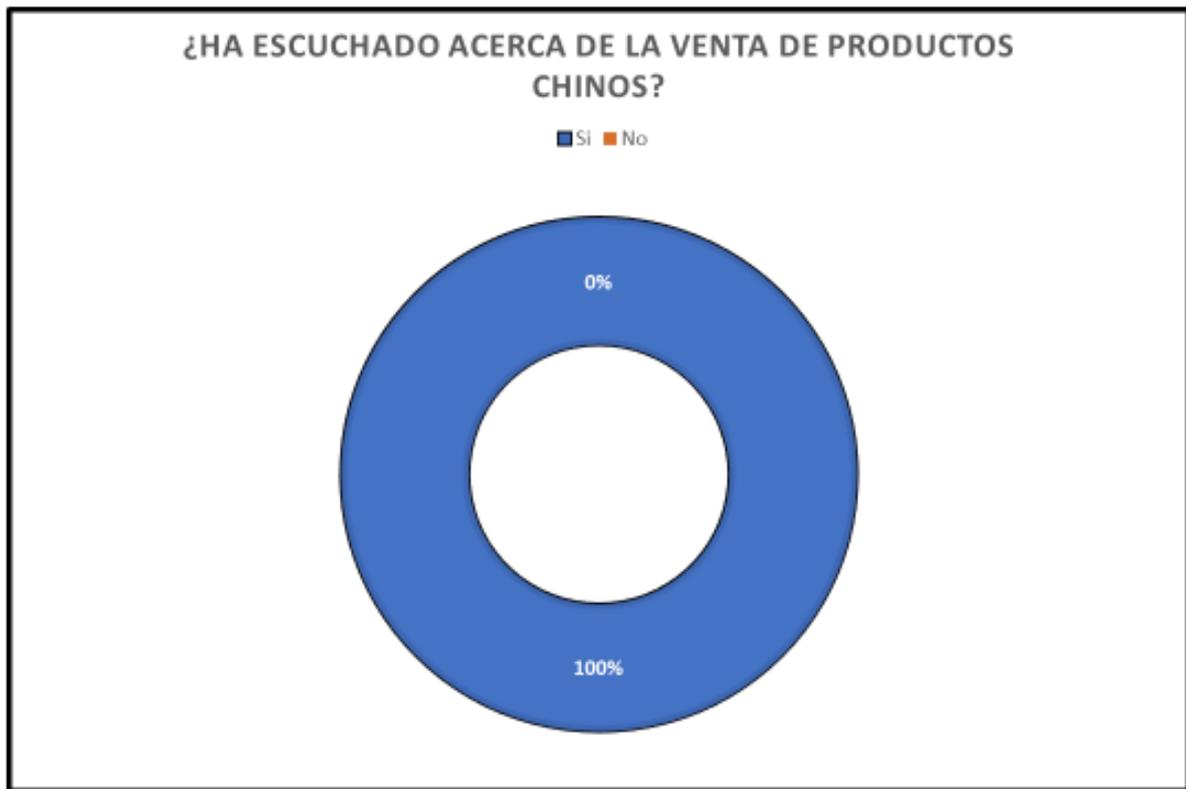
Ya que la población total de Huixtla en 2020 fue 53,242 habitantes, siendo 51% mujeres y 49% hombres.

Gráfica 5 . Índice de edad encuestada



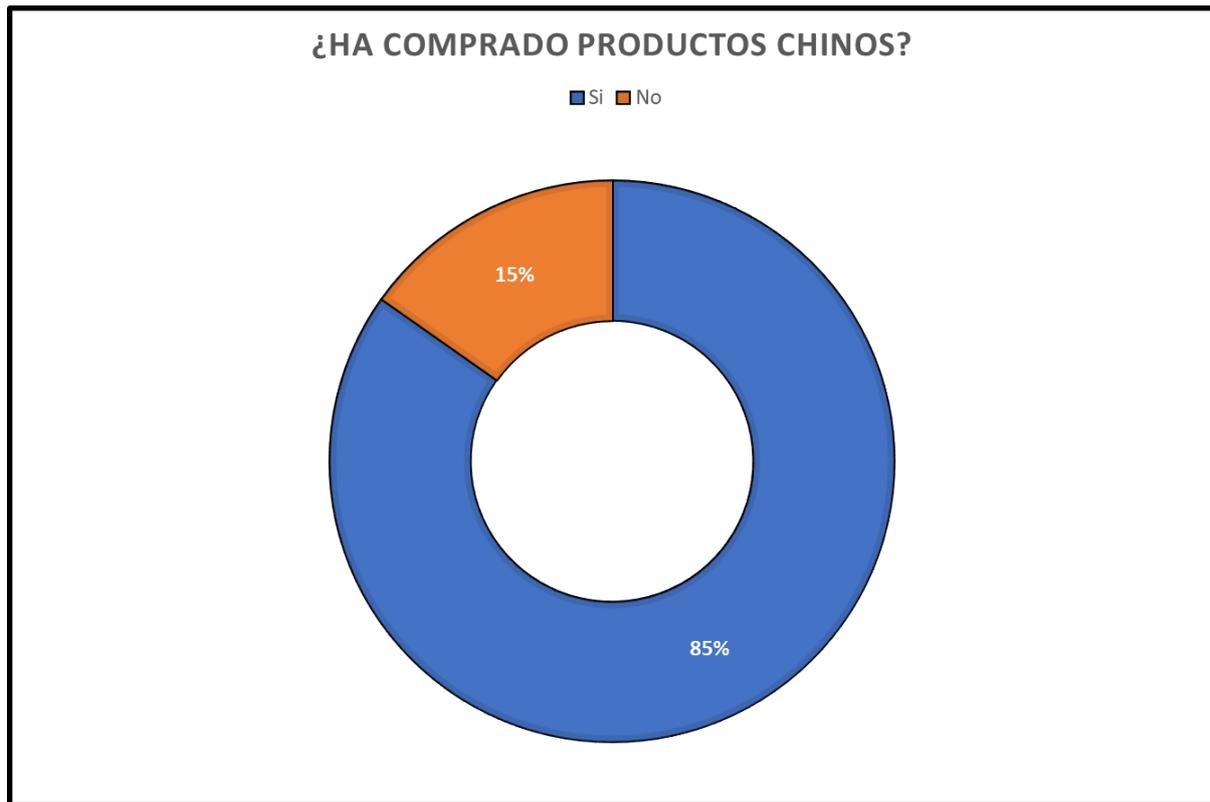
De las 259 personas encuestadas el rango más alto de edad ronda entre los 36 a 50 años de edad dando como resultado un 55% de personas con dicho rango de edad , equivalente a 142 personas

Gráfica 6. Venta de productos chinos



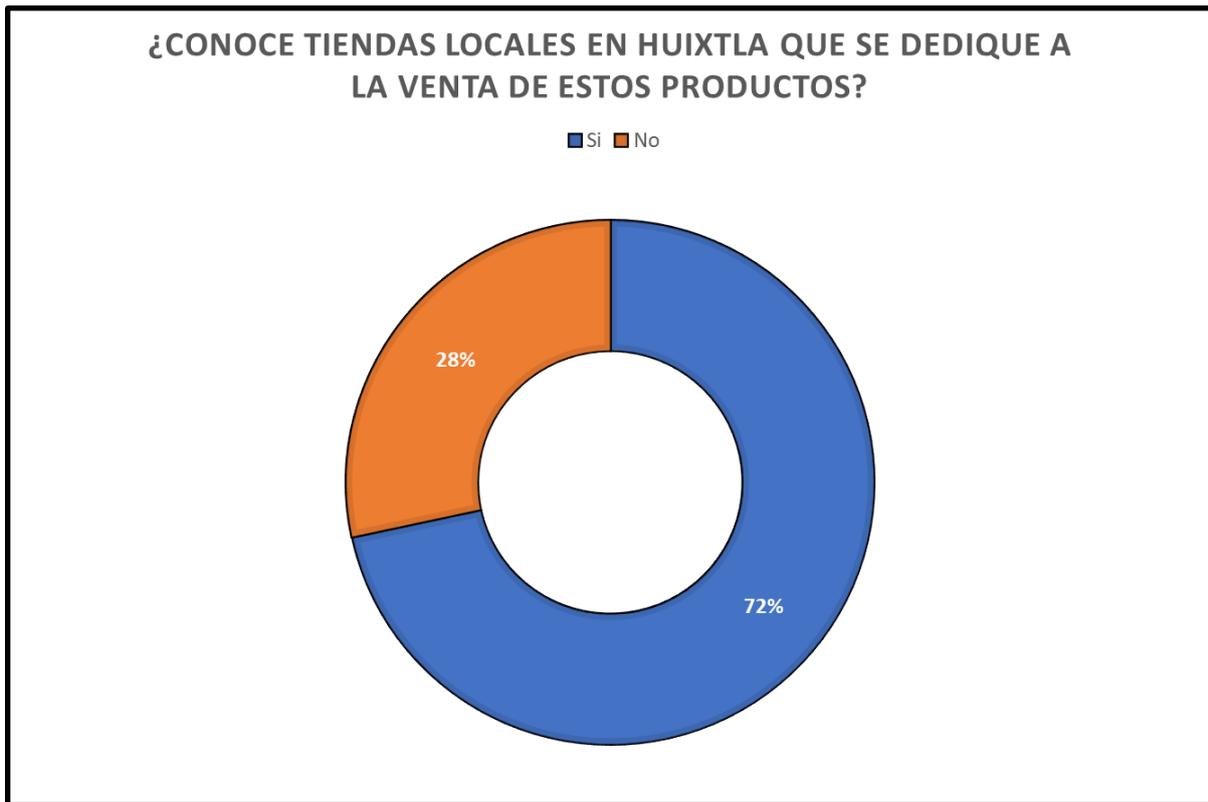
Para darle inicio a la encuesta a las personas les preguntamos primeramente si sabían del tema de que se trató la encuesta , ¿Ha escuchado acerca de la venta de productos Chinos? lo que nos arrojó un 100% de respuestas afirmando que si ha escuchado sobre el tema .

Gráfica 7. Compra de productos chinos



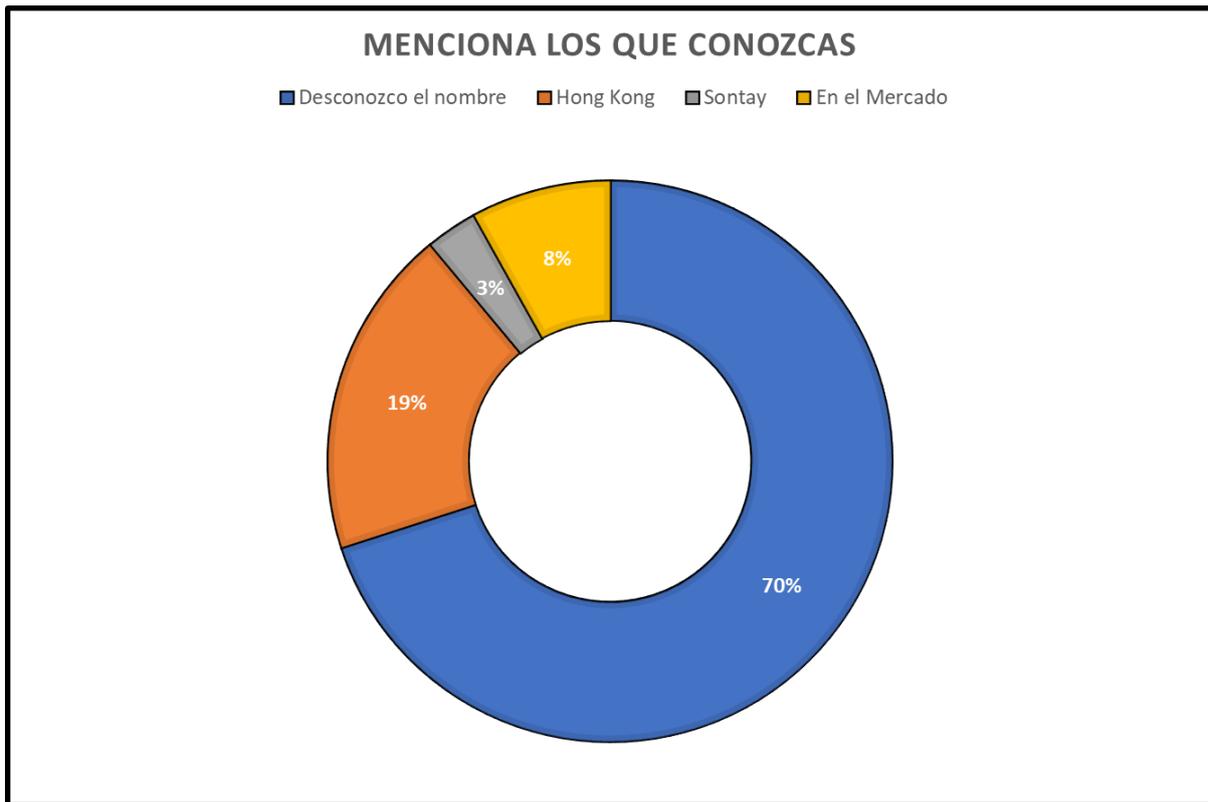
En esta pregunta 39 personas representadas por el 15% dijeron que no han adquirido ningún tipo de productos Chinos , ciertamente son personas que inconscientemente si han adquirido productos Chinos , ya que desde los lápices hasta celulares que han comprado son productos de descendencia China.

Gráfica 8. Conocimiento acerca de locales dedicados a la venta de productos chinos



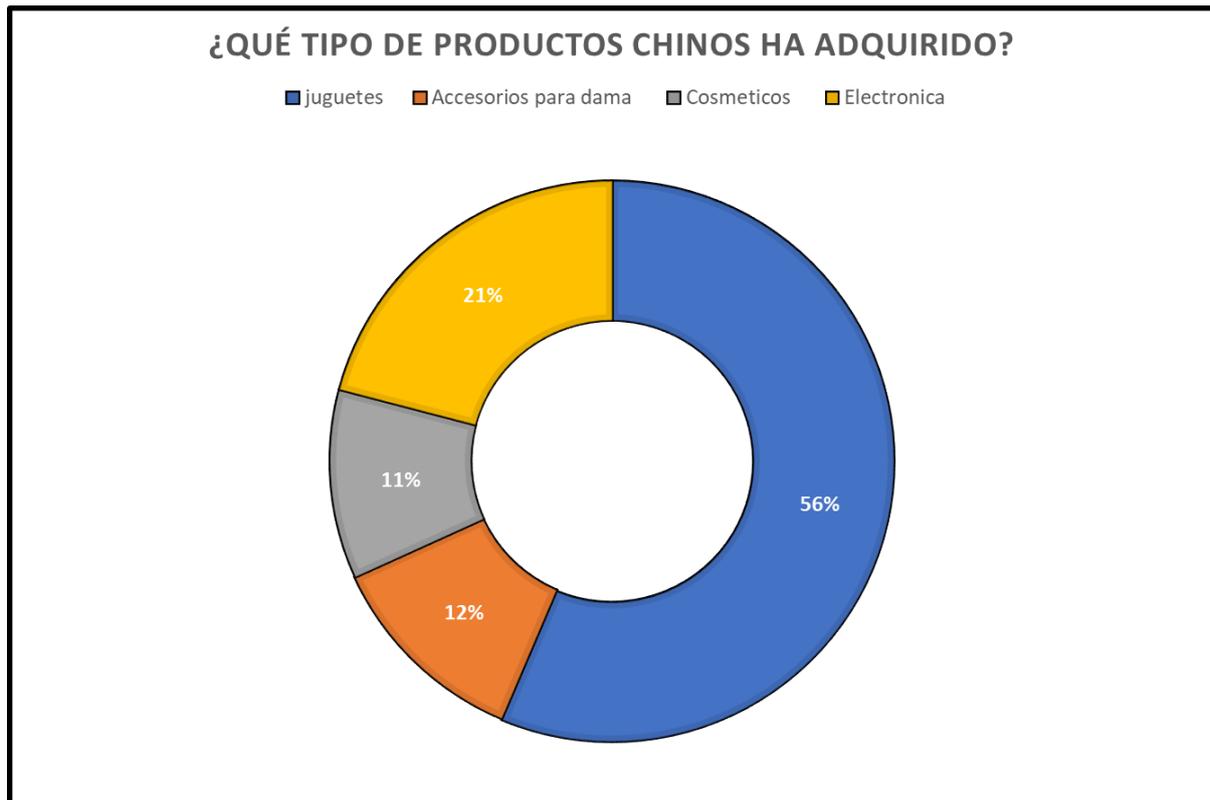
La cantidad de 73 personas representadas por el 28% de personas encuestadas nos contestaron que no conocen tiendas en Huixtla donde se dediquen a la venta de productos Chinos , por 2 razones una parte de esta población cree que si en el nombre del local no tiene letras escritas en Chino o los atienda una persona originaria de China , no son locales donde vendan productos Chinos, y la otra parte es por que de 63 locales donde venden productos chinos , 40 de esos locales no cuentan con nombre en la fachada , por lo cual las personas no identifican dichos locales.

Gráfica 9. Negocios conocidos dedicados a la venta de productos chinos



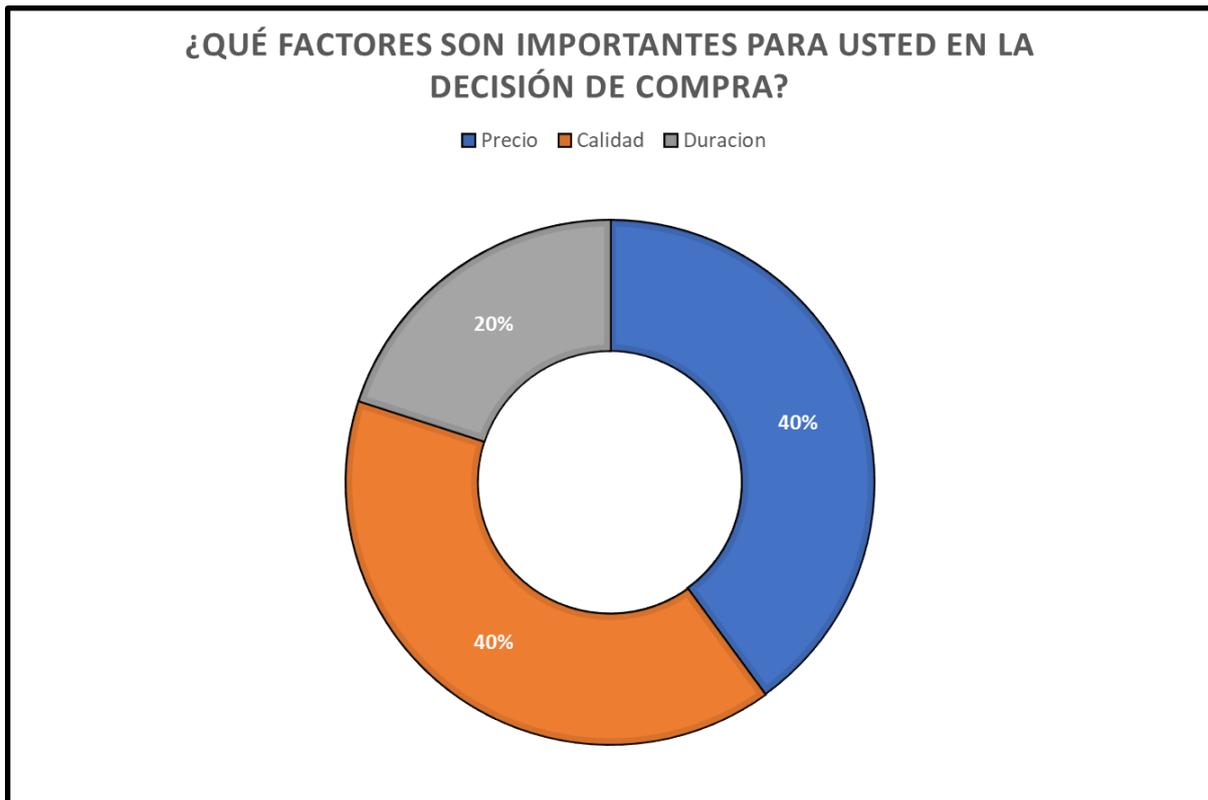
Como podemos observar una cantidad de 181 personas , representadas por el 70% no ubican los locales por nombre ya que 40 de estos locales no cuentan con un nombre en la fachada , el nombre otorga identidad, representa las ideas de la empresa por ello es tan importante que los locales tengan su nombre visible para la percepción de los clientes en potencia.

Gráfica 10. Productos chinos adquiridos



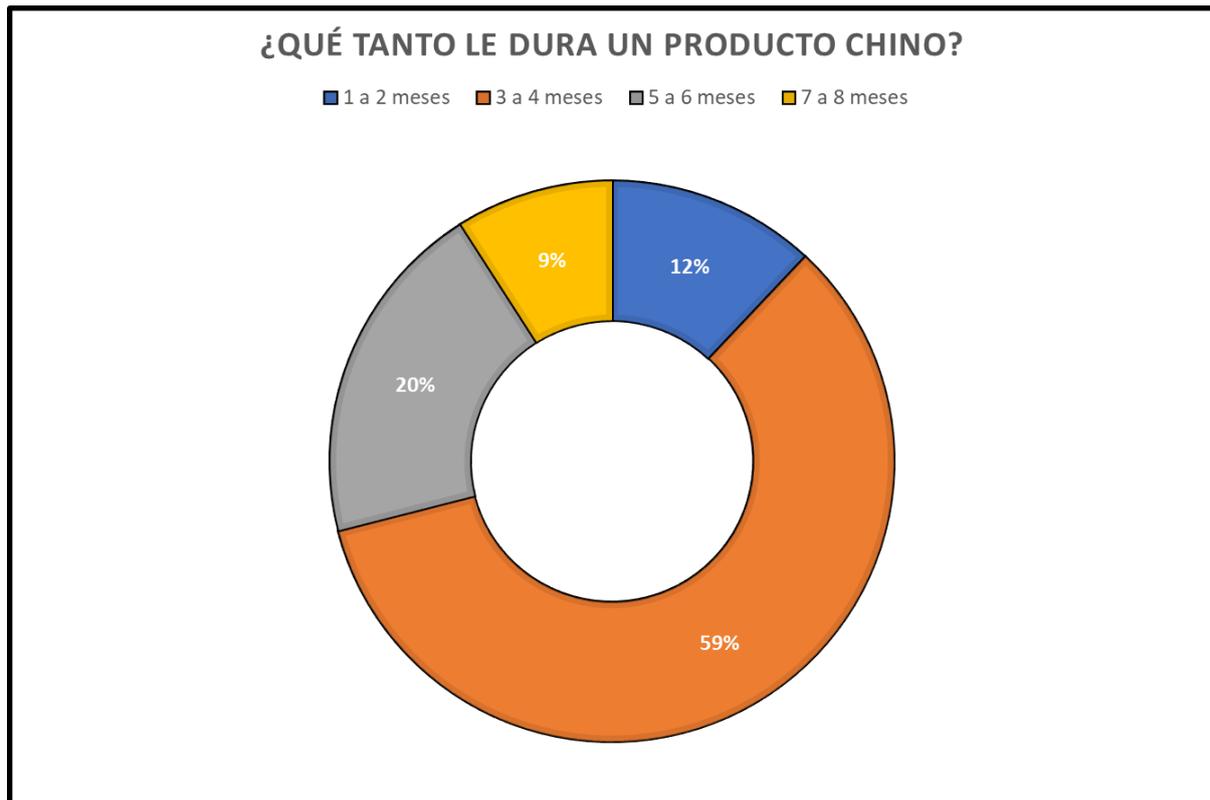
145 personas representadas por el 56% de la muestra , ha adquirido mayormente juguetes , De acuerdo con información del Inegi, el 80.2% de las juguetes que llegaron a tierra azteca en 2018 provienen del país asiático , el 21% de las personas equivalentes a 54 personas han adquirido mayormente productos electrónicos .

Gráfica 11. Factores en la decisión de compra



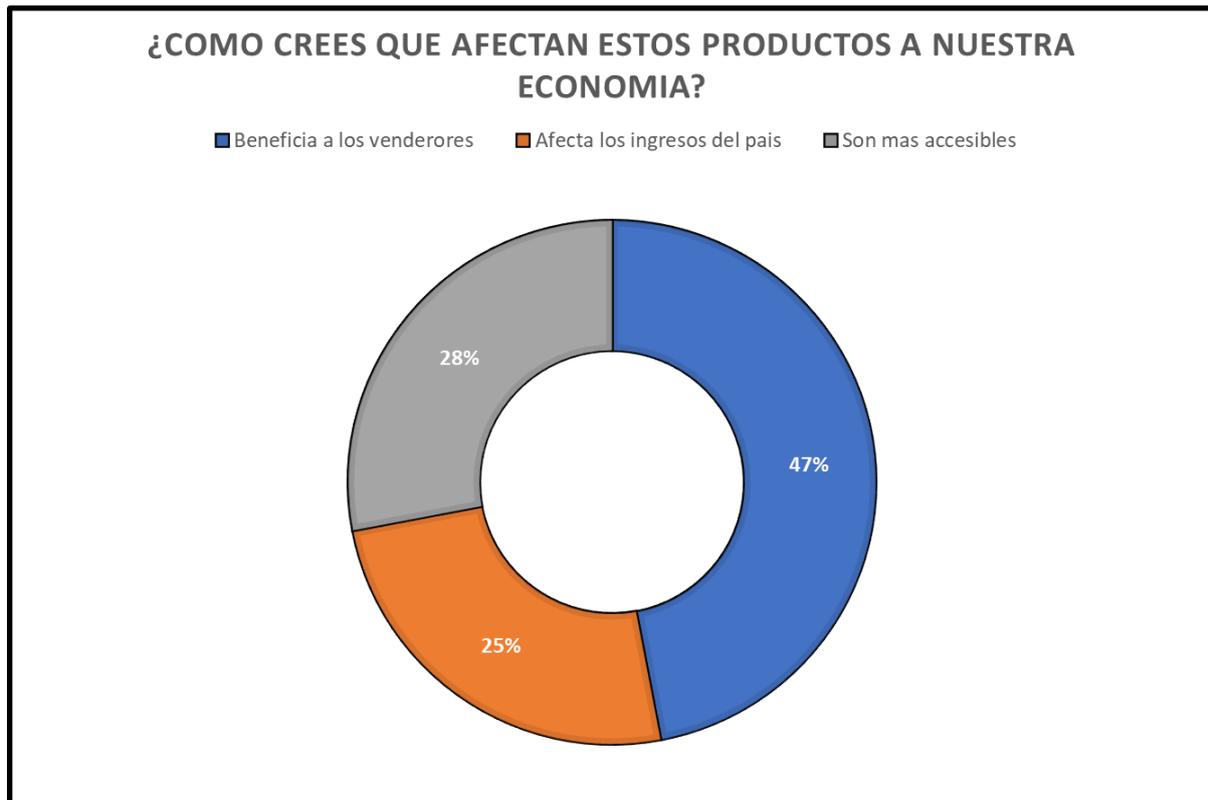
Básicamente 207 personas equivalentes al 80% prefiere siempre que haya una relación entre calidad y precio en los productos que adquieren, el encontrar calidad en el servicio o producto a un precio bajo puede crear más satisfacción en las personas, 52 personas lo cual es igual al 20% de la muestra se inclinan más en cuanto les puede durar algún producto que compran.

Gráfica 12. Duración del producto chino



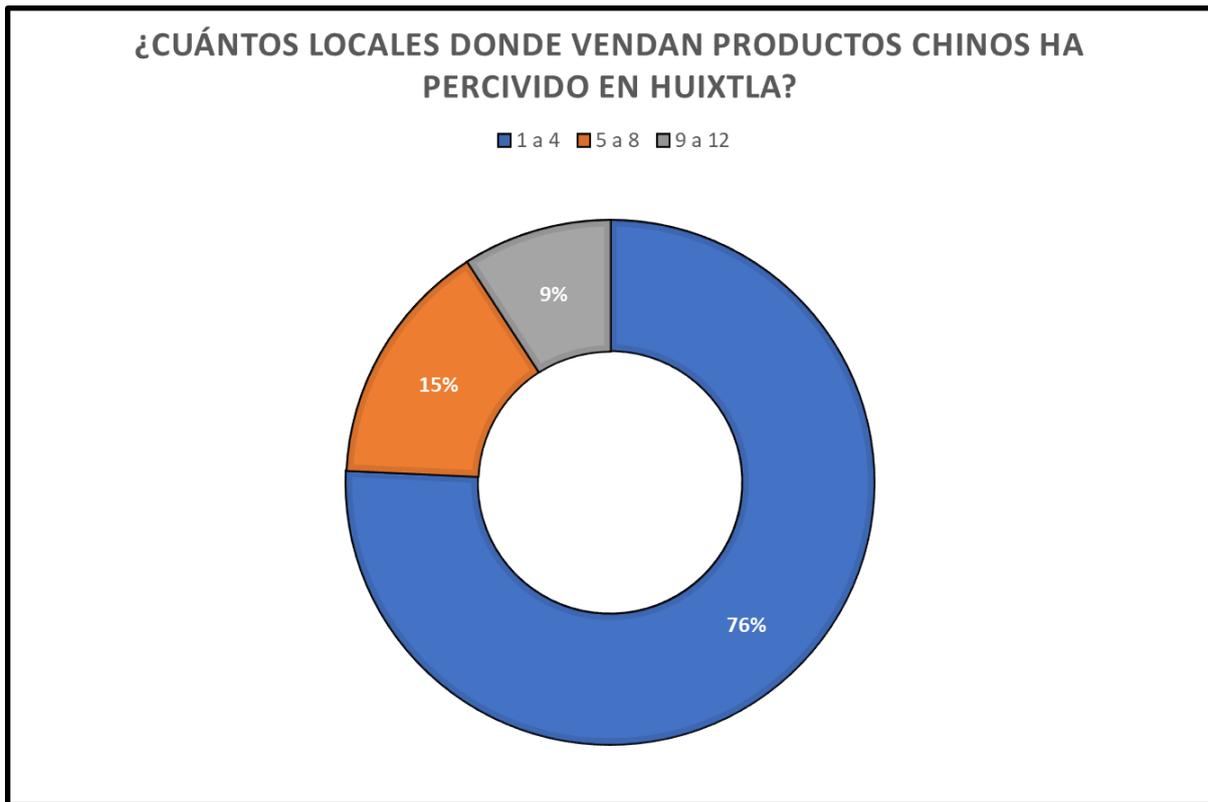
153 personas lo equivalente al 59% de las personas encuestadas nos respondieron que un producto Chino normalmente le duran de 3 a 4 meses desde el momento de su compra , las personas que nos respondieron esto son las que más gastan en el momento de adquirir estos productos , ya que obtienen una relación entre precio y duración del producto , claramente esto va de la mano con el tipo de producto que obtengan , y el cuidado que cada una de las personas le dé a sus cosas .

Gráfica 13. Afectación o beneficio en la economía



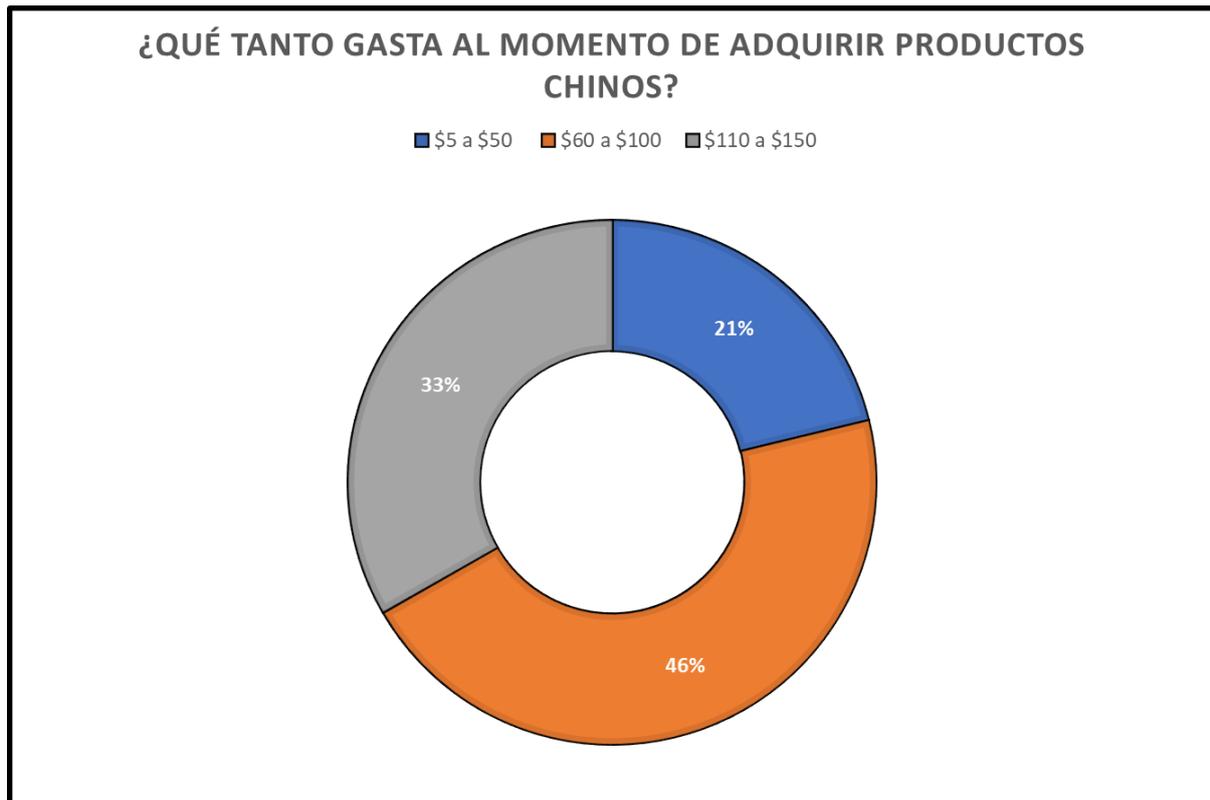
El 47% de las personas que es igual a 122 personas nos respondió que la venta de productos chinos en el municipio de Huixtla, Chiapas beneficia en mayormente a los vendedores, básicamente a los ciudadanos que quieren emprender un negocio y vender este tipo de productos, que ciertamente aunque los productos sean importados de China, este tipo de productos crea una posibilidad de empleos a los comerciantes, 73 personas, equivalentes al 28% de las personas, nos contestaron que los consumidores prefieren estos productos por que son más accesibles por su precio, ya que los productos chinos son fabricados en masa, su precio es menor, y un producto personalizado, o un producto Mexicano es más caro porque son hechos artesanalmente, el resto de la muestra el 25% lo que es igual a 64 personas nos respondieron que la venta de productos chinos en Huixtla, Chiapas afectan a nuestra economía, ya que las ganancias no quedan en el país, desplazan al producto Mexicano por el costo tan accesible de los productos Chinos.

Gráfica 14. Locales de venta de productos chinos en existencia



Alrededor de 197 personas es semejante al 76% de la población solamente han percibido entre 1 y 4 locales donde venden productos chinos en Huixtla ,ya que gran cantidad de la población al no tener un nombre Chino el local no notan que son locales donde venden este tipo de productos.

Gráfica 15. Monto de gastos en la adquisición de productos chinos



119 personas lo que es igual al 46% de la muestra gastan entre 60 y 100 pesos , lo cual es una cantidad razonable ya que al ser un producto de Origen Chino no se puede esperar una calidad como un producto Estadounidense , el cual es uno de los socios comerciales más importantes de México.

## **Capítulo 5**

### **Conclusiones**

“Invertir en conocimientos produce siempre los mejores beneficios”  
Benjamin Franklin

## Conclusiones

Esta tesis ha demostrado que el comercio informal de productos chinos , en la ciudad de Huixtla ,Chiapas si tiene un notable impacto.

A través de la aplicación de herramientas de recolección de datos como lo son la observación, las encuestas a una muestra de 259 habitantes de Huixtla y las entrevistas a dueños de locales donde venden de un 70% a un 100% de productos chinos , pudieron demostrarse importantes resultados a la problemática de este trabajo.

Mediante la observación esta investigación arroja una cantidad de 63 negocios en donde se venden una gran variedad de productos chinos en las limitaciones que abarca la Zona Centro en Huixtla, y constan de locales fijos o semifijos, ambulantes o establecidos en el Mercado Miguel Hidalgo. Siendo 17 negocios que se dedican en un 80 a 100% total a la venta de productos chinos.

La investigación también ha demostrado que 40 de los 63 locales donde venden productos chinos no cuentan con un nombre.

Las personas dueños de negocios dedicados a la venta de productos chinos optaron por dedicarse al negocio de estos por recomendaciones, gusto propio e incluso una idea de negocio que surgió ya que son productos que han estado en tendencia por lo innovadores que son, bajos precios y la creatividad de sus empaques. Pero las buenas ganancias que han obtenido ha hecho que sea un negocio rentable e incluso que les ha dado la oportunidad de brindar empleos y pensar en un futuro no muy lejano expandir sus negocios con la apertura de sucursales en municipios vecinos o en la misma localidad.

Estas respuestas nos hacen dar cuenta del gran impacto positivo que está teniendo en la economía de Huixtla para los habitantes con la obtención de empleos y la oportunidad de ser nuestros propios jefes creando nuestro negocio, así como consumidores al ahorrar un poco más adquiriendo estos productos por sus bajos costos y como vendedores por las ganancias .

Con esto damos por certera la hipótesis plasmada al inicio de la investigación y no consideramos sea perjudicial para la economía ya que no son artículos de primera necesidad o que compitan con los productos que podamos generar en Huixtla Chiapas, ya que aquí se producen alimentos basados en la agricultura, cosecha y siembra.

El objetivo de la presente investigación fue analizar las ventajas y desventajas del comercio informal de los productos chinos en la economía de Huixtla, Chiapas para así conocer cómo influyen en el comercio local. En donde nuestro objetivo general tuvo una respuesta basada en que los productos chinos son mayormente una ventaja tanto como vendedores al tener muy buenas ganancias así como de los consumidores ya que son precios accesibles al alcance de sus bolsillos.

Los datos actuales ponen de manifiesto la importancia de que los comerciantes dedicados a la venta de productos chinos, establecen sus negocios en la zona centro de la ciudad de Huixtla, al igual que los alrededores del mercado municipal, para especificar, en la calle Francisco I. Madero Oriente al ser una calle donde se concentran 6 locales donde venden productos de procedencia china, en la Avenida Benito Juárez se encuentran 7 locales y en la calle Morelos Oriente donde se ubican 9 locales en los cuales venden productos chinos.

Los conocimientos obtenidos en este estudio pueden ser para beneficio de la bella ciudad de la piedra y los comerciantes de la localidad o habitantes que quieran emprender un negocio, y analicen las ventajas, desventajas y impacto que tendría al dedicarse al comercio informal de productos chinos.

Podemos concluir que las ventajas que tendrían los dueños de negocios informales al volverse formales es en general, las prestaciones laborales son muy valoradas, pues ambos grupos encuentran como ventajas de la formalidad contar con seguro médico, ingreso seguro/fijo, derecho a una pensión, créditos para vivienda de Infonavit o Fovissste, vacaciones, aguinaldo, bonos y una afore.

## **Anexos**

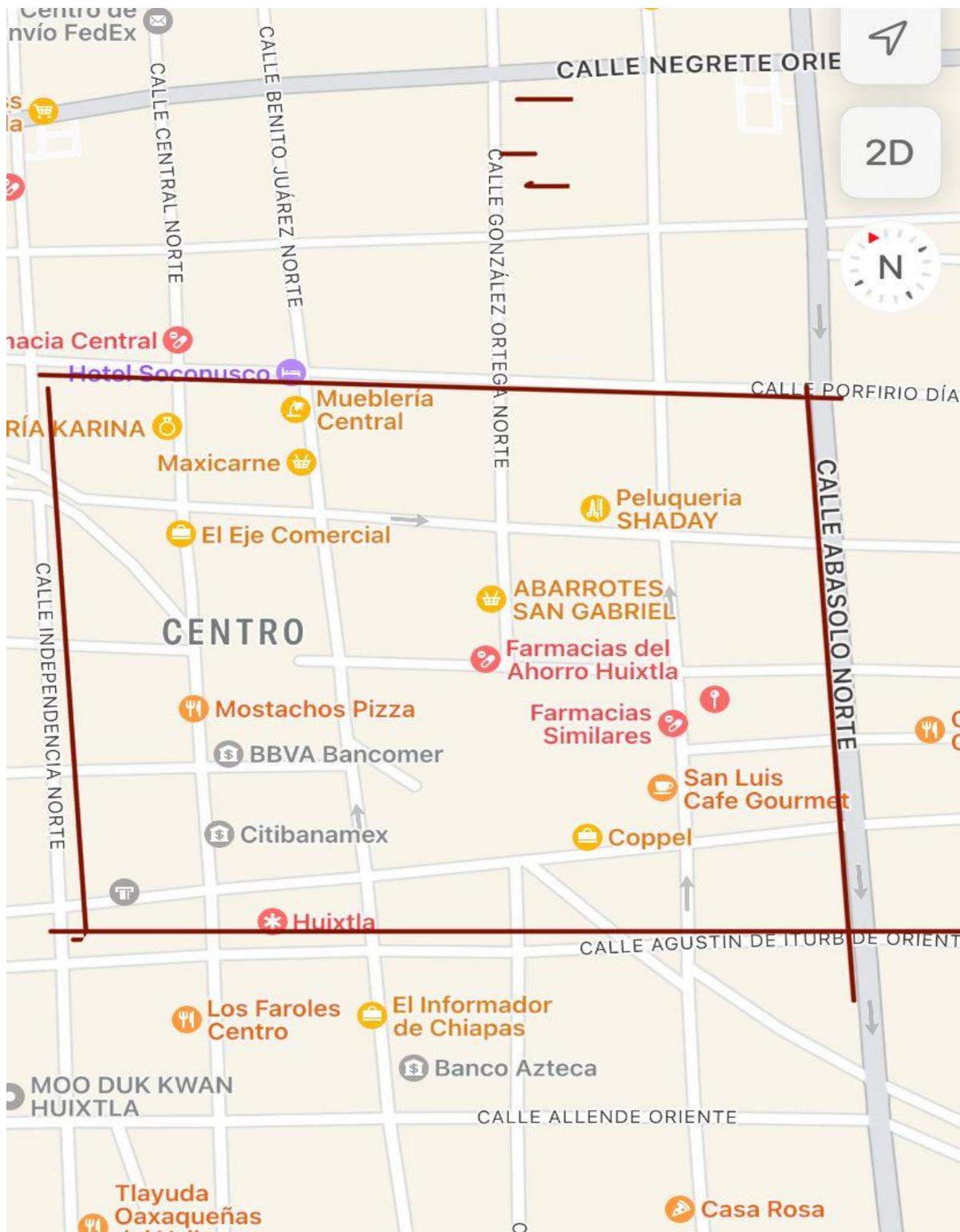
“Nunca te fies de la apariencia, si no de la evidencia”

Gabriel garcia Marquez

## Anexos

Anexo 1. Mapa de la ubicación Zona Centro de Huixtla.

Objetivo: Mostrar las calles y avenidas que abarcamos para la realización de nuestro enfoque mixto ya sea con la herramienta de observación, entrevistas y encuestas.



Anexo 2. Tienda Wallis ubicada en Avenida Rayon Norte contra esquina de Calle Ignacio Zaragoza Oriente.

Objetivo: Dar a conocer su estructura, productos e interior por medio de las imágenes tomadas y plasmadas en este documento.



Anexo 3. Imágenes de los negocios dedicados en un 70 a 100% a la venta de productos chinos.

Objetivo: De la mano de los objetivos específicos poder identificar los sectores geográficos en donde se concentran estos locales.



Fuente: Autoría propia. Empresa Sontay ubicada en Avenida Benito Juárez Norte.



Fuente: Autoría propia. Mollistor negocio dedicado al 100% a la venta de productos Chinos ubicado en Avenida Benito Juárez Sur.



Fuente: Autoría propia. Accesorios de belleza Camila dedicado al 80% en productos chinos, ubicado en Avenida Benito Juárez Sur frente al parque Francisco I. Madero.



Fuente: Autoría propia. Regalos y Accesorios Ali Shop dedicado al 100% a la venta de productos chinos, ubicado en Avenida Gonzalez Ortega Norte.



Fuente: Autoría propia. Accesorios y Pedreria dedicado al 80% a la venta de productos chinos ubicado en Avenida Benito Juárez Norte frente donde se ubicaba el famoso Restaurante Longua.



Fuente: Autoría Propia. Interior de Accesorios Génesis dedicado al 80% de su venta total en productos chinos, ubicado en Avenida Benito Juárez Norte.



Fuente: Autoría propia. Regalos Popeye dedicada al 100% a la venta de juguetes importados de China, ubicado en Avenida Central Norte frente al Banco Citi Banamex.



Fuente: Autoría propia. Mariposa Gama, negocio dedicado al 100% a la venta de productos chinos ubicado Calle Porfirio Diaz oriente como referencia a unos pasos del Hotel Don Quijote.



Fuente: Autoría propia. Vendedor ambulante dedicado al 100% a la venta de productos chinos ubicado entre Avenida Benito Juárez Norte y Calle Morelos Oriente frente al OXXO.



Fuente: Autoría propia. Vendedor ambulante dedicado al 100% a la venta de productos chinos ubicado entre Avenida Benito Juárez Norte y Calle Morelos Oriente a unos pasos de Farmacia Similar.

#### Anexo 4. Mollistor

Objetivo: A través de las imágenes captadas poder mostrar los productos con los que cuenta este negocio dedicado al 100% a la venta de productos chinos.



Fuente: Autoría propia.

#### Anexo 5. Mariposa Gama

Objetivo: A través de las imágenes capturadas en el interior de este negocio poder mostrar los productos con los que cuenta este negocio dedicado al 100% a la venta de productos chinos.



Fuente: Autoría propia.

Anexo 6. Evidencia de las entrevistas llevadas a cabo por las alumnas de la Unicach a cada dueño de los 15 negocios y 2 vendedores ambulantes tomados en cuenta.

Objetivo: Constatar que la información recabada es verídica, exclusiva y obtenida por escrutinio propio de las alumnas al realizar las entrevistas a los dueños de los negocios.



Fuente: Negocio Sontay- Autoría propia



Fuente: Regalos y Accesorios Ali Shop- Autoría Propia

Anexo 7. Prototipo de entrevistas realizadas a 12 dueños de negocios de un 80% a un 100% dedicados en su totalidad a la venta de productos chinos en Huixtla Centro.

Objetivo: En conjunto con uno de los objetivos específicos, se buscó obtener información desde la perspectiva de los dueños de los negocios dedicados a la venta de productos chinos, en base a la visión que tienen de este comercio, las ventajas o desventajas hacia la economía en Huixtla, entre otros temas de interés por exponer.

## Entrevista



### UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS

Hola muy buenos días/tardes nosotras somos alumnas de la universidad de ciencias y artes de Chiapas ubicado en Huixtla, Chiapas, el motivo por el cual estamos robándole unos minutos de su tiempo es para obtener conocimiento y recabar información a través de una entrevista acerca de su empresa que se dedica a la venta de productos chinos y el impacto en nuestra localidad .

1.¿Es originario de Huixtla?  Si  No

¿De donde?

2.¿ Cuánto tiempo lleva viviendo aquí?

3.¿Considera beneficioso para la ciudad de Huixtla el comercio informal?

4. ¿Cuánto tiempo lleva dedicada al comercio informal especialmente la venta minorista?

5.¿Se había dedicado a otro tipo de negocio antes de la venta de productos chinos?

Si  No

6.¿Cómo considera era sus ingresos en ese negocio?

7.¿Considera que usted ha vendido más en los últimos 5 años?

8.Porque optó por dedicarse a la venta de productos chinos?

9.¿Considera la existencia de competidores?  Si  No

¿Cuántos?

10.¿Cuáles considera son las ventajas y desventajas de vender estos productos?

11.¿Cuál es su porcentaje de ganancias mensualmente?

Anexo 8. Prototipo de encuestas realizadas a 259 personas en el rango de edad correspondiente de 12 a 64 años según datos del INEGI como Población Económicamente Activa concentradas en Huixtla Centro.

Objetivo: Obtener información basada en la incógnita del objetivo general, a través de encuestas realizadas a las personas para que desde su percepción y vivencia nos respondieron preguntas acerca de los productos chinos y si para ellos como habitantes de Huixtla ha beneficiado o perjudicado en su economía del municipio.



**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS  
Y ARTES DE CHIAPAS**

Hola muy buenos días/tardes nosotras somos alumnas de la universidad de ciencias y artes de Chiapas ubicado en Huixtla, Chiapas, el motivo por el cual estamos robándole unos minutos de su tiempo es para rellenar esta encuesta que se centra en el impacto de los productos chinos en nuestra localidad , con el objetivo de recaudar la información deseada para nuestro proyecto de titulación como licenciadas en Comercio Exterior .

Sexo:  Femenino  Masculino

Edad:  12 a 30 años  31 a 49 años  50 a 64 años

1.¿Has escuchado acerca de la venta de los productos chinos?  Si  No

2.¿Has comprado productos chinos?  Si  No

3.¿Conoces tiendas locales en Huixtla que se dedican a la venta de estos productos?  Si  No

4.Menciona los que conozcas:

5.¿Qué tipo de productos Chinos has adquirido?

6.¿Qué factores son importantes para usted en la decisión de compra?

Precio  Calidad  Duración

7.-¿Qué tanto te dura un producto chino?

8.- ¿Cómo crees que afectan/benefician estos productos a nuestra economía?

9.-¿Cuántos locales donde venden productos chinos has percibido en Huixtla?

1 a 4  5 a 8  9 a 12

10.- ¿Qué tanto gastas en el momento de adquirir productos chinos?

1 a 100 pesos  100 a 200 pesos  200 a 200 pesos

Anexo 9. Evidencia de la realización de las encuestas portando el uniforme de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, a la población en el centro de Huixtla por parte de las entrevistadoras.

Objetivo: Mostrar a través de las imágenes de autoría propia que fueron llevadas a cabo las encuestas en forma, tiempo y a las personas correspondientes en Huixtla Centro.



Fuente: Autoría propia

## Bibliografías

García Ulloa Armando (2005, septiembre) Huixtla: Lugar de espinas-ciudad de piedra. Libro impreso y hecho en México

Barber Kuri, C. M. (2010, Abril 25). Comercio informal, un ataque económico.  
[https://expansion.mx/opinion/2010/04/23/pirateria-economia-informal-cnnexpansion?\\_amp=true](https://expansion.mx/opinion/2010/04/23/pirateria-economia-informal-cnnexpansion?_amp=true)

Bernal, J. L. (2021). México y China: Una renovada y vigorosa relación bilateral. Revista Comercio Exterior. <https://www.revistacomercioexterior.com/mexico-y-china-una-renovada-y-vigorosa-relacion-bilateral>

Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión. (1889, diciembre 13). Código de comercio [Diario Oficial de la Federación].  
[https://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/c\\_comercio.pdf](https://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/c_comercio.pdf)

Caralampio Culebro, A. (1984). Monografía histórica tradicional de la ciudad de Huixtla (2nd ).

Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. (2005, octubre). México-China: Relaciones desiguales, retos y oportunidades para México. Centro de Estudios de las Finanzas Públicas.  
<https://cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0572005.pdf>

Chavarría Puga, S. AChavarría Santibañez, M. A. (2013, Diciembre). Una aproximación entre el sector formal e informal. Las microempresas en el estado de Morelos, 46. <https://www.revistahypatia.org/cea-rev-46.html>

Códigos Postales Huixtla, Chiapas (2021). Códigos postales de México.  
<https://buscacr.com/codigos-postales/chiapas/huixtla/>

Comercio. (2023, Enero 29). Banco Mundial

<https://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview>

México. (2022). Economía ,empleo, equidad, calidad de vida, educación, salud y seguridad pública en Huixtla. Huixtla Municipios de Chiapas.

<https://datamexico.org/es/profile/geo/huixtla>

El comercio informal y su influencia en los emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí. (2019, Junio 12).

<https://www.redalyc.org/journal/5885/588561531001/html/>

Esquivel García, R., Bello Sabando, B. J., Ormaza Cevallos, M. G. (2019, Junio 12).

El comercio informal y su influencia en los emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí.

<https://www.redalyc.org/journal/5885/588561531001/html/>

Fox, V. (2013, Marzo 20).35 años de relaciones diplomáticas México-China socios estratégicos o competidores Senado de la República.

[https://www.senado.gob.mx/comisiones/relext\\_orgint/eventos/docs/SLL\\_ponencia.pdf](https://www.senado.gob.mx/comisiones/relext_orgint/eventos/docs/SLL_ponencia.pdf)

García, A. K. (2020, Diciembre 17). La economía informal en México genera casi una cuarta parte del PIB. El Economista.

<https://www.economista.com.mx/amp/empresas/La-economia-informal-en-Mexico-genera-casi-una-cuarta-parte-del-PIB-20201217-0036.html>

Gobierno de México. (2018, Diciembre). Huixtla: Economía, empleo, equidad, calidad de vida, educación, salud y seguridad pública. México.

<https://datamexico.org/es/profile/geo/huixtla>

Grupo Porres. (2016). Presentación de Grupo Porres. Ingenio el modelo.

[http://ingenioelmodelo.com.mx/documentos/CoP%202016\\_Ingenio%20Azucarero%20Modelo\\_.pdf](http://ingenioelmodelo.com.mx/documentos/CoP%202016_Ingenio%20Azucarero%20Modelo_.pdf)

Hart, K. (2018, Octubre 25).Economía y comercio informal: algunos conceptos previos <https://fce.unl.edu.ar/jornadasdeinvestigacion/trabajos/uploads/trabajos/94.pdf>

INEGI. (2010). Compendio de información geográfica municipal 2010 Huixtla Chiapas.

[https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexicocifras/datos\\_geograficos/07/07040.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexicocifras/datos_geograficos/07/07040.pdf)

Inegi. (2011). Inicio Temas Comparaciones internacionales.

<https://www.inegi.org.mx/temas/pci/>

INEGI. (2020). Censo de Población y Vivienda. Cuéntame INEGI.

<https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/chis/poblacion/>

Instituto Nacional de Estadísticas. (2002). Población - ¿Qué es población? INE.

<https://www.ine.gob.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/poblacion/que-es-poblacion>

Lorenzana Cruz, B. (2011). El comercio chino en la costa de Chiapas durante los años del mapachismo: 1914-1920. El comercio chino en la costa de Chiapas durante los años del mapachismo: 1914-1920.

<https://repositorio.cesmecha.mx/bitstream/handle/11595/206/Estado%2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Moncada Maya J. O. y Escamilla Herrera, I. (2022). El Ministerio de Fomento, Colonización, Industria y Comercio Estudios Territoriales (1853-1911). Instituto de Geografía.

<http://www.publicaciones.igg.unam.mx/index.php/ig/catalog/download/171/167/987-1?inline=1>

Narváez, H. (2008, Mayo 14). Ingenio de Huixtla Blog. Zona Costa.

[http://zonacosta.blogspot.com/2008\\_05\\_14\\_archive.html](http://zonacosta.blogspot.com/2008_05_14_archive.html)

Paz, E. S. (1995). Huixtla de mis antepasados.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua. Real Academia Española.  
[https://www.rae.es/sites/default/files/Discurso\\_de\\_ingreso\\_Julio\\_Casares.pdf](https://www.rae.es/sites/default/files/Discurso_de_ingreso_Julio_Casares.pdf)

Revista Industria y Negocios. (2021, mayo). El comercio formal y su lucha contra el contrabando. Revista Industria Negocios. <https://revistaindustria.com/2021/05/el-comercio-formal-y-su-lucha-ante-el-contrabando/>

Rodríguez, N., & López, C. (2022, Julio 14). Comercio. Concepto.  
<https://concepto.de/comercio/#ixz7zx887Ks8>

Ruiz, N. (2015, Febrero 03). Comercio informal, solución provisional a la falta de empleo digno | Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. CUCEA. <https://ucea.udg.mx/es/noticia/03-feb-2015/comercio-informal-solucion-provisional-la-falta-de-empleo-digno>

Secretaría de economía. (2019, Noviembre). Inversión Directa de Estados Unidos. Inversión directa de Estados Unidos hacia México.  
<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/515408/DistribuciondeinversiondeEstadosUnidos2019-3T.pdf>

Secretaría de Economía. (2022, septiembre 7). Busca Chiapas generar alianzas comerciales en mercados internacionales. Secretaría de Economía y del Trabajo.  
<https://economiytrabajo.chiapas.gob.mx/noticias/busca-chiapas-generar-alianzas-comerciales-en-mercados-internacionales/>

Secretaría de economía. (2023, Abril 17). Inversión Extranjera Directa | Secretaría de Economía | Gobierno | gob.mx. Gobierno de México.  
<https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/competitividad-y-normatividad-inversion-extranjera-directa?state=published>

Secretaría de Economía y del Trabajo. (2022). Invierte en Chiapas.

<https://economiytrabajo.chiapas.gob.mx/invierte-en-chiapas/>

Secretaria de Relaciones Exteriores. (2014, Noviembre 11). Más sobre la relación bilateral y económica México - China. Gobierno de México.

<https://www.gob.mx/epn/articulos/mas-sobre-la-relacion-bilateral-y-economica-mexico-china>

Secretaria de Relaciones Exteriores. (2022, Abril 18). Relación Económica. Inicio.

<https://embamex.sre.gob.mx/china/index.php/es/la-embajada/relacion-economica>

Senado de México. (2023, Abril). Comisión nacional de inversiones extranjeras.

Gobierno de México.

[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/785699/Informe\\_Congreso-2022-3T\\_\\_VF\\_.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/785699/Informe_Congreso-2022-3T__VF_.pdf)

Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (2018, Junio 19). Palma africana o de aceite en México: cultivo tropical aceitero. Gobierno de México.

<https://www.gob.mx/siap/articulos/palma-africana-o-de-aceite-en-mexico-cultivo-tropical-aceitero?idiom=es>

Sistema integral de comunicación. (2020, Enero 21). Exportaciones Chiapas-China.

Inicia exportación de plátano a China.

<https://prod.senasica.gob.mx/ALERTAS/inicio/pages/single.php?noticia=4289>

Soto, G. (2019, Noviembre 25). Gobernador y dueño del ingenio azucarero de Huixtla, dan banderazo de inicio de la zafra 2019-2020. Diario de Chiapas.

<https://diariodechiapas.com/opinion/gobernador-y-dueno-del-ingenio-azucarero-de-huixtla-dan-banderazo-de-inicio-de-la-zafra-2019-2020/>

Velasco Palacios, A. (1989). Historia de Chiapas.