



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS  
FACULTAD DE NEGOCIOS C-IV**



**Impacto financiero que ha tenido  
en las microempresas con actividad de venta  
de productos de belleza en la  
zona centro de Tapachula  
la llegada de las caravanas migratorias.**

**TESIS**

Que para obtener por el grado de:

**Maestra en Administración  
Con Terminal En Finanzas**

Presenta:

**María Guadalupe Gómez Villatoro B140042**

Directora de Tesis

**Dra. Susana Patricia Sampedro García**

**Tapachula, Chiapas, Junio del 2024.**



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIAPAS  
FACULTAD DE NEGOCIOS C-IV  
COORDINACION DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO



Tapachula, Chiapas.  
Abril 10 de 2024.  
Oficio No. CIP/185/2024.

**C. Gómez Villatoro María Guadalupe**  
Presente.

Por este medio se le informa que, en virtud de haber obtenido los votos aprobatorios del Comité Tutorial del Programa PIGA, como requisito parcial para su examen de grado de la **Maestría en Administración con Terminal en Finanzas**, la Dirección a mi cargo tiene a bien autorizarle la **Impresión de la Tesis**, denominada: **"Impacto financiero que ha tenido en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza, en la zona centro de Tapachula la llegada de las caravanas migratorias"**, asesorado por la **Dra. Susana Patricia García Sampedro**.

Sin más de momento, aprovecho para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE  
"POR LA CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DE SERVIR"

  
Dr. Gilibaldo Hernández Cruz  
Director.



C.e.p. Archivo y minutarío.



Código: FO-113-05-05
Revisión: 0

**CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS DE TÍTULO Y/O GRADO.**

El (la) suscrito (a) MARÍA GUADALUPE GÓMEZ VILLATORO, Autor (a) de la tesis bajo el título de "IMPACTO FINANCIERO QUE HA TENIDO EN LAS MICROEMPRESAS CON ACTIVIDAD DE VENTA DE PRODUCTOS DE BELLEZA EN LA ZONA CENTRO DE TAPACHULA LA LLEGADA DE LAS CARAVANAS MIGRATORIAS" presentada y aprobada en el año 2024 como requisito para obtener el título o grado de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN CON TERMINAL EN FINANZAS, autorizo licencia a la Dirección del Sistema de Bibliotecas Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH), para que realice la difusión de la creación intelectual mencionada, con fines académicos para su consulta, reproducción parcial y/o total, citando la fuente, que contribuya a la divulgación del conocimiento humanístico, científico, tecnológico y de innovación que se produce en la Universidad, mediante la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Consulta del trabajo de título o de grado a través de la Biblioteca Digital de Tesis (BIDITE) del Sistema de Bibliotecas de la Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH) que incluye tesis de pregrado de todos los programas educativos de la Universidad, así como de los posgrados no registrados ni reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del CONACYT.
- En el caso de tratarse de tesis de maestría y/o doctorado de programas educativos que sí se encuentren registrados y reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), podrán consultarse en el Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Chiapas (RIUNACH).

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; a los 10 días del mes de JUNIO del año 2024.

  
MARÍA GUADALUPE GÓMEZ VILLATORO

Nombre y firma del Tesista o Tesistas

# Agradecimiento

Recuerda mirar arriba, a las estrellas, y no abajo, a tus pies.  
Intenta encontrar el sentido a lo que ves,  
y pregúntate qué es lo que hace que el universo exista. Sé curioso.  
Y por muy difícil que te parezca la vida, siempre hay algo que puedes hacer y  
en lo que puedes tener éxito. Lo único que cuenta es no rendirse.  
(Stephen Hawking)

En primer lugar, le agradezco a Dios por haberme permitido salir adelante, por darme salud, confianza y fe para afrontar cada uno de los retos que se me han presentado en el camino.

A mis padres por ser mi inspiración, por enseñarme que con esfuerzo y perseverancia se pueden lograr las metas.

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a la Dra. Susana Patricia Sampedro García mi directora de tesis, por aconsejarme de la mejor manera posible, por su apoyo en los momentos más difíciles que se presentaron, por sus enseñanzas, su paciencia y los conocimientos proporcionados a lo largo de este importante proceso.

Al Dr. Jorge Bermúdez Lazos y al Dr. Christian Mauricio Castillo Estrada, por tomarse el tiempo para leerme, orientarme y hacerme reflexionar sobre diferentes perspectivas de la investigación siendo para mí una guía, apoyo, fuente de inspiración y aprendizaje durante este proceso.

Agradezco especialmente al director de la Facultad el Dr. Gilibaldo Hernández Cruz por haberme apoyado, aconsejado y orientarme en el momento más difícil para no desistir en el camino.

Deseo expresar mi profunda gratitud a la Coordinación de Investigación y Posgrado de la facultad de Negocios C-IV por brindarme su apoyo para la culminación de este proyecto.

Al personal de PIGA quienes me brindaron su apoyo con sus aportaciones y experiencias, gracias a sus conocimientos me permitieron adquirir herramientas para el logro de la tesis.

Al igual que a las personas que aportaron algo directa o indirectamente a esta investigación, por acompañar este camino profesional y ser parte de mi vida.

## **Dedicatoria**

Me gustaría dedicar este logro a mis padres y abuelos que, con su ayuda y comprensión, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño.

A mi papá, aunque ya no este físicamente conmigo, lo llevo siempre en mi corazón y su amor ha estado conmigo hasta el día de hoy.

A mi mamá, por siempre estar ahí cuando mas la he necesitado y por apoyarme en los momentos más difíciles de mi vida.

A mi esposo Anibal, por su apoyo incondicional, por alentar cada uno de mis pasos por no soltar mi mano y estar a mi lado.

A mi hermano, por ser un pilar fundamental en mi vida.

A mi familia, por sus consejos, sus oraciones y palabras de aliento hicieron de mi una persona de bien.

Así mismo dedico este trabajo especialmente a mi bebé que hoy crece en mi vientre por motivarme a salir a delante a pesar de la adversidad, me ha inspirado a luchar por la vida y a tener fe en Dios, me ha dado un motivo especial para querer salir adelante y lograr mis metas.

## INDICE

Resumen

Introducción

Capitulo I. Marco teórico.....	13
1.1. Contexto de Chiapas.....	13
1.1.1. Contexto de Tapachula.....	15
1.2. Migración .....	16
1.2.1. La migración en Chiapas .....	17
1.2.2. Tapachula .....	19
1.3. Empresas.....	22
1.3.1. Clasificación de las empresas .....	22
1.3.2. Comercio .....	25
1.4. Impacto financiero.....	30
1.4.1. Indicador de liquidez .....	31
1.4.2. Indicador de solvencia .....	31
1.4.3. Indicadores de gestión .....	31
1.4.4. Indicadores de rentabilidad.....	32
Capitulo II. Metodología de la Investigación .....	33
2.1. Tema.....	33
2.2. Problemática de la investigación.....	33
2.3. Justificación de la investigación .....	34

2.4. Relevancia, Factibilidad y Pertinencia de la investigación .....	35
2.4.1. Relevancia .....	35
2.4.2. Factibilidad.....	35
2.4.3. Pertinencia.....	35
2.5 Objetivo de la investigación .....	36
2.5.1. Objetivo General.....	36
2.5.2. Objetivos Específicos.....	36
2.6. Preguntas de investigación .....	36
2.7. Hipótesis .....	37
2.8. Variables .....	37
2.9. Aspectos metodológicos de la investigación .....	37
2.9.1. Diseño metodológico .....	38
2.10. Muestra .....	40
2.11. Técnicas de investigación .....	40
2.8.1. Encuesta.....	41
2.9. Estrategia metodológica.....	45
Resultados y discusión.....	47
Conclusión.....	61
Recomendaciones.....	63
Referencias .....	64

## Índice de figuras

	Pág.
Capítulo 1. Marco Teórico	
Figura 1. Estado de Chiapas-----	13
Figura 2. Municipio de Tapachula-----	15
Figura 3. Total, y proporción de Tarjetas de Visitante Regional (TVR) otorgadas en Chiapas, por sexo-----	18
Figura 4 Representación de nacionalidades por ciudad-----	20
Figura 5. Mapa de localidades para monitoreo de flujo migrante en el sur de México-----	21
Figura 6. Clasificación de las empresas-----	22
Figura 7. Proyecciones de venta con un incremento del 5% cada año---	28
Resultados y Discusión	
Figura 1. Ha realizado venta de productos de belleza a personas migrantes-----	47
Figura 2. ¿Cuál es la frecuencia de compra que tienen las personas migrantes en productos de belleza?-----	48
Figura 3. ¿Cuál es la frecuencia de compra que tienen las personas locales en productos de belleza?-----	49

figura 4. ¿Qué rango de precios en productos de belleza adquieren las personas migrantes?-----	50
Figura 5. ¿Qué rango de precios en productos de belleza adquieren las personas locales?-----	51
Figura 6. ¿Qué volumen de compras de productos de belleza considera adquieren las personas migrantes?-----	52
Figura 7. ¿Qué volumen de compras de productos de belleza considera adquieren las personas locales?-----	53
Figura 8. ¿Qué consumidor realiza mayor volumen de compras de productos de belleza?-----	54
Figura 9. ¿Qué porcentaje han aumentado sus ventas por la presencia de las personas migrantes?-----	55
Figura 10. ¿Qué productos de belleza aumentaron sus ventas con la llegada de los migrantes?-----	56

#### índice de Tabla

#### Capítulo 1. Marco Teórico

Tabla 1. Microempresas de giro venta de productos de belleza-----	29
---	----

## Resumen

El presente trabajo denominado Impacto financiero que ha tenido en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula la llegada de las caravanas migratorias, nació al observar que en el año 2021 durante el primer semestre la Comisión Mexicana de Ayuda a Refugiados (COMAR) recibió 35,000 solicitudes de refugio ocasionando una sobrepoblación en el municipio, en las calles la mujeres migrantes ofrecen servicios de belleza como peinados, maquillaje, cosmetología, incrementando la ventas de estos productos en los negocios de belleza, por lo cual a través de este trabajo se estableció como objetivo general Analizar el Impacto financiero que ha tenido en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula con la llegada de las caravanas migratorias, para ello se empleó como método de investigación cuantitativa a través del diseño descriptivo y transversal, empleando como técnica de recolección de datos la encuesta dirigida a los microempresarios de la zona centro de la ciudad de Tapachula que se dediquen a la venta de productos de belleza, como resultado hubo un incremento en el nivel de ventas que estos negocios generaban, a pesar, de este incremento, su principal comprador es la población local, ya que el consumidor extranjero no adquiere productos con frecuencia y en mucho volumen, por lo tanto el impacto financiero que han tenido las microempresas de venta de productos de belleza en Tapachula con la llega de migrantes ha sido bajo.

## Introducción

La presente investigación tiene por nombre El impacto financiero que ha tenido en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula la llegada de las caravanas migratorias, dicho trabajo nació al observar que en el año 2021 durante el primer semestre la Comisión Mexicana de Ayuda a Refugiados (COMAR) recibió 35,000 solicitudes de refugio ocasionando una sobrepoblación en el municipio, en las calles la mujeres migrantes ofrecen servicios de belleza como peinados, maquillaje, cosmetología, incrementando la ventas de estos productos en los negocios de belleza.

El objetivo general de la investigación es Analizar el impacto financiero que han tenido en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula con la llegada de las caravanas migratorias, con apoyo de los siguientes objetivos específicos; conocer la frecuencia de compra de los migrantes en productos de belleza en microempresas de la zona centro de Tapachula; Identificar la población que genera mayores ingresos por las compras de productos de belleza en la zona centro de Tapachula y Establecer el nivel de ventas que han tenido las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula desde la llegada de los migrantes.

Planteando como pregunta de investigación la siguiente ¿Cómo ha afectado financieramente la llegada de las caravanas migratorias a las microempresas de venta de productos de belleza en la zona centro de la ciudad de Tapachula, Chiapas?

Dicho trabajo se integra por los siguientes capítulos:

Capítulo uno denominado Marco teórico, en ella se desarrollaron temas como contexto de Chiapas, contexto de Tapachula, Migración: Chiapas y Tapachula, Empresas, clasificación de empresa, Comercio, Impacto financiero e indicadores de solvencia, de gestión y rentabilidad.

En el segundo capítulo titulado Metodología de la investigación, se integran temas como Selección y definición del tema, Problemática de la investigación, Justificación, Relevancia, Factibilidad y Pertinencia de la investigación, Objetivos de la investigación, hipótesis, aspectos Metodológicos, Diseño Metodológico, Técnicas de Investigación, encuesta y finalmente la Estrategia Metodológica

Además de un capítulo denominado Resultados y discusión: a través del cual se grafican los resultados derivados de haber aplicado el instrumento de recolección de datos, así mismo, se redacta la interpretación de dicha información, además de un apartado de Discusión, donde se establecieron las limitaciones que se presentaron al realizar el presente trabajo.

Un apartado de nombre Conclusión, donde se expone si los objetivos establecidos para este trabajo fueron alcanzados y respondidos por el investigador.

Finalmente, las Referencias bibliográficas que dieron sustento al trabajo de investigación, entre las que se encuentran libros, Revistas, Informes, Antecedentes de trabajos sobre el tema investigado y páginas web.

## Capítulo I. Marco teórico.

En este capítulo se desarrollaron temas como el contexto de Chiapas, contexto de Tapachula, Migración en Chiapas y Tapachula, Empresas, clasificación de empresa, Comercio, Impacto financiero e indicadores de solvencia, de gestión y rentabilidad.

### 1.1. Contexto de Chiapas

Chiapas es un estado que se ubica en la zona suroeste del país, al norte se encuentra con Tabasco, al este y sureste con algunas demarcaciones del país de Guatemala, al sur con el océano Pacífico, al oeste con Oaxaca y al noroeste con Veracruz, como se muestra en la figura 1.

#### Figura 1

Estado de Chiapas.



Nota. En esta figura se identifica el estado de Chiapas dentro de la República mexicana (CHIAPAS, 2024).

Chiapas se encuentra Integrado por 124 Municipios, entre ellos el Municipio de Tapachula, el número de habitantes del estado según estadísticas del 2020 existía un total de 5 543 828 habitantes que ostenta el 4.4 % de la sociedad en el país (SEGOB, 2021)

El estado de Chiapas simboliza el 3.8 % del territorio total del país con 74,415 km<sup>2</sup>, posicionándolo en el 8vo estado de mayor espacio dentro de la República Mexicana (Gobernación, 2023).

En los últimos años, Chiapas, ha sido punto clave para las caravanas migrantes que empezaron a formarse desde 2020, al ser pieza clave por su posición territorial.

Del 2020 al 2021 la presencia de migrantes en el estado aumento en un 169% en comparación con años anteriores, muchos de ellos fueron llevados ante las autoridades correspondiente y muchos otros continuaron su trayecto hacia Estados Unidos (Gobernación, 2023).

La migración de paso irregular es el flujo migratorio de mayor transcendía en el estado. Cada año las cifras van en aumento y con ello una parte minoritaria de ellos ya no continúan su trayectoria, estableciéndose en la zona, incrementando el número de habitantes del estado (Gobernación, 2023).

El sector que genera mayores ganancias para la economía del estado es el Comercio con un 16.07% de la riqueza de la entidad, de 2018 a 2023 solo se tiene registro de un crecimiento económico del 0.82%, porcentaje bajos, sin embargo, en los últimos tres meses del año en curso, se observó un aumento en dichas estadísticas, estableciéndose en 1.44% en promedio (Gobernación, 2023).

### 1.1.1. Contexto de Tapachula

Tapachula deriva del náhuatl Tapachollan, que quiere decir "Tierra anegadiza" o "lugar Inundable", esto debido a que en temporadas de lluvias la región sufre de inundaciones, una vez que esta palabra paso al castellano al pronunciarla sonaba como Tapachula, sin embargo en el año de 1997, en honor al Fray Matías de Córdova y Ordoñez se otorga el nombre oficial de Tapachula de Córdova y Ordóñez solamente a la cabecera municipal, aunque el municipio continua conociéndose como Tapachula; esta se encuentra en la Región del Soconusco, localizada al sur por la Sierra Madre de Chiapas y la diminuta llanura de la costa del sur, identificada como el segundo municipio con mayor número de pobladores en el Estado (INAFED, 2022). (Ver figura 2)

Según datos del Censo de Población y Vivienda efectuado en el año 2020 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Tapachula contaba con 353,706 pobladores, siendo 51.5% mujeres y 48.5% hombres (INEGI, 2023).

#### Figura 2

*Municipio de Tapachula.*



Nota. La figura muestra donde se localiza el Municipio de Tapachula dentro del estado de Chiapas y en la República Mexicana (CHIAPAS, 2024)

Asimismo, la población de Tapachula se encuentra conformada por mestizos, que proviene de la mezcla entre indígenas y españoles, la que ha venido acrecentándose durante el paso de un siglo por los constantes movimientos migratorios que se han llevado a cargo desde inicios de los tiempos, quienes venían a estas regiones en busca de las riquezas naturales, piedras preciosas y demás recursos que se dan en esta tierra (Murillo, 2022).

Estableciendo en el Municipio de Tapachula una diversidad cultural por la mezcla de distintas razas como lo son: alemán, chinos, japoneses, libaneses, franceses, italianos, sirios, iraquíes, estadounidenses, ingleses, holandeses, judíos, africanos e incluso de Oceanía (Murillo, 2022).

## **1.2. Migración**

De acuerdo con (Sanz & Valenzuela, 2020), la palabra Migración se define como la permuta de domicilio que involucra la transferencia de un límite territorial a otro.

Esta actividad ha venido realizándose desde hace siglos, por diversos motivos entre los cuales se puede encontrar, mejores oportunidades de trabajo lo que se ve reflejado en ingresos suficientes para cubrir las necesidades de sus familias, sin embargo, también se da por cuestiones no lícitas, aquellas personas que huyen de sus lugares de origen por problemas con la ley, terrorismo, sentencia de muerte, entre otros (ONU, 2023)

Según estadísticas el índice de individuos que se encuentran viviendo en un territorio diferente al de su origen es alto, de acuerdo con la División de Población

del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (DESA), a partir del primero de julio de 2020, se considera que el índice de migrantes es de aproximadamente de 281 millones, representando el 3,5% a nivel mundial (ONU, 2023).

La migración se da de diferentes formas, se encuentra frecuentemente de manera constante, también se pueden hallar de tipo temporal y aquellas donde los migrantes viajan diariamente hasta llegar a su lugar meta.

Asimismo, al lugar donde llegan los migrantes ya sea temporal o permanentemente, empiezan a formar parte de la economía esto permite que se muevan el sistema monetario reflejándose en un flujo de recursos en beneficio para la sociedad en general.

Finalmente, al cambiar de residencia los migrantes tienen la oportunidad de mejorar su vida y con ello la de sus dependientes (ONU, 2023).

### **1.2.1. La migración en Chiapas**

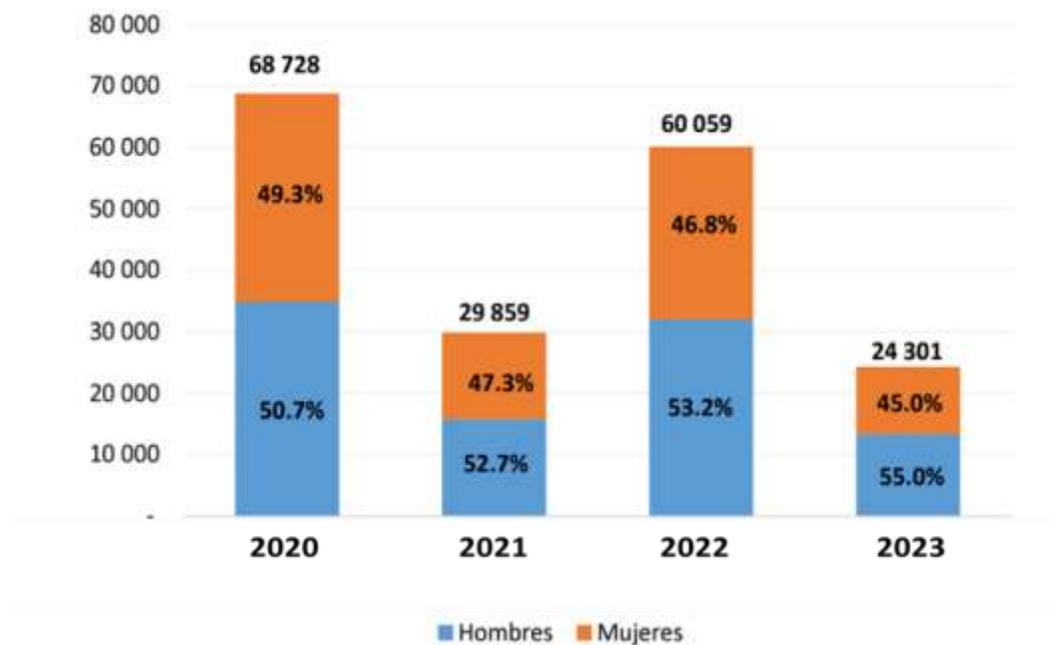
Chiapas se encuentra en la 6ta posición a nivel nacional de migrantes establecidos en el estado. Entre los periodos de 2015 y 2020, se estima que se establecieron casi 56,588, que venían de diferentes lugares (Gobernación, 2022).

Es importante resalta que a partir del 2022 con un 46.5%, el estado de Chiapas se convirtió en el 2ndo lugar en otorgar la documentación legal para que los migrantes se establecieran en esta región, entre las nacionalidades que alcanzaron este beneficio se encuentra Honduras, Guatemala y El Salvador.

De igual manera en el mismo año, se entregaron 115 mil 526 tarjetas de visitantes bajo el concepto de razones humanitarias, esto colocó al estado en el primer lugar en emitir Tarjetas Humanitarias, como se observa en la figura 3.

### Figura 3

*Total, y proporción de Tarjetas de Visitante Regional (TVR) otorgadas en Chiapas, por sexo.*



Nota. En esta figura se observa cómo ha sido la fluctuación de migrantes residentes en Chiapas en los últimos cuatro años, siendo los años 2020 y 2022 donde se registraron los índices más altos de entrega de tarjetas de visitante regional, es decir, que solo están de paso por un determinado periodo, reportándose una baja en la entrega de dichas tarjetas para el año 2023 (Gobernación, 2022).

El estado de Chiapas es uno de los estados que representan la entrada al país por encontrarse en la zona fronteriza del sur, lo que ocasiona que siempre tenga ingresos de personas migrantes, y donde se concentran para efectuar sus trámites con la finalidad de continuar su travesía sin problemas legales.

Anteriormente Tapachula era la única sede que se encargaba de realizar los trámites migratorios en la frontera sur, pero, debido a la demanda que se generó en los últimos años, se estableció en Tuxtla Gutiérrez oficinas que apoyaran con la realización de estos escritos, con el propósito de que los migrantes no continuaran por tiempo en el Estado (Gobernación, 2022).

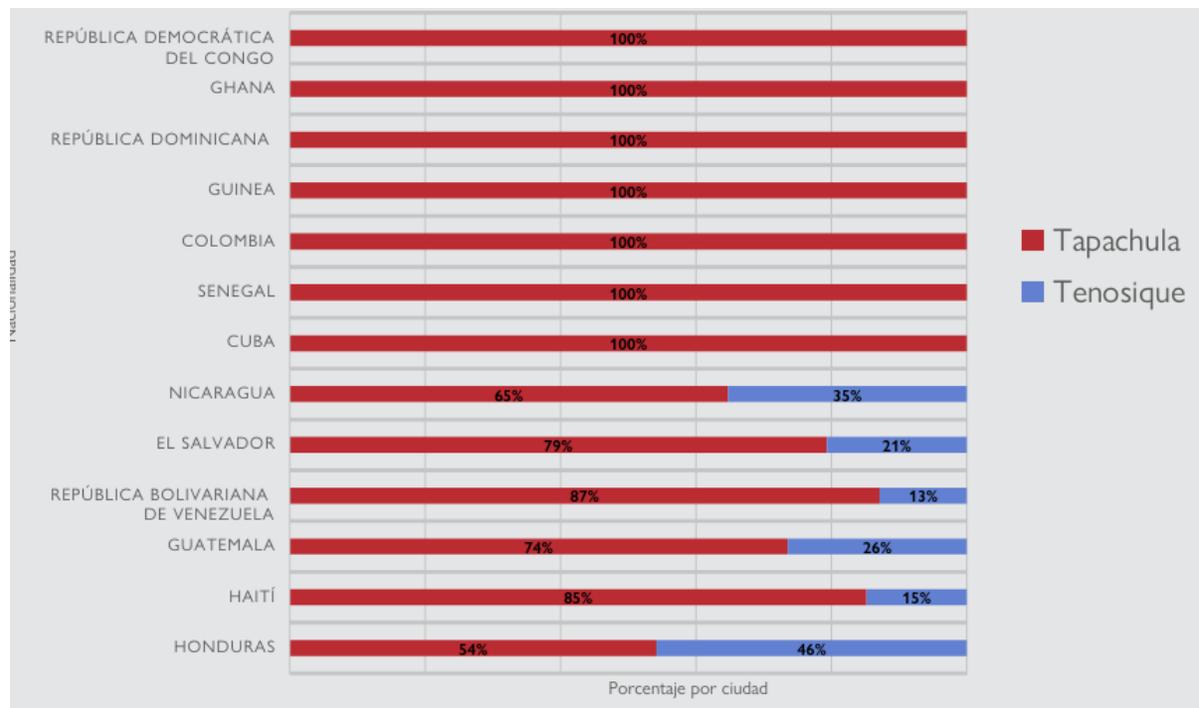
### **1.2.2. Tapachula**

Tapachula es uno de los municipios que han sido sede de la llegada de grandes cantidades de migrantes, fue en 2021 que estas cifras se desbordaron a raíz de llegada de las famosas caravanas migrantes, según la Comisión Mexicana de Ayuda a Refugiados (COMAR), este municipio informó de la gestión de 89.636 solicitudes para ser admitidos bajo el término de Refugiado (Canché, 2022).

Sobresale personas de las siguientes nacionalidades: Honduras, Haití, Cuba y la República Bolivariana de Venezuela, mismo que hoy realizan actividades laborales para permanecer en este municipio, como se indica en la figura 4.

## Figura 4

*Representación de nacionalidades por ciudad.*



Nota. Como se observa en la figura los municipios de Chiapas que tienen mayor número de migrantes son Tapachula y Tenosique, los cuales son considerados como entradas de migración al país (Canché, 2022).

Por lo que se mantiene un constante monitoreo en dos puntos importantes del Estado de Chiapas, Tapachula y Tenosique, como se indica en la figura 5.

## Figura 5

*Mapa de localidades para monitoreo de flujo migrante en el sur de México.*



Nota. Para organizaciones como el INM y la OIM, Tapachula y Tenosique son dos puntos claves de monitoreo migratorio a nivel internacional (Canché, 2022).

Según las estadísticas del Boletín Mensual de la Unidad de Política Migratoria, en el apartado Registro e Identidad de Personas, únicamente en el municipio de Tapachula se otorgaron alrededor de 11,501 Tarjeta de Visitante por Razones Humanitarias (TVRH), lo que se representan en un 50% de las tarjetas entregadas en el país durante los tres primeros meses del año 2022 (Canché, 2022).

## 1.3. Empresas

De acuerdo con (Bueno, 2020) empresa es un organismo financiero en el que se constituyen con validez los componentes mercantiles para elaborar bienes y valores para el mercado con el esfuerzo de obtener algunos objetivos, en otras palabras, se enuncia también como un procedimiento que integra los recursos humanos, tecnológicos y monetarios, encaminados a alcanzar los objetivos que se fijaron al inicio.

### 1.3.1. Clasificación de las empresas

Existen diversas clasificaciones para una empresa, como se aprecia en la figura 6.

#### Figura 6

*Clasificación de las empresas.*



Nota. En esta figura se observan las diferentes clasificaciones que se le dan a una empresa de acuerdo con el autor (Sádaba, 2002).

Por su tamaño según (Hernandez, 2000)

- Microempresas. En este tipo de empresas solo trabajan máximo 10 personas, además que sus ingresos no rebasan los cuatro millones de pesos. La mayor parte de los trabajadores son familia, no cuentan con un organigrama, y en repetidas ocasiones, acceder a los créditos de financiamiento por su tamaño no es de fácil obtención.
- Pequeñas y medianas empresas (pymes). Esta empresa en su estructura de trabajo cuenta de 11 a 250 empleados y su rango de facturación oscila entre los cuatro y los 250 millones de pesos, presenta un organigrama de jerarquías y delega funciones.
- Grandes empresas. Se consideran aquellas que cuentan con más de 250 empleados, además de tener un capital de más de 250 millones de peso, son compañías ya estructuradas, cuentan con un director general, una asamblea de accionista, hasta un nivel técnico, sistemas tecnológicos y con conexiones nacionales internacionales.

Sector Económico según (Gutiérrez, 2020).

- Sector primario. Los negocios que se encuentran en este sector realizan actividades como la extracción, recaudación y el cambio de su estado natural a materias que se pueden emplean en la pesca, agricultura, ganadería, silvicultura, tala de árboles, entre otras.

- Sector secundario, aquí se trabaja con la materia prima para elaborar cosas o artículos para el uso y consumo de los seres vivos.
- Sector terciario, en dicho sector se efectúan todos los servicios que tiene por objetivo brindar satisfacción a terceros que emplean dichos servicios.

En este sector se encuentran los negocios de venta de productos de belleza, que es el tema de investigación de dicho trabajo.

- Sector cuaternario, algunos consideran este último sector otros no, en él se encuentra todas aquellas actividades derivadas de la tecnología, exploraciones, o reportes que proporcionan un beneficio social a la comunidad.

#### Ámbito de actuación según (Gutiérrez, 2020)

- Locales, son las que ejercen sus actividades dentro de su mismo lugar, municipio.
- Nacionales, que realizan actividades dentro del país.
- Multinacionales/internacionales: aunque su establecimiento se encuentre en el país, realizan envíos a diferentes partes del mundo.
- Transnacionales, tiene establecimientos en cualquier otra parte del mundo, donde ejercen sus operaciones.

#### Procedencia de capital según (Gutiérrez, 2020)

- Públicas: su inversión se deriva del propio estado, cuyo objetivo es resolver aquellas carencias que vive la sociedad, brindan un servicio en algunos

casos a costos accesible que le permitan continuar desempeñando sus funciones.

- Privadas: el recurso económico de esta empresa proviene de inversionistas pueden ser locales, nacionales o internacionales, están enfocadas a goce y disfrute de las personas y la venta de sus servicios tiene costos altos para recuperar su inversión.
- Mixtas: en estas empresas están presente tanto inversión pública e inversión privada.

### **1.3.2. Comercio**

El antecedente del comercio tiene mayor énfasis en la Edad Media con la creación de la invención de la máquina de vapor y el ferrocarril en el siglo XIX. Esto dio lugar a un desarrollo impresionante para el país, en todos los aspectos, principalmente en el comercial, ahora ya se podía ir y venir de diferentes puntos dando como resultado que se adquirieran productos de otras regiones, estrechando lazos de negocios, ayudando con ello a la económica de las regiones y del país.

Ahora bien, con la inserción de la tecnología, el comercio ha traspasado fronteras se puede comprar en todas partes, a diferentes horas del día y en muchas ocasiones a precios más accesibles que en su misma localidad, se ha dado un cambio, positivo para el mundo entero, hoy en día la diferencia de moneda no representa ningún inconveniente al momento de adquirir algún producto (Bown, 2023).

La palabra Comercio hace alusión al acto de adquirir y entregar bienes a los clientes finales para satisfacer sus necesidades, y por comerciante entendemos que es el individuo que ejerce dicha acción (SCIAN, 2020).

Esta actividad de comercio al igual la producción se encuentra entre las primeras acciones para mover la economía, convirtiéndose a nivel mundial la que mueve el dinero en grandes volúmenes (SCIAN, 2020).

Uno de los tipos de comercio, es el que se menciona a continuación (Bown, 2023)

Comercio interior, esta se efectúa dentro de la misma área en la que encuentra, puede ser local o nacional.

Comercio exterior, este tipo de compras se realiza en empresas que no se ubican en el territorio nacional y por lo general se llevan a cabo vía internet, vía telefónica o por página web.

Comercio mayorista o al por mayor: en este tipo de comercio se manejan grandes volúmenes de productos lo que permite obtener mejores oportunidades de precios y obtener ganancia a la hora de vender.

Comercio minorista o al por menor: este tipo de comercio maneja bajos volúmenes de compra, sus precios finales reflejan un aumento para obtener una pequeña ganancia (Bown, 2023)

A nivel mundial en el año 2023 la industria de la belleza facturo US\$800.000 millones a nivel mundial, estableciendo un 50% de incremento en relación con el año 2017 donde únicamente se tuvo el registro de venta por US\$530.000 millones, según cálculos de la Cámara de Comercio de Bogotá (Rincon, 2024).

El director General de L'oreal comento que, de acuerdo con la demanda del mercado, implemento la comercialización de productos como pestañas y cosmético de cejas entre su catálogo. L'oreal fue otra de las industrias que tuvo que adaptarse a las necesidades que el mercado exigía (Rincon, 2024).

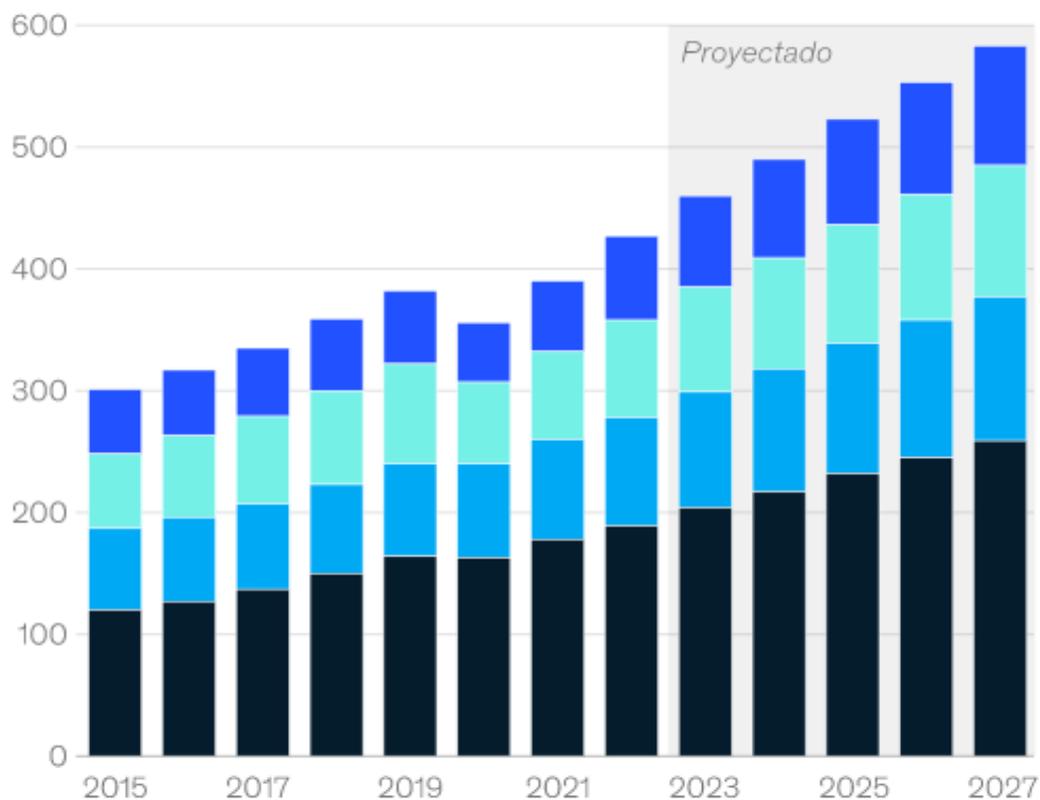
Esto se vio reflejado en las cifras que se arrojaron en el 2022 con un volumen de venta de US\$42.069 millones en 2022, superando el volumen de ventas del 2021 en un 18.5% (Rincon, 2024).

Para la empresa Mary Kay, el incremento de venta de productos de belleza, se debe principalmente, a las nuevas generaciones, las redes sociales, quienes han promovido la importancia del cuidado personal, además de la facilidad que proporciona hoy en día las ventas por medio de la web, lo cual ha duplicado en gran medida su comercialización.

A nivel mundial se estima que para el 2024, la industria del cuidado personal incremente sus ventas en un 5% cada año (CIEN, 2022). (Ver figura 7)

## Figura 7

*Proyecciones de venta con un incremento del 5% cada año.*



Nota. De acuerdo con las agrupaciones mundiales líderes en productos de belleza se estima un aumento de ventas por año del 5% anual, lo que aproximadamente proporciona un volumen de ventas por \$ 504 mil millones únicamente en productos de belleza y cuidado personal (CIEN, 2022).

A nivel nacional, la venta de productos de belleza y cuidado personal en México fue de 11,34 mil millones en 2024 durante el primer trimestre del año, y las expectativas para el 2029 es lograr los 15,21 mil millones, por lo que, se considera alcanzar un aumento del 6,05% entre dicho rango de tiempo (Kay, 2024)

A nivel local según datos obtenidos por el Censo Económico del INEGI,

Tapachula cuenta con 15 mil 688 negocios, mismos que solo 6 mil 969 son microempresa.

Los negocios con giro de venta de productos de belleza y cuidado personal, se encuentra dentro de la clasificación de microempresas por número de personal que tiene a su cargo y el monto de su capital, ver Tabla 1.

En el año de 2023 Tapachula reporta ingresos de productos de belleza aproximadamente por \$100 mil a \$150 mil MXN mensuales (CIEN, 2022).

**Tabla 1**

*Microempresas de giro venta de productos de belleza.*

Negocios de venta de productos de Belleza en Tapachula		
	Nombre	Sucursales
1	Distribuidora Mairim	2
2	Probelli Tapachula	1
3	Bo Belleza Orgánica	1
4	Bellísima de Chiapas	2
5	Sally	3
6	Solo Uñas Fantasy Tapachula	1
7	Master Nail's Tapachula	1
8	Cosméticos Mayoreo y Uñas Siempre bella	1
9	Karla Cosméticos	2
10	Bella Cosméticos Tapachula	2
11	Cosmos Distribuciones	1
12	Aveo	3

Nota. Esta tabla muestra los diferentes negocios de venta de productos de belleza que están ubicados en la ciudad de Tapachula, así también las sucursales con las

que cuenta. Elaboración propia.

Entre los artículos de venta que ofrecen estos negocios se encuentran tintes de diferente marcas, acrílicos, maquillaje, shampos especiales, herramientas para cortes de cabello, perfiladoras, productos para alaciados, uñas, pegamento, pedrería, ampollitas, ganchos de cabello, mascarillas tanto faciales como para el cabello, peróxidos de diferentes volúmenes, gel, ceras, equipos como lámparas para secado de acrílico, tinas para pedicura, carritos de estación, cabezales, entre muchos otros artículos y productos, que emplean los trabajadores o dueños de salones de belleza.

#### **1.4. Impacto financiero**

El término de impacto financiero hace referencia a la causa a través de la que diversos actores que integran un negocio conseguirán valorar al negocio en variados contextos para establecer los semblantes que forman una elección consistente que pueda afrontar ambientes futuros (Herrera & León, 2022).

Cuando se habla de impacto, de él se deriva dos opciones peligros y/u beneficios, esto de acuerdo con los antecedentes de cada unidad de estudio, esto nos permitirá conocer si el aumento de los beneficios está sustentado y emplear estrategias que continúen con este incremento, o bien, encontrar cual han sido las fallas para mejorarlas y empezar a obtener resultados favorables para la empresa (Dotres, Zúñiga, & Cruz, 2019).

De acuerdo con (PWC, 2022) se encuentran tres tipos de impacto:

- Impacto directo: hace referencia a la relación del valor con todos aquellos que en primera instancia los cambios monetarios afectan de manera instantánea.
- Impacto indirecto: en él intervienen todos aquellos que en segundo lugar obtienen un beneficio o riesgo de las utilidades que genera un negocio.
- Impacto inducido: esta nace por las acciones que promueven los empleados para elevar el número de ventas de un producto o servicio.

#### **1.4.1. Indicador de liquidez**

La palabra liquidez hace referencia al dinero que se tiene para liquidar los compromisos económicos que se adquirieron en un tiempo corto, de igual forma la facilidad que tiene la empresa para obtener sus ganancias sin llegar a tener dificultades para ello (Maruri, 2021).

#### **1.4.2. Indicador de solvencia**

Otro nombre que recibe este indicador es endeudamiento, es decir, para no descapitalizar a los negocios se adquieren inversiones, a través de este indicador la empresa presentara el compromiso de realizar el pago de ello, es decir, la facilidad de pagar inversiones y continuar creciendo con más inversiones (Maruri, 2021).

#### **1.4.3. Indicadores de gestión**

Este punto hace a la capacidad de un negocio para utilizar sus patrimonios en relación con la rapidez de generar riquezas de la inversión adquirida. A través

de ella se mide el tiempo en que una empresa efectúa sus actos para transformar los pasivos en activos (Maruri, 2021).

#### **1.4.4. Indicadores de rentabilidad**

En otros términos en este punto se habla de utilidades, que permitirán a la empresa asentarse en el mercado y tener proyecciones a futuro, se integra por dos punto relevantes que son el precio de venta y el costo, el resultado de ejercerlos emite dos situaciones, una positiva que da estabilidad y confianza a la empresa y la segunda, de manera negativa, que cuestiona todo su esquema de trabajo y los invita a reestructurar sus proceso con la finalidad de obtener resultados positivos (Maruri, 2021).

## **Capítulo II. Metodología de la Investigación**

En el siguiente capítulo se describen puntos como lo siguiente: Tema, Problemática de la investigación, Justificación, Relevancia, Factibilidad y pertinencia de la investigación, Objetivos de la investigación, aspectos metodológicos, diseño metodológico, técnicas de investigación y estrategia metodológica.

### **2.1. Tema**

Impacto financiero

### **2.2. Problemática de la investigación**

Durante el año 2021 en los primeros seis meses, mismos que comprenden de enero a junio la Comisión Mexicana de Ayuda a Refugiados (COMAR) recogió 35,000 documentos de protección, dicha cantidad representa un 70% de solicitudes en México, al mismo tiempo el Instituto Nacional de Migración (INM) gestionó 13,063 fichas de visitantes bajo el término de cuestiones humanitarias, enunciado en un 56.70% del total del país (ONU, 2021).

Esta cuantía migrante ha inundado a Tapachula de su presencia, lo que se refleja en un excedente de habitantes, ocasionando problemas para cubrir los aspectos básicos como lo son la parte económica, salud e higiene, observando en diversas ocasiones hacen de las vialidades públicas sus dormitorios, afectando a la población, dado que ya no permiten transitar de manera normal, y que en varios momentos han provocado accidentes (ONU, 2021).

De igual manera se puede observar que derivado de dichas situaciones, migrantes tanto mujeres como hombres han empezado a ofrecer servicios de belleza a la población en general, como lo es maquillaje, corte de cabello, peinados, aplicación de tintes, perfilado de barba, entre otros, a través de estas actividades ellos generan sus recursos económicos para cubrir sus necesidades básicas.

Esto nos lleva a plantearnos la siguiente pregunta de investigación ¿cuál es el impacto financiero que han tenido las microempresas con actividad de venta de productos de belleza del sector comercio en la zona centro de Tapachula derivado de las caravanas migratorias?

### **2.3. Justificación de la investigación**

Por el comportamiento de los últimos tres años del movimiento migratorio. Resulta de interés conocer si el presente fenómeno es favorable o desfavorable para las microempresas del sector comercio que se dedican a la venta de productos de belleza en la zona centro donde la mayor parte de los migrantes ofrecen sus servicios.

El estudio es potencial, debido que se tiene la experiencia indispensable y el apoyo de las autoridades correspondientes, dado que es una información pública en las plataformas digitales.

Como estudiante de la maestría en administración con terminal en finanzas, dicha investigación planteada contribuye a saber y entender el impacto financiero que provocan en la economía la presencia de los migrantes.

## **2.4. Relevancia, Factibilidad y Pertinencia de la investigación**

A continuación, se establecerá la relevancia, factibilidad y pertinencia de la investigación.

### **2.4.1. Relevancia**

El tema nos permitió conocer como se ha beneficiado los negocios de venta de productos de belleza con la llegada de los migrantes a este municipio, al permanecer por una temporada en esta ciudad por sus trámites migratorios, tienen que generar ingresos para cubrir sus necesidades básicas, es por ello, que esta investigación nos proporciona información relevante sobre esta relación migrante-economía.

### **2.4.2. Factibilidad**

Es un tema de interés por lo que el acceso a la información ha sido de manera fácil, a través de investigaciones como artículos de investigación, libros, documentos, páginas en internet, la experiencia de haber sido parte del manejo de estas, logrando desarrollar la siguiente investigación.

### **2.4.3. Pertinencia**

El tema es pertinente a la Maestría en Administración con formación en Finanzas, porque se enfoca a conocer y analizar el impacto financiero que tiene para la ciudad de Tapachula y los negocios de productos de belleza, la llegada de los migrantes a esta localidad, esto permite brindar una mejor perspectiva de crecimiento económico a los empresarios.

## **2.5 Objetivo de la investigación**

A continuación, se describe el objetivo general y los objetivos específicos que llevarán a lograr la presente investigación.

### **2.5.1. Objetivo General**

Analizar el impacto financiero que han tenido en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula ante la llegada de las caravanas migratorias.

### **2.5.2. Objetivos Específicos**

- Conocer la frecuencia de compra de los migrantes en productos de belleza en microempresas de la zona centro de Tapachula.
- Identificar la población que genera mayor demanda en la compra de productos de belleza en la zona centro de Tapachula
- Determinar el incremento en el ingreso que han tenido las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula desde la llegada de los migrantes

## **2.6. Preguntas de investigación**

A continuación, se establecen las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Con que frecuencia los migrantes compran productos de belleza en las microempresas de la zona centro de Tapachula?
2. ¿Qué población es la que le genera mayores ingresos de productos de belleza a las microempresas de la zona centro de Tapachula?
3. ¿Cuánto ha sido el incremento de los ingresos de las microempresas con actividad de venta de productos de belleza de Tapachula con la llegada de migrantes?

## **2.7. Hipótesis**

H1. La frecuencia de compras de productos de belleza que tienen los migrantes es semanal.

H2. La población de migrantes es la que genera el 80% de los ingresos en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza.

H3. Las microempresas con actividad de venta de productos de belleza han incrementado un 80% sus ingresos desde la llegada de los migrantes.

## **2.8. Variables**

A continuación, se establecen las siguientes variables

1. Compra de productos de belleza
2. Población de migrantes
3. Ingresos.

## **2.9. Aspectos metodológicos de la investigación**

En la elaboración de este trabajo se utilizó la metodología de investigación cuantitativa, con un diseño descriptivo y transversal.

La investigación cuantitativa reside en recoger y examinar números. Este método es perfecto para igualar predisposiciones y promedios, elaborar pronósticos, demostrar relaciones y conseguir respuestas frecuentes de poblaciones de gran cantidad (Ortega, 2020).

La metodología cuantitativa está integrada por procesos y técnicas que pretenden acercar a la idea de la situación social por medio de la prolongación,

trascendencia y significado de los sucesos estudiados, con ayuda de sujetos de análisis (Rosado, 2020).

Se concentra en los factores visibles aptos de cuantificación para representar o exponer los sucesos sociales, y emplea la estadística para el estudio de la información. Este método usa de preferencia datos medibles que detallen o manifiesten los hechos analizados (Rosado, 2020).

A través de ella se logra saber la opinión de un grupo indefinido de individuos con relación a sus dogmas, principios, prácticas, preferencias, inquietudes, etc (Rosado, 2020).

### **2.9.1. Diseño metodológico**

El **diseño transversal** es una forma de análisis observacional que examina información de un grupo de estudio en un período determinado (Nacional, 2023).

La información compilada en este tipo de diseño procede de individuos que son semejantes en la mayoría de las variables, dejando fuera la variante que se encuentra en proceso. Esta variante persiste firme durante el desarrollo del proceso (Vega, Maguina, & Soto, 2021).

La exploración transversal o la exposición transversal, apoya a seleccionar un gran porcentaje de información de tarea vertiginosa que favorece las disposiciones y la acogida de productos o servicios.

Ventajas de los estudios transversales (Vega, Maguina, & Soto, 2021)

- Fáciles de comprender
- Las Variantes se reúnen al instante

- No es un diseño único se puede alternar con otros
- Facilita el estudio descriptivo
- puede derivar otras indagaciones

Desventajas de los estudios transversales (Vega, Maguina, & Soto, 2021)

- No se adapta a exploraciones con tiempo establecido
- No es fácil encontrar individuos con variantes semejante
- En investigaciones que incluyan emociones se observa un sesgo en los efectos
- No concreta un informe

El **diseño descriptivo** se ocupa de detallar las particularidades de la cantidad que está analizando, se enfoca en el “qué”, y no en el “por qué” del objeto de exploración (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020).

Es decir, su finalidad es narrar el medio de un fragmento demográfico, sin ajustarse en los conocimientos por las que se origina un concluyente estudio.

Algunas particularidades que diferencian a la exploración descriptiva son:

Investigación cuantitativa: es un procedimiento que pretende coleccionar datos que se empleen en el estudio estadístico del modelo de población. Es un instrumento público de exploración de mercado que consiente en seleccionar y relatar el entorno del área analizada.

Variantes no vigiladas: ninguna de las variantes se afecta de ninguna forma, emplea procesos de información para producir la indagación, por ello la conducta de la variante no se encuentra en lo que el investigador diga (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020)

Estudios colaterales: es un análisis cruzado de diversos mecanismos concernientes al conjunto.

Fundamentos para una investigación: La información obtenida y estudiada a raíz de una indagación descriptiva tiene alcances profundos empleando diferentes técnicas.

## **2.10. Muestra**

El universo se define como el grupo de individuos, objetos o hechos sometidos a una investigación, que presentan ciertos particulares concluyentes. Ante la peripecia de averiguar el conjunto en su totalidad, se elegirá un subconjunto que lleva el nombre de muestra (Snedecor & Cochran, 2004).

Para esta investigación se tiene registro de un universo de 32 microempresas ubicadas en la zona centro de Tapachula dedicadas a la venta de productos de belleza, de las que se tomara como muestra 12 microempresas ubicadas en la zona centro de Tapachula que son las casas matrices de casatienda.

La muestra se establecerá través de la muestra no probabilística dirigida “sujetos típicos”

## **2.11. Técnicas de investigación**

La acogida de fundamentos hace referencia a la utilización de una gran variedad de técnicas y herramientas que se pueden emplear por el analista para realizar los sistemas de información, para este trabajo se empleó la Encuesta que

estará dirigido a 12 dueños de empresas dedicadas a la venta de productos de belleza.

### **2.8.1. Encuesta**

Esta técnica reside en compilar datos relacionadas a un grupo específico de participantes denominada muestra, por ejemplo: información general, acuerdos, propuestas o contradicciones que se suministran a interrogantes sobre diferentes indicadores que se procuran averiguar por medio de ese medio (León, 2019).

Esta técnica está muy divulgada en el espacio de la exploración social, a tal grado que la mayoría de los individuos que tienen otros estudios distintos a las ciencias sociales confunden a la encuesta con las investigaciones sociales.

Una Encuesta es una indagación ejecutada sobre una ejemplar de objetos específicos de un agrupado extenso, que se realiza en el argumento de la vida diaria, empleando ordenamientos generalizados de pregunta, con el objeto de alcanzar comprobaciones de una enorme diversidad de tipos imparcial y personales de la población (León, 2019).

La Encuesta es una forma que consiente investigar asuntos que conciben a la imparcialidad y así mismo lograr esa averiguación de una representación de personas, aprueba examinar el sentir y los valores actuales de una población.

Se enfoca en la compilación informativa en relación con un porcentaje de la población a la que se le conoce como muestra, como: fichas habituales, acuerdos, indicaciones o consultas que faciliten interrogantes que abarquen diferentes áreas que brinden datos indispensables para el desarrollo de esta investigación (León,

2019).

De los más usados en el campo de la indagación social, que en repetidas ocasiones es confundida por otras áreas, donde le dan el nombre de investigación social.

Una Encuesta es una exploración ejecutada sobre ciertos sujetos que constituyen un todo, se produce en la vida cotidiana, manejando ordenamientos iguales de preguntas, con la meta de conseguir comprobaciones numéricas de un caso de estudio.

#### *Guion de encuesta*

Trabajo de investigación titulado: Impacto financiero que ha tenido en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula la llegada de las caravanas migratorias.

Objetivo: Analizar el impacto financiero que ha tenido en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula ante la llegada de las caravanas migratorias.

Instrucción: Reciba un cordial saludo, solicitamos subraye la respuesta que considere correcta.

1.- Ha realizado venta de productos de belleza a personas migrantes

- a) Si
- b) No

2.- ¿Cuál es la frecuencia de compra que tienen las personas migrantes en productos de belleza?

- a) Diaria
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual

3.- ¿Cuál es la frecuencia de compra que tienen las personas locales en productos de belleza?

- a) Diaria
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual

4.- ¿Que rango de precios en productos de belleza adquieren las personas migrantes?

- a) \$50.00 a \$100.00
- b) \$101.00 a \$500.00
- c) \$501.00 a \$1,000.00
- d) \$1,001.00 a \$1,500.00
- e) \$1,501.00 en adelante

5.- ¿Que rango de precios en productos de belleza adquieren las personas locales?

- f) \$50.00 a \$100.00
- g) \$101.00 a \$500.00
- h) \$501.00 a \$1,000.00

i) \$1,001.00 a \$1,500.00

j) \$1,501.00 en adelante

6.- ¿Que volumen de compras de productos de belleza considera adquieren las personas migrantes?

a) Bajo

b) Regular

c) Alto

7.- ¿Que volumen de compras de productos de belleza considera adquieren las personas locales?

a) Bajo

b) Regular

c) Alto

8.- ¿Que consumidor realiza mayor volumen de compras de productos de belleza?

a) Persona Locales

b) Personas migrantes

9.- ¿Qué porcentaje han aumentado sus ventas por la presencia de las personas migrantes?

a) 25%

b) 50%

c) 75%

d) 100%

10.- ¿Que productos de belleza aumentaron sus ventas con la llegada de los

migrantes?

- a) Tintes
- b) Tratamientos capilares para mujeres
- c) Material y accesorios para uñas acrílicas
- d) Tratamiento capilar para caballero
- e) Herramientas (máquina de corte, tijeras, perfiladoras, peines, ganchos, pasadores)

## **2.9. Estrategia metodológica**

En este apartado se describe cada secuencia a seguir para llevar a cabo la realización del trabajo.

En primer lugar, se solicitará una cita con la directora donde se abarquen los puntos siguientes: diseño del tema y redacción de los objetivos de dicho trabajo, para elaborar el cronograma que marcara las pautas en el desarrollo de esta investigación.

De esta manera se iniciará la búsqueda de datos en artículos, revistas, libros, páginas web, que permitirá extraer sustento teórico y legal relevante para fundamentar lo establecido en sus metas.

Al término de la recopilación de datos, se comenzará con el diseño de los instrumentos de información, tal es el caso de la encuesta, conformado de 10 preguntas enfocadas a los empleados del departamento de compras de la constructora y la entrevista estructurada a los encargados del área de compras, almacén y finanzas.

Al finalizar el punto anterior, se realizará la tabulación y análisis de los resultados obtenidos después de haberse aplicado la encuesta, mismas que para su mayor comprensión se graficarán, con ello se finalizará este proceso de análisis

Finalmente, se escribirá las Conclusiones a las que llego el investigar después de haberse analizado los resultados anteriores, donde se establecerán algunas recomendaciones para mejorar aquellas áreas, procesos, y lineamientos que ocasionen los problemas en la empresa.

Se realizará la primera revisión general de la investigación, donde se reciben comentarios y sugerencias que fortalecerán el contenido del trabajo.

## Resultados y discusión

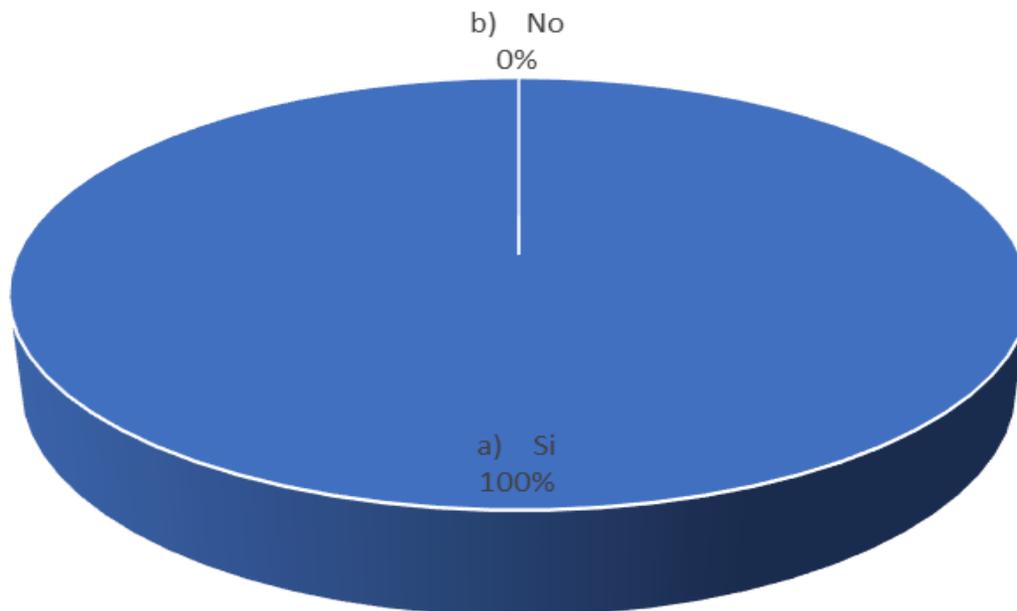
En el siguiente apartado se realizó el análisis de los resultados obtenidos después de haber aplicado el instrumento (Encuesta) a 12 negocios que son las matrices, tiene como giro la venta de productos de belleza y se ubican en el centro de la ciudad de Tapachula, Chiapas.

### Visualización de gráficos

A continuación, se presenta gráficamente el resultado obtenido de la encuesta aplicada.

#### Figura 1

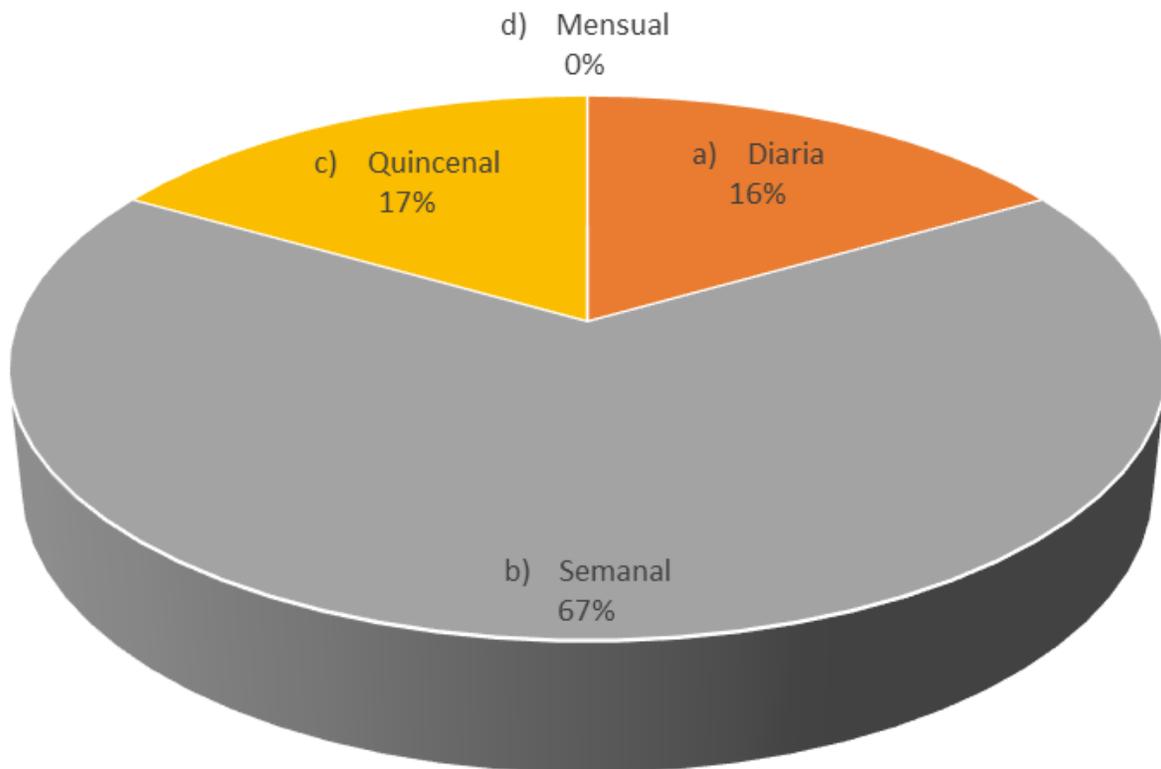
*Ha realizado venta de productos de belleza a personas migrantes.*



Nota. Los negocios que tienen como giro la venta de productos de belleza todos en algún momento del 2021 para la actualidad han efectuado ventas a personas migrantes.

**Figura 2**

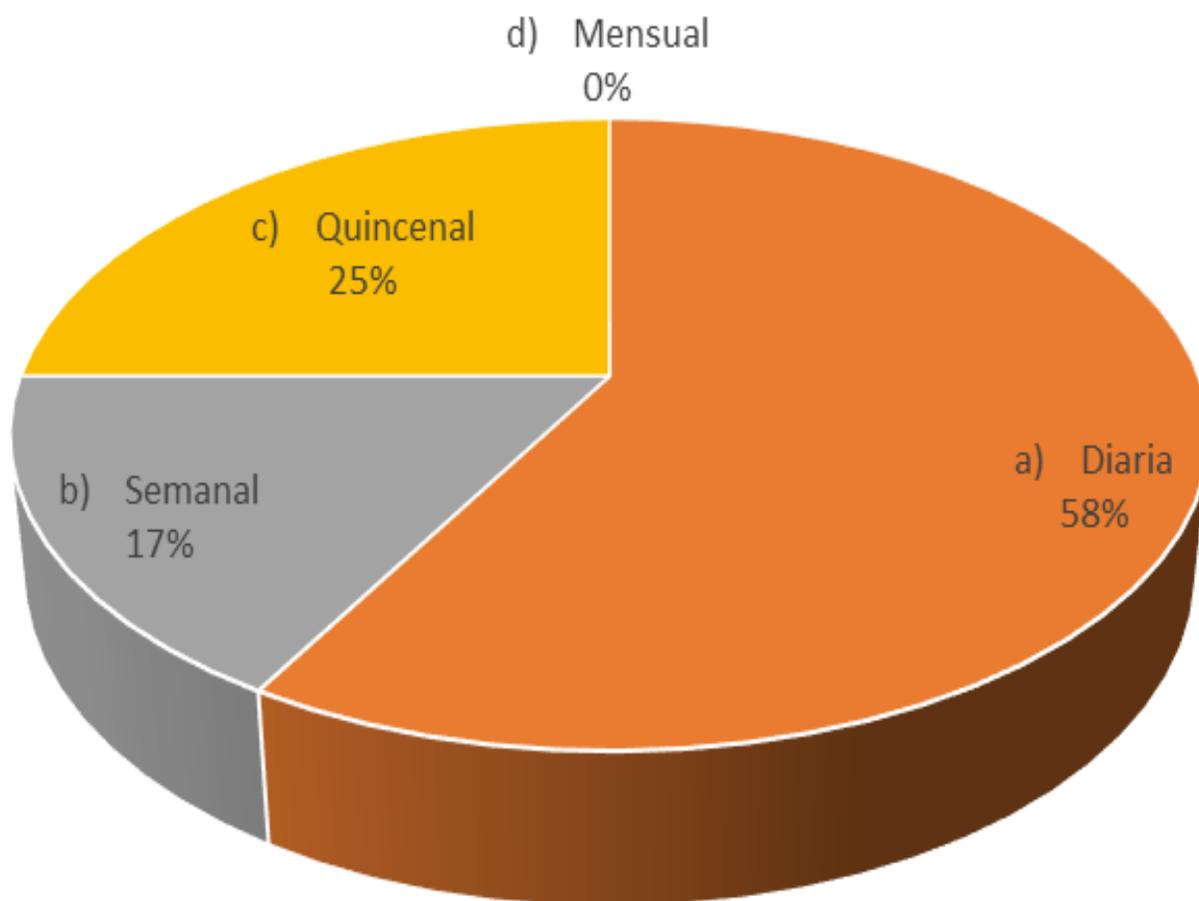
*¿Cuál es la frecuencia de compra que tienen las personas migrantes en productos de belleza?*



Nota. Como se observa en la siguiente figura las personas migrantes realizan compras de dichos productos semanalmente, y en muy pocas ocasiones lo realizan diario o quincenal.

**Figura 3**

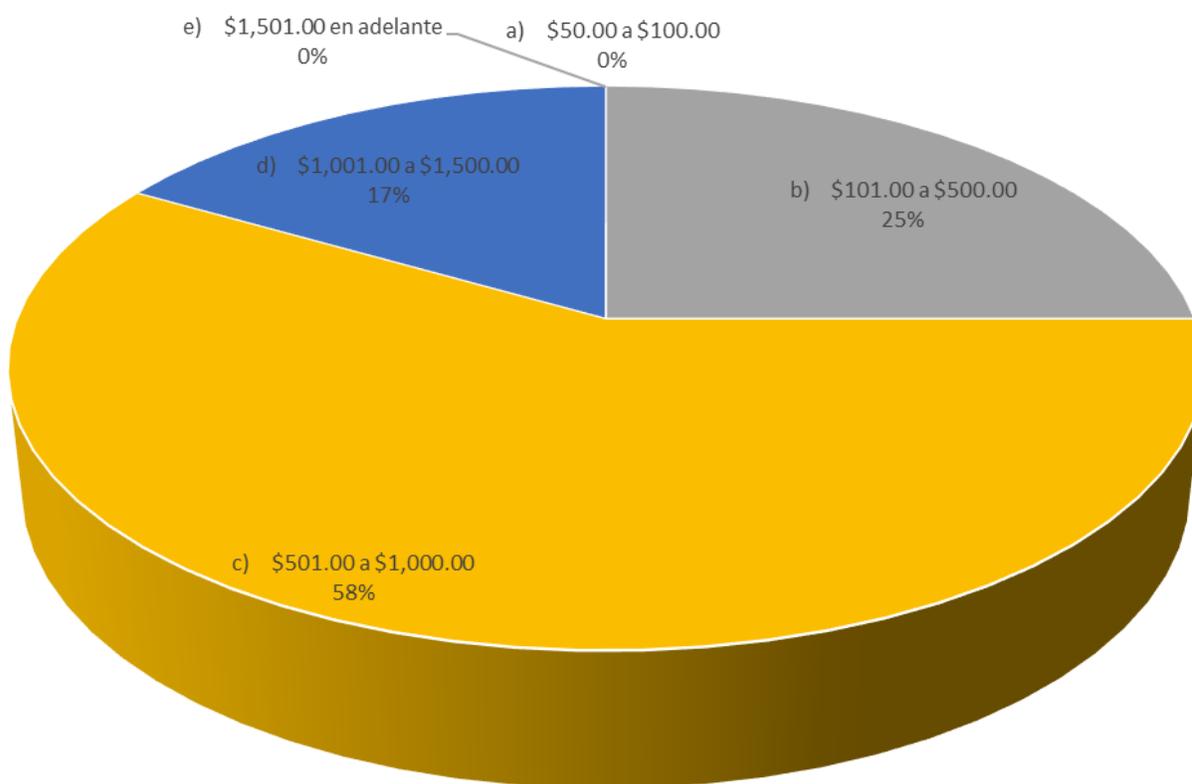
*¿Cuál es la frecuencia de compra que tienen las personas locales en productos de belleza?*



Nota. En comparación con las personas migrantes, los locales tienen una frecuencia de compra diaria de los productos de belleza, seguida de las compras quincenales y finalmente la semanal.

**Figura 4**

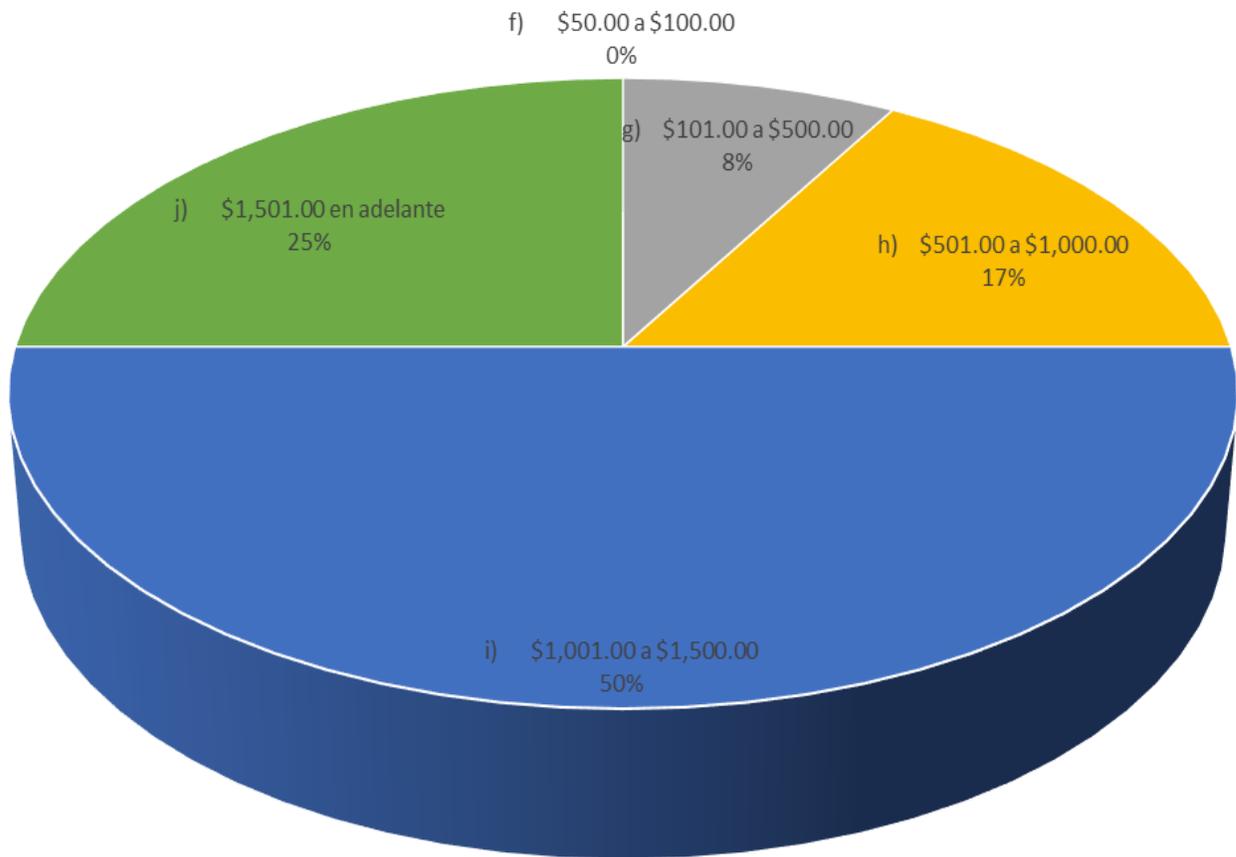
*¿Qué rango de precios en productos de belleza adquieren las personas migrantes?*



Nota. Las personas migrantes realizan el mayor número de compras entre \$501.00 a \$1,000.00 pesos de manera semanal, hasta el momento no han efectuado compras por más de \$1,500.00 pesos.

### Figura 5

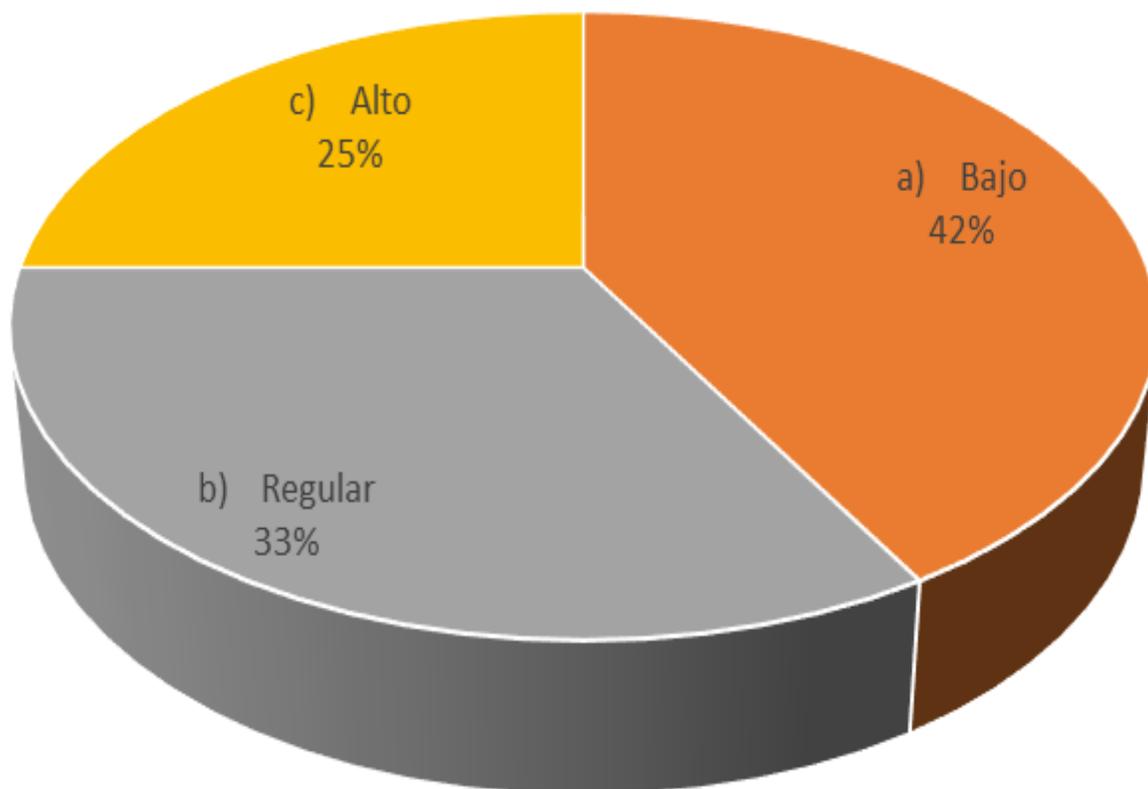
*¿Qué rango de precios en productos de belleza adquieren las personas locales?*



Nota. De acuerdo con los resultados obtenidos los negocios de productos de belleza comentan que las personas locales adquieren diariamente compras entre \$1,000 y \$1,500.00, seguido de compras por más de \$1,500.00, a su vez también intervienen las temporadas altas donde los volúmenes incrementan considerablemente.

**Figura 6**

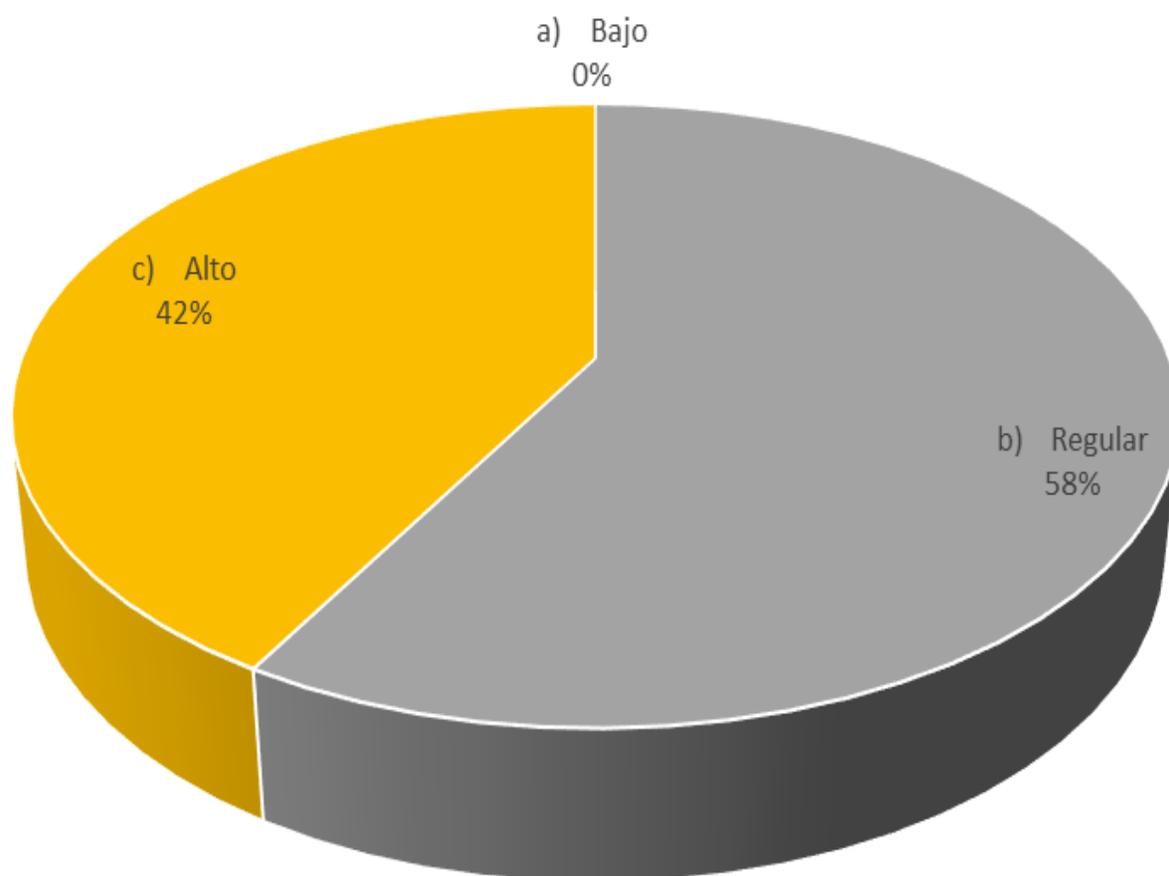
*¿Qué volumen de compras de productos de belleza considera adquieren las personas migrantes?*



Nota. Según las respuestas de los participantes el volumen de compra de las personas migrantes es bajo, debido a que los productos que adquieren son por valores bajos y no lo realizan de manera diaria.

**Figura 7**

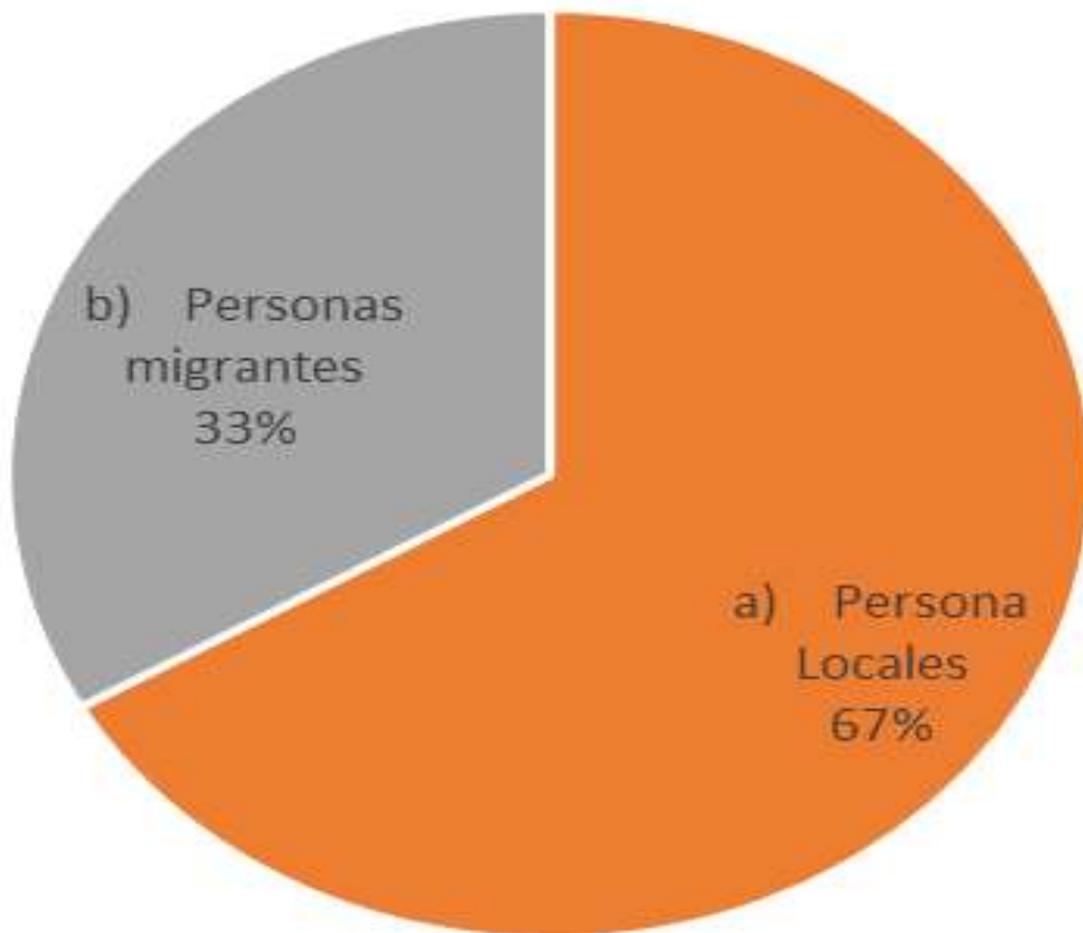
*¿Qué volumen de compras de productos de belleza considera adquieren las personas locales?*



Nota. De acuerdo con las respuestas obtenidas de los participantes la población local es la que adquiere un volumen de compra entre regular y alto.

**Figura 8**

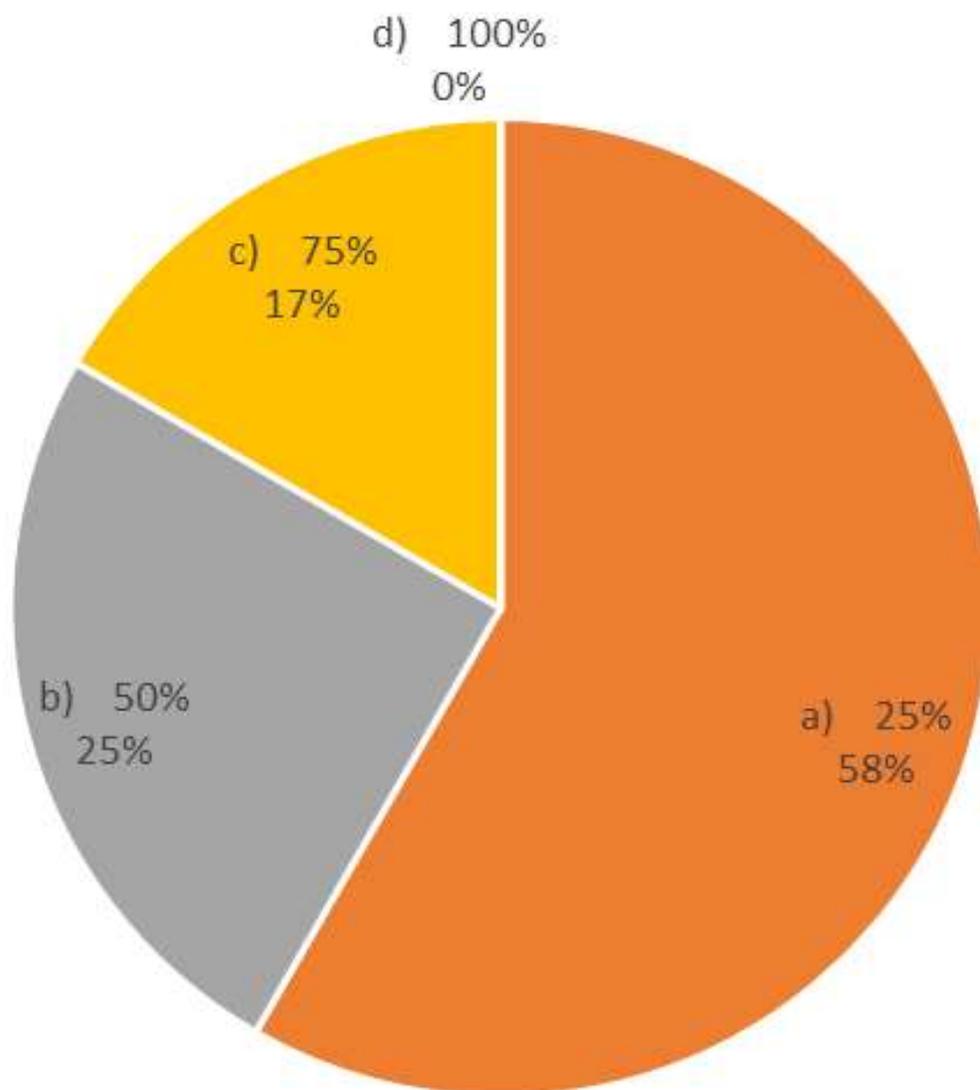
*¿Qué consumidor realiza mayor volumen de compras de productos de belleza?*



Nota. Analizando los resultados obtenidos comprendemos que los clientes que le generan mayores ingresos a los negocios de productos de belleza son los locales, mismo, que al estar ya establecidos y en gran medida con negocios sus compras son frecuentes y de montos altos.

**Figura 9**

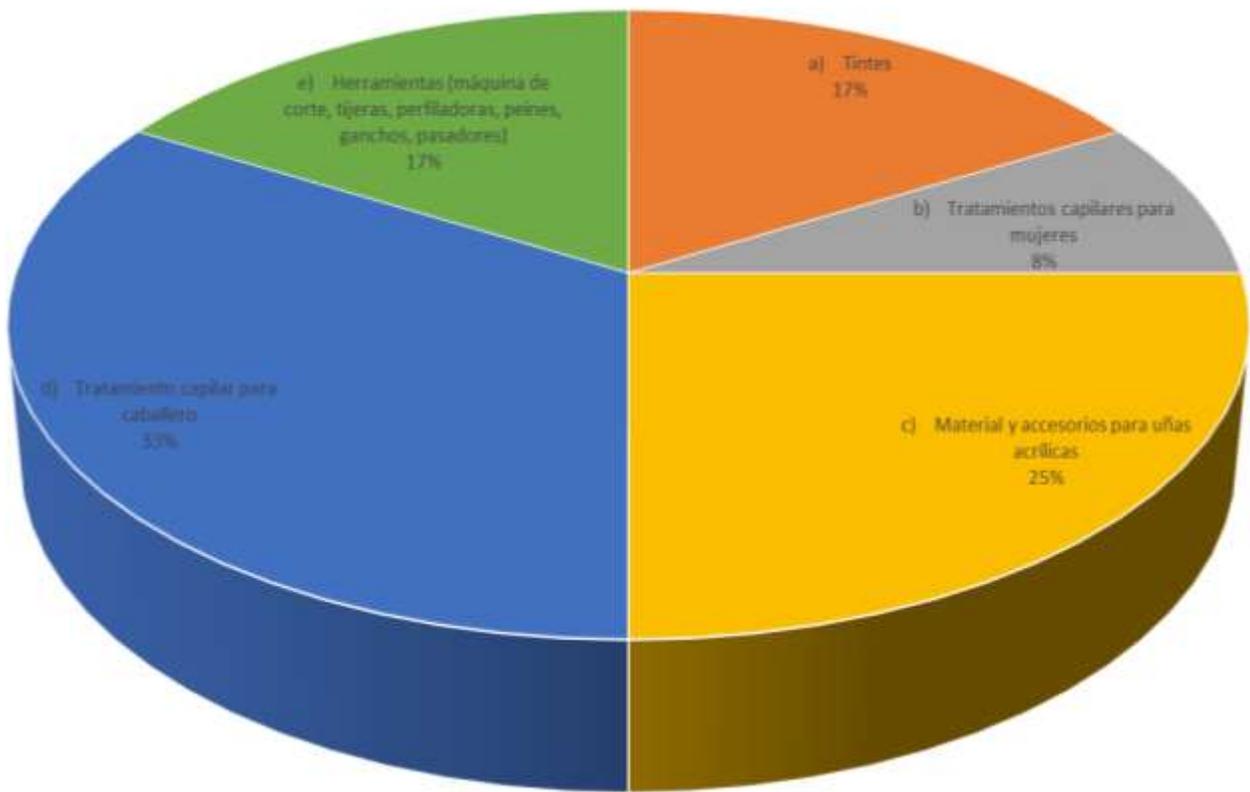
*¿Qué porcentaje han aumentado sus ventas por la presencia de las personas migrantes?*



Nota. A pesar de que, si se ha registrado un aumento pequeño pero significativo para los negocios que se dedican a vender productos de belleza, la llegada de los migrantes no ha sido tan representativa ni han generado mayor impacto.

**Figura 10**

*¿Qué productos de belleza aumentaron sus ventas con la llegada de los migrantes?*



Nota. De los productos que incrementaron sus ventas fueron los materiales y accesorios para realizar uñas acrílicas, posterior tratamiento capilar para caballeros, esto repunto gracias a las barberías que se instalaron en la ciudad, seguida de compra de herramientas que muchas personas emplean para el desarrollo de sus actividades.

## **Prueba de Hipótesis**

La H1. La frecuencia de compras de productos de belleza que tienen los migrantes es semanal.

Esta hipótesis se aprueba, a través de los resultados obtenidos después de haber aplicado la encuesta, se establece que la frecuencia con la que los migrantes adquieren productos de belleza es de manera semanal.

La H2. La población de migrantes es la que genera mayores ingresos en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza.

Esta hipótesis se rechaza, derivado de los resultados obtenidos, se conoce que el volumen de compra en productos de belleza por parte de las personas migrantes figura entre los \$501.00 a \$1,000.00 pesos de manera semana, en comparación con las personas locales quienes adquieren diariamente compras entre \$1,000 y \$1,500.00, comprobando que esta hipótesis se rechaza, debido a que las personas locales son quienes generan mayores ingresos de venta de productos de belleza.

La H3. Las microempresas con actividad de venta de productos de belleza han incrementado un 80% sus ingresos desde la llegada de los migrantes.

La hipótesis se rechaza, porque de acuerdo con los resultados obtenidos los clientes que tienen mayor frecuencia y volumen de compras son los locales, por lo que, el incremento de sus ventas no ha sido del 80%, aunque si se percibe un ligero aumento esto no ha sido tan representativo ni han generado mayor impacto.

## Discusión

De acuerdo con (Rodríguez, 2022), la producción de artículos para el cuidado de la belleza tanto de hombres como de mujeres en el país obtuvo los 327 mil 194 millones de pesos en ventas, dando paso a un incremento del casi 12% en comparación con años anteriores, que por la misma crisis sanitario los índices de venta disminuyeron significativamente

En el último movimiento generacional que se promueve los jóvenes empiezan a atender con mayor énfasis aspectos externo, lo que ha provocado una enorme campaña mercadológica sobre el cuidado de la belleza, permitiendo que el incremento de venta este en acenso en el último año y se espera que continúe así.

Ahora bien, tiempos modernos medios vanguardista de venta, en el mercado virtual los productos de belleza también han tenido un despunte, en años anteriores 2015 y 2022 únicamente se registraba un 20% de sus ventas bajo dicha modalidad, hoy en día en el año 2023 registro el 30% de incremento en sus ventas, porcentaje elevado por un solo año (Mckinsey, 2024).

Según investigaciones realizadas, en los siguientes años las grandes empresas que se dedican a la producción y venta de productos de belleza incrementaran su rentabilidad, es un mercado bien establecido y definido por ende no presenta problemas de falta de cliente, sobre todo porque están apostándole a la vanidad de las mujeres, quienes no escatiman en costos para brindar aspectos atractivos y prestables para la sociedad (Mckinsey, 2024).

Como se estimada en las investigaciones que realizan las grandes industrias se presenta un aumento en la compra de los productos de belleza por parte de los consumidores, ya no por estética sino que elevan su autoestima, es por ello que cada día existen nuevas marcas que están apostando a este sector, los negocios de este giro invierten grandes cantidades para promover y lanzar productos innovadores combinándolo con aspectos como lo orgánico, que ha contribuido a elevar dichos índices de venta que hoy en día rebasa los \$2 billones de dólares, entre los productos que registran mayor rotación son aquellos enfocados a cuidados de la piel sobre todo aquellos que integran activos naturales, orgánicos y aquellos que los laboratorios han descubierto por sus propiedades, máscaras faciales con la intención de proporcionar una apariencia de juventud. Esta propensión otorga la oportunidad sin incursionar en un ámbito con gran potencial de ventas no solo a nivel local, nacional o mundial, encontrando en este mercado una oportunidad de crecimiento (Rincon, 2024).

Colombia es el país de América Latina que se ubica en el segundo puesto que tiene un gasto per cápita en consumo de productos de belleza, estableciendo a Argentina como el primer país en la venta de estos productos (Rincon, 2024).

Por otro punto en cuanto a la investigación realizada es que se logró identificar los siguientes puntos referentes a los objetivos establecidos:

- La frecuencia con la que los migrantes realizan las compras de productos de belleza a las microempresas de la zona centro de Tapachula es semanalmente y suelen ser cliente de compras regulares ya que su volumen de compra es bajo.

- Se identificó, que la población que genera mayor demanda en la compra de productos de belleza son las personas locales debido a que ellos realizan compras diarias, por volumen regular y alto.

- El incremento en el ingreso que han obtenido las microempresas de este giro no ha sido de mayor relevancia con la llegada de los migrantes, ya que a pesar de tener un aumento pequeño pero significativo en sus ventas no ha sido tan representativo.

Así mismo al conocer estos puntos me permite decir que si es pertinente incursionar en este giro ya que si se trabaja en implementar estrategias resulta favorable porque, aunque hay un aumento pequeño y significativo en las ventas y con ellas lograr un incremento.

Algunas estrategias que se pueden implementar para obtener los resultados son:

- Realizar plan de ventas, que permita generar aumento en la salida de los productos.

- Implementar publicidad para atraer nuevos clientes y darse a conocer (marketing)

- Innovar en los productos de temporada, productos de impulso, productos de emergencia y productos gancho.

## Conclusión

De acuerdo con la investigación realizadas para llevar a cabo este trabajo denominado Impacto financiero que ha tenido en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula la llegada de las caravanas migratorias, se emiten los siguientes comentarios que se sustentan en los resultados obtenidos de haber aplicado el instrumento de medición (encuesta) a los negocios matrices ubicadas en la ciudad de Tapachula, Chiapas.

Los migrantes a pesar de que se están integrando a la actividad laboral en esta ciudad, la frecuencia de compras no es de gran transcendencia, además de que el costo de sus compras es de bajo volumen, si bien es cierto, su presencia incremento en un 25% las ventas de los negocios que se dedican a este giro, solo representan una cifra simbólica.

Ahora bien, muchas de las personas migrantes no tienen como destino final Tapachula, su meta es llegar a los Estados Unidos, por ello, los dueños tampoco desean depender de ellos, porque al ellos continuar su viaje desequilibrarían el negocio.

En relación con sus clientes locales, estos son los que generan mayor número de compras y la frecuencia con la que realizan estas acciones son diarios, debido a que cuentan con salones de belleza donde brindan diversos servicios y para atenderlos deben contar con los materiales para realizarlos.

Mantienen un inventario de productos que le permite contar siempre con existencia, fechas conmemorativas sus trabajos incrementa y con ello las ventas de productos de belleza, el mercado femenino reporta grandes ganancias, es por

ello, se deben continuar con ello.

Con el análisis realizado se logró establecer que el objetivo de este trabajo se cumplió, estableciendo que el impacto financiero que ha tenido en las microempresas con actividad de venta de productos de belleza en la zona centro de Tapachula ante la llegada de las caravanas migratorias no ha sido significativo.

Por ello su mercado meta es el local, mismo que le genera el 300% más ganancia que los migrantes.

Así mismo, expresan los propietarios que cimientan las bases de sus negocios con aquellos sectores que le permiten tener una rentabilidad equilibrada.

## Recomendaciones

Algunas recomendaciones que se emiten para esta investigación son:

- Realizar un estudio sobre las razones por las cuales los migrantes no consumen los productos de belleza de los negocios de la ciudad.
- Realizar una encuesta sobre qué productos y de qué marca les gustaría encontrar en los negocios que se dedican a la venta de productos de belleza.
- Profundizar en otros temas relacionados con esta investigación, con la finalidad de tener un panorama amplio del contexto de estudio.
- Realiza una campaña publicitaria para invitar a las personas migrantes a consumir los productos de belleza que aquí se vende.
- Aplicar estrategias de ventas con las personas migrantes para que empiecen a usar nuevos productos.

## Referencias

- (INEGI), I. N. (2015-2020). *Cuéntame de México*. Obtenido de <https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/migracion.aspx?tema=P>
- Azkue, I. d. (18 de Julio de 2023). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de <https://humanidades.com/empresa/>
- Azofra, M. M. (1999). *Cuestionarios y encuestas*. Edit. Centro de Investigación Sociológicas.
- Blaxter, L. (2010). *Cómo se hace una investigación*. Edit. Gedisa.
- Bown, F. (2023). Comercio antes, hoy y futuro. *Revista de Historia Económica* .
- Bueno, C. E. (2020). *La economía de la empresa y su desarrollo* . Edit. Universidad a Distancia de Madrid .
- Cadena, P., Rendón, R., & De la cruz, F. (2020). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos. *Rev. INIFAP*.
- Canché, L. (2022). *México - Monitoreo de flujos migratorios en Tapachula*. Edit. IOM.
- CHIAPAS. (2024). *Portal del Gobierno de Chiapas*. Obtenido de <https://www.chiapas.gob.mx/ubicacion/>
- CIEN. (2022). *Reporte de tendencias: Belleza y cuidado personal*. Edit. CIEN.
- Comisión Nacional de los de los Derechos Humanos. (Agosto de 2018). Obtenido de Comisión Nacional de los Derechos Humanos: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjppNH88oOEAxWfhu4BHbnyDTI4HhAWegQIChAB&url=https%3A%2F%2Fwww.cndh.org.mx%2Fsites%2Fall%2Fdoc%2FInformes%2FEspaciales%2FInforme-Especial-Desafios->

migracion.pdf&usg=AOvVaw1zbc9ckNdXaN

Damián, A. (01 de 09 de 1988). *Estudios Fronterizos*. Obtenido de <https://doi.org/10.21670/ref.1988.17.a03>

Díaz, L., García, M., & Varela, M. (2018). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Rev. en Investigación*, Pág. 50-57.

Dotres, S., Zúñiga, M., & Cruz, A. (2019). Riesgos e impactos financieros. *REV. Killkana Sociales.*, p. 9-16.

Española, A. d. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/impacto>

Folgueiras, P. (2020). *La entrevista*. Edit. EDU.

Gobernación, S. d. (2023). *Unidad de política migratoria*. Edit. Secretaría de Gobernación.

Gobernación, S. d. (2022). *Diagnostico de la movilidad humana en Chiapas*. Edit. Coordinación del Centro de Estudios Migratorios.

Guadalajara, U. J. (s.f.). *Centro de Innovación Social de Alto Impacto (CISAI)*. Obtenido de <https://cisai.iteso.mx/que-es-impacto/>

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Rev. Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*.

Gutiérrez, A. Ó. (2020). *Fundamentos de administración de empresa*. Edit. Piramide.

Hernandez, R. S. (2000). *Fundamentos de Administración*. Edit. Mc Graw Hill .

Herrera, X., & León, E. (2022). Impacto financiero en las empresas mexicanas . *Rev. Horizontes de contaduría*, P. 1-11.

- INAFED. (2022). *Sistema de Información Cultural*. Edit. Museo Arqueológico del Soconusco.
- INEGI. (2023). *Cuaderno estadístico municipal de Tapachula*. Edit. INEGI.
- Kay, M. (2024). *Industria de la Belleza - Análisis de Tamaño y participación en México*. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/mexico-beauty-and-personal-care-market-industry>
- León, A. A. (2019). *Guía Metodológica para la presentación de Protocolos de Investigación en las Ciencias sociales y administrativas*. Mexico: GRUPO EDITORIAL HESS, S.A. DE C.V.
- León, A. A. (2019). *Guía metodológica para la presentación de protocolos de investigación en las ciencias sociales*. Mexico.
- Maruri, H. X. (2021). *Análisis del Impacto Financiero producido por la Pandemia COVID-19 en las PYMES de Guayaquil*. Edit. Facultad de ciencias administrativas de Guayaquil.
- Mckinsey. (2024). *Mckinsey*. Obtenido de <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/el-mercado-de-la-belleza-en-2023-un-informe-especial-sobre-el-estado-de-la-moda/es>
- Merriam, S. B. (2018). *El Estudio de caso en la educación*. Editorial: Bass.
- Murillo, C. E. (2022). *Tapachula de mis recuerdos*. Edit. Instituto Chiapaneco de Cultura.
- Nacional, U. A. (2023). *Clasificación de los tipos de estudio*. Edit.Elsevier.
- ONU. (2021). *Presencia de personas migrantes y caracterización de sus perfiles migratorios, socioeconómicos y sociolaborales en Tapachula Centro, Tapachula, Chiapas*. Edit. ONU.

- ONU. (2023). *Migración internacional*. Edit. ONU.
- Orozco, Z. M. (1999). *Síntesis de Chiapas*. . Edit. Ediciones y Sistemas Especiales. .
- Pérez, S. G. (2016). *Investigación Cualitativa*. . Editorial: La muralla.
- PWC. (2022). *Estudio del impacto economico*. Edit. PWC.
- Rincon, A. (2024). *L'oreal*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/redes-sociales-han-disparado-las-ventas-en-la-industria-de-los-cosmeticos-mas-de-50-3591185>
- Rodríguez, A. (2022). La belleza está en aumento. *Rev. El financiero*.
- Rodríguez, G. (2019). *Metodología de la investigación cualitativa*. Edit. Aljibe.
- Sádaba, A. A. (2002). *Fundamentos de Economía y Administración de Empresas*. Edit. Piramide.
- Sanz, N., & Valenzuela, J. (2020). *Migración y cultura*. Edit. El Colegio de la Frontera Norte A.C.
- SCIAN. (2020). *Sistema de clasificacion industrial del comercio*. Edit. SCIAN.
- SEGOB. (2021). *Datos municipio de Tapachula*. Edi.SEGOB.
- Snedecor, W., & Cochran, G. (2004). *Métodos estadísticos. Décima impresión*. Edit. CECOSA.
- Unidas, N. (s.f.). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe(CEPAL)*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/subtemas/migracion#>
- Vásquez, X. (2002). *Administración de recursos humanos*. Editorial: Paidós.
- Vega, C., Maguina, J., & Soto, A. (2021). Estudios transversales. *Rev. Scielo*, Pág. 21-30.
- Villafuerte, García. (2006). *Redalyc*. Obtenido de

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwio-e6ijYSEAxW\\_J0QIHUv3BXEQFnoECCKQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.redalyc.org%2Fpdf%2F660%2F66000604.pdf&usg=AOvVaw3l8-DekEzi52zAjJ6j2Z4N&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwio-e6ijYSEAxW_J0QIHUv3BXEQFnoECCKQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.redalyc.org%2Fpdf%2F660%2F66000604.pdf&usg=AOvVaw3l8-DekEzi52zAjJ6j2Z4N&opi=89978449)

Yin, R. K. (2013). *Aplicacion del estudio de caso*. Edit. Sage.