



UVM

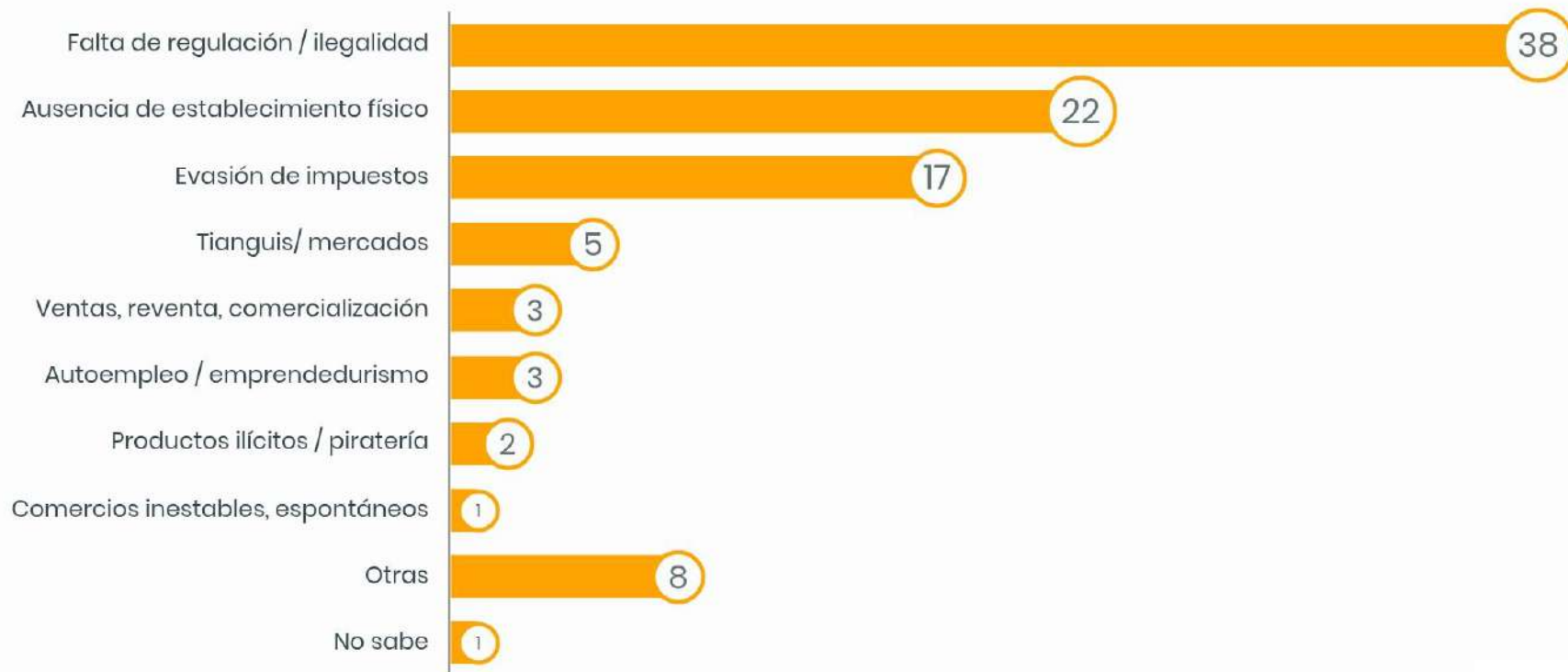
CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA

Pulso de los mercados informales:
consumo y demanda en el
comercio no regulado.



Imaginarios
sobre el
comercio
informal

¿Qué entiendes por *comercio informal*?



Pregunta abierta, respuestas codificadas.

¿En qué lugares identificas mayor presencia de comercio informal?

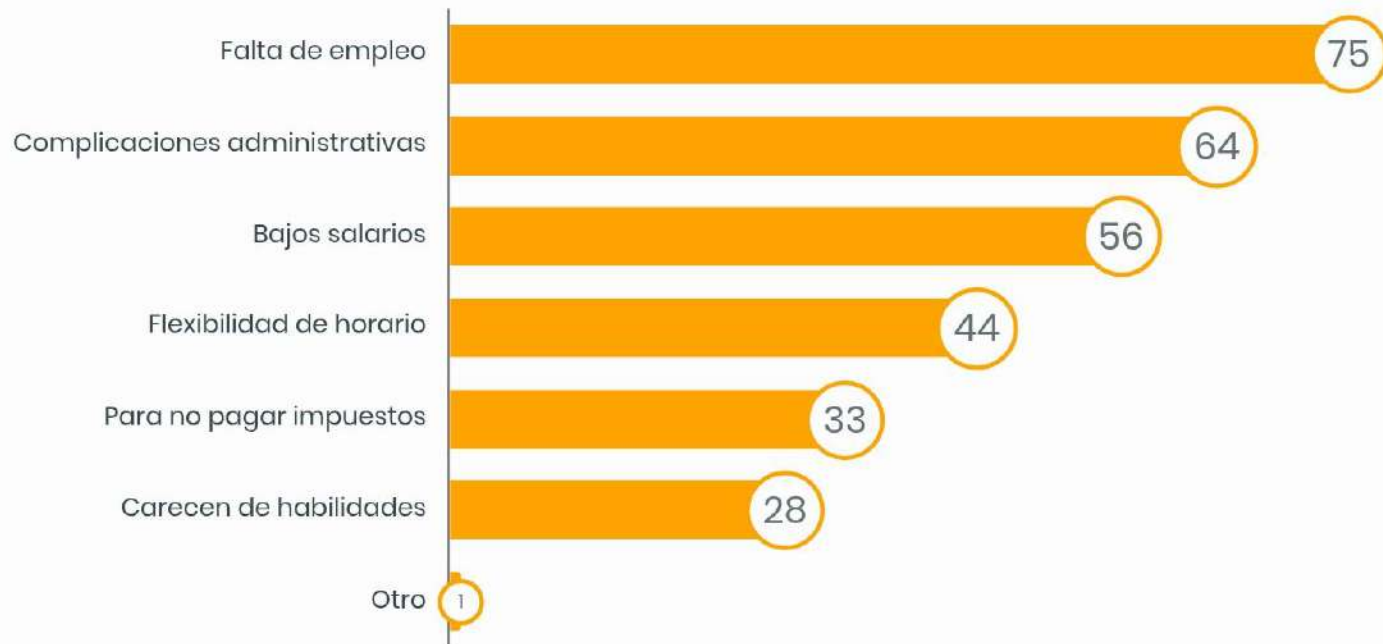


Porcentajes de frecuencias.



¿Por qué crees que las personas venden en el comercio informal?

Selecciona las 3 causas principales.

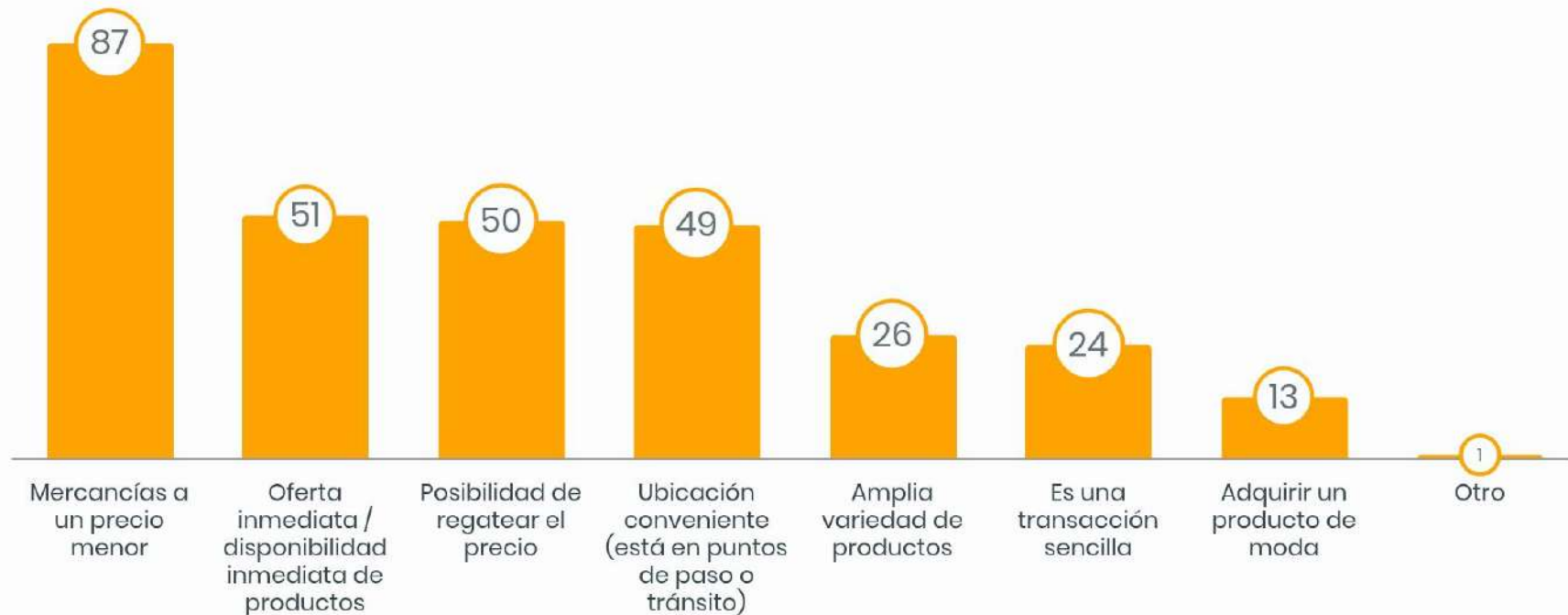


Porcentajes de frecuencias.



¿Por qué crees que las personas compren en el comercio informal?

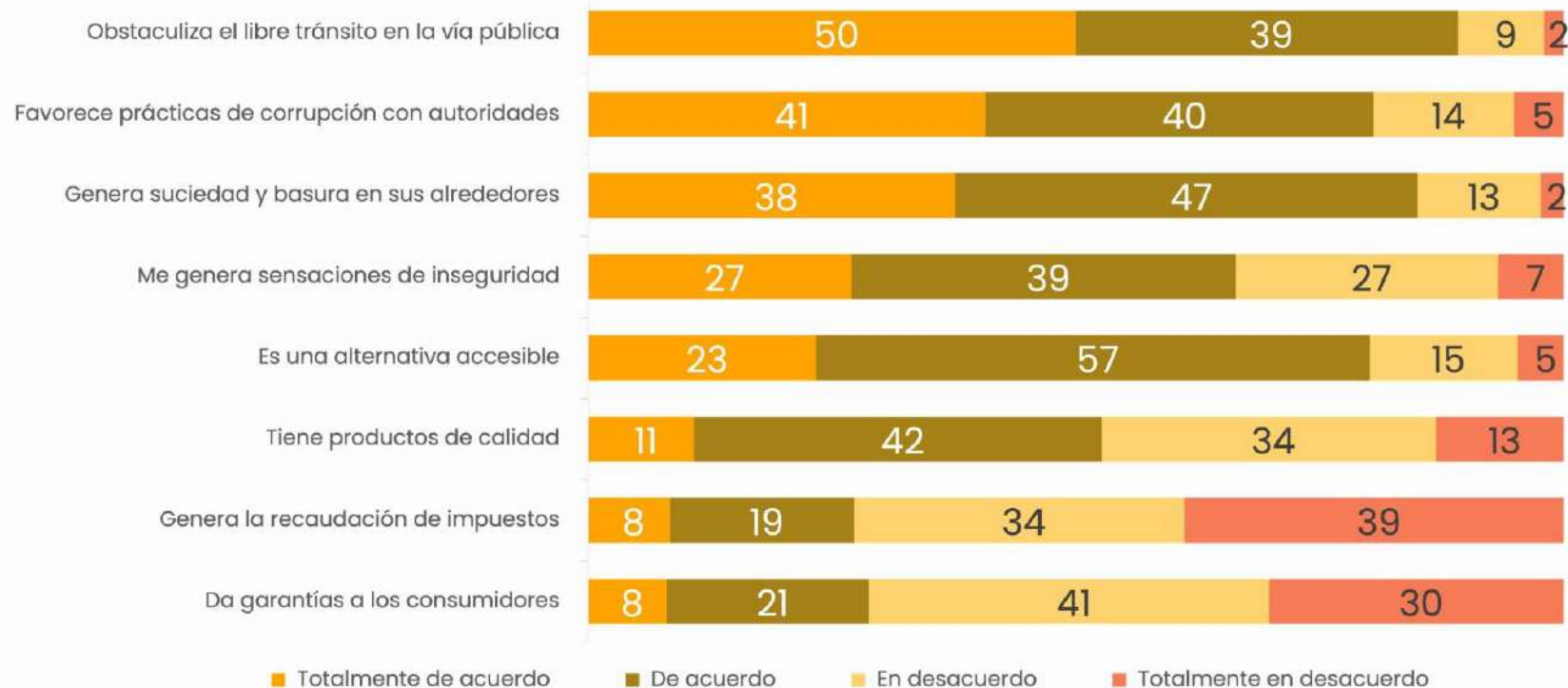
Selecciona las 3 causas principales.



Porcentajes de frecuencias.

¿Qué tan de acuerdo estás con la siguiente frase?

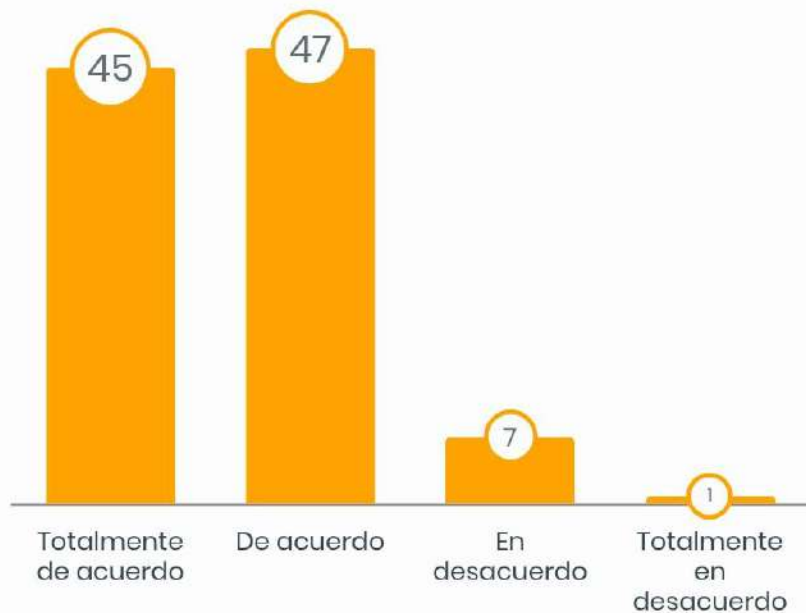
El comercio informal...



Porcentajes.

¿Qué tan de acuerdo estás con la siguiente frase

Al ver un producto novedoso o de tendencia en internet o redes (TikTok/Facebook, Instagram, etc.) llegará rápidamente a los puestos informales.



Porcentajes.



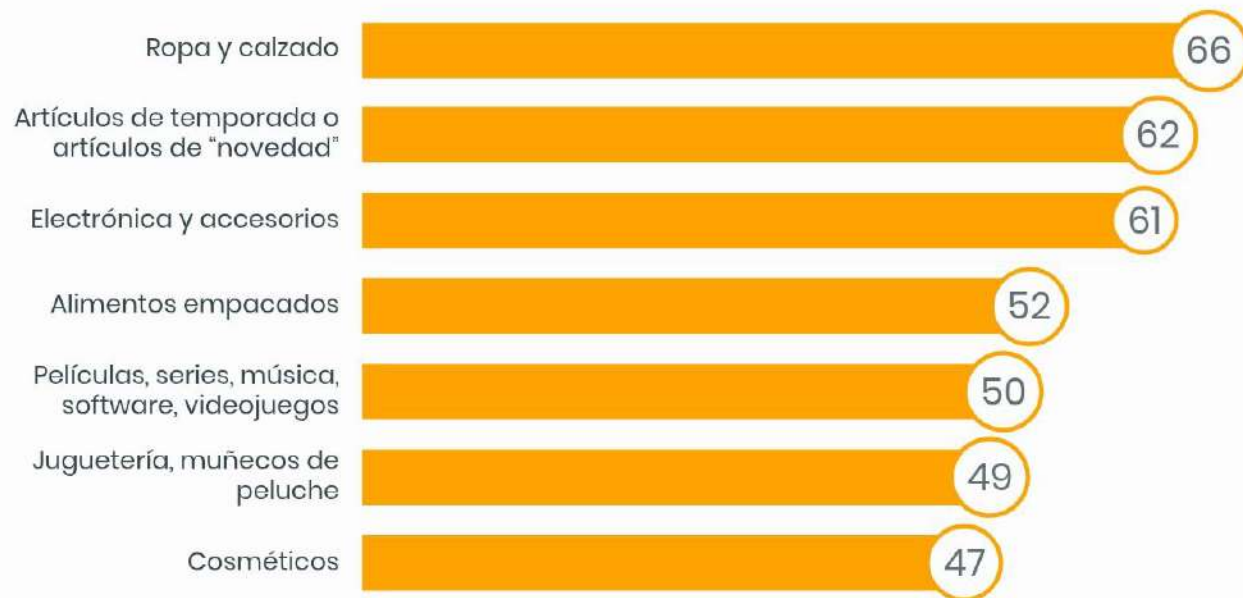


Hábitos de consumo de productos en la informalidad

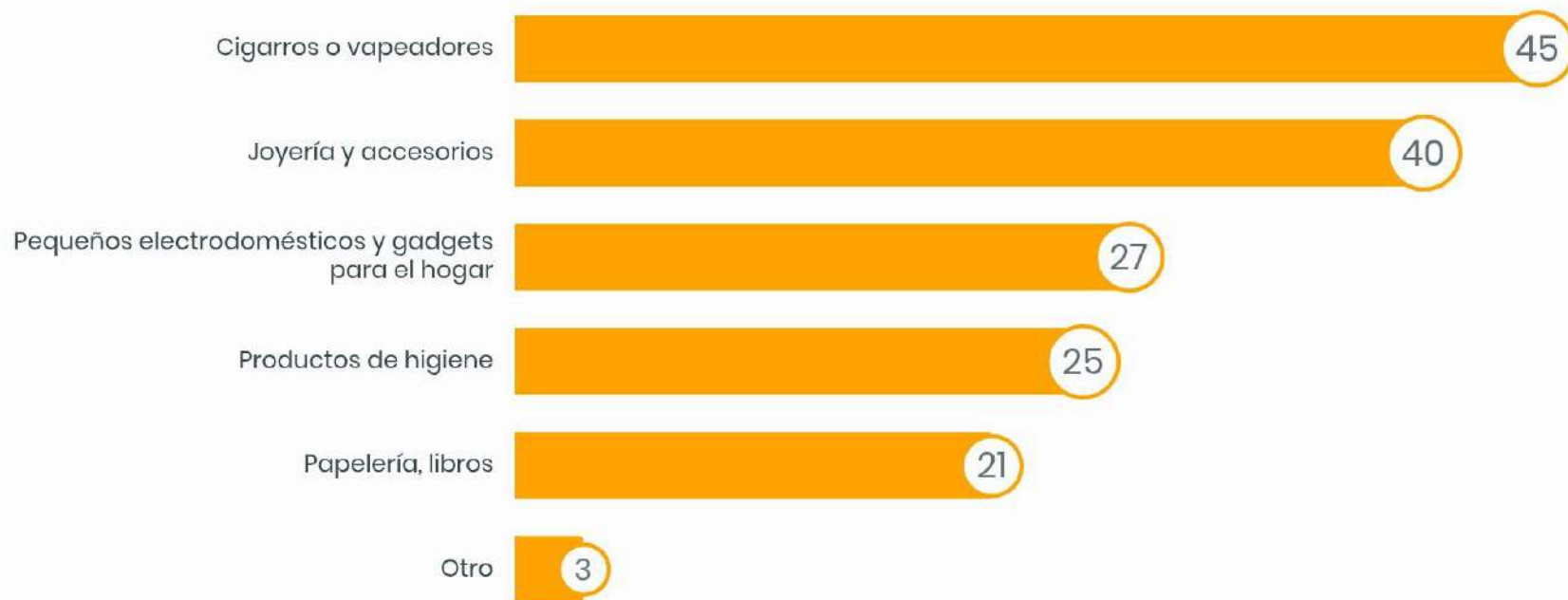
Por lo que has notado, ¿qué tipo de artículos son los más comercializados en el comercio informal? (1/2)



Porcentajes de frecuencias.

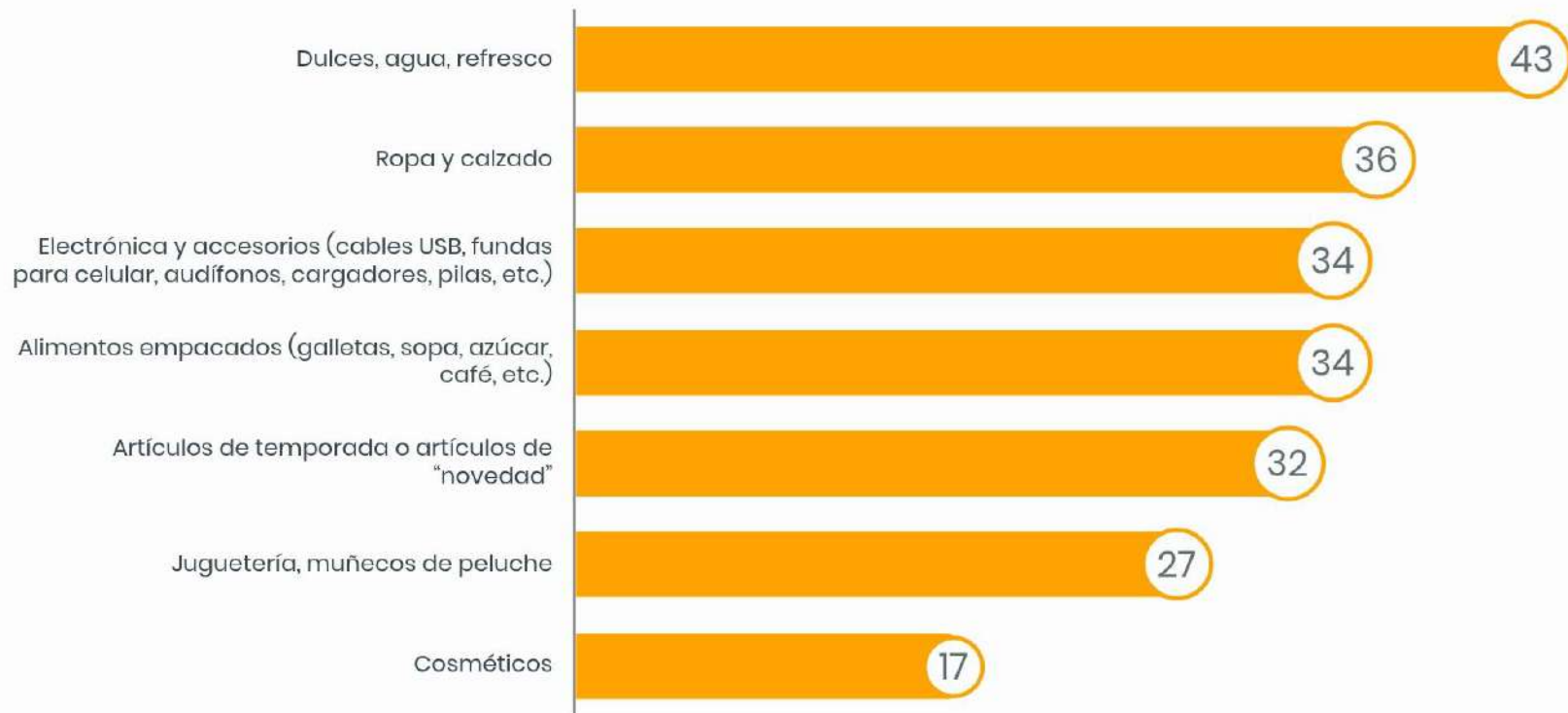


Por lo que has notado, ¿qué tipo de artículos son los más comercializados en el comercio informal? (2/2)



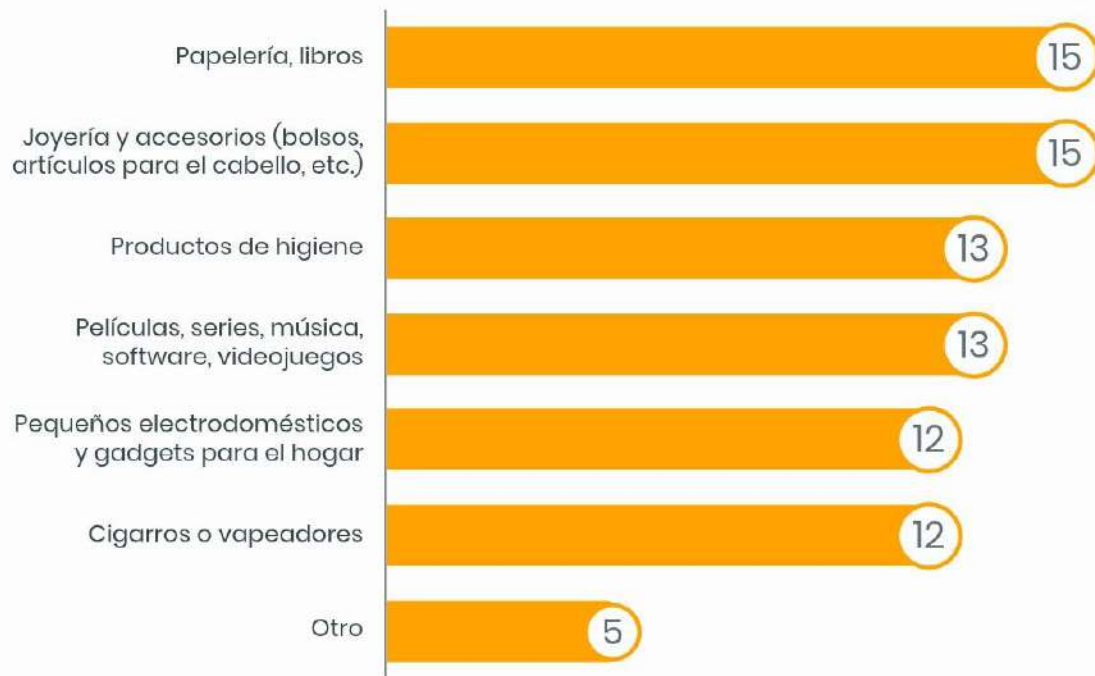
Porcentajes de frecuencias.

Artículos adquiridos en el comercio informal el último año (1/2)



Porcentajes de frecuencias.

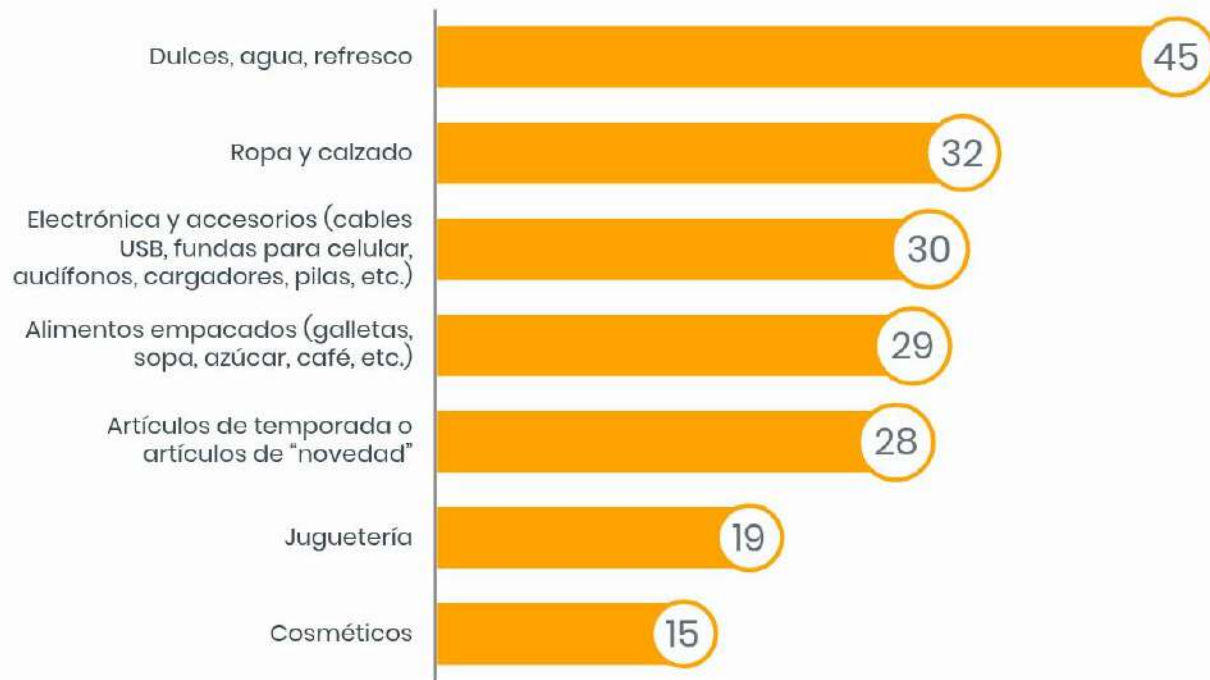
Artículos adquiridos en el comercio informal el último año (2/2)



Porcentajes de frecuencias.



Artículos adquiridos en el comercio informal en los últimos 3 meses (1/2)



Porcentajes de frecuencias.

Por cada 10 productos que adquieren los adultos mayores (55+ años), los jóvenes (18 a 24 años) adquieren 14.



Artículos adquiridos en el comercio informal en los últimos 3 meses (2/2)



Porcentajes de frecuencias.



Patrones de artículos adquiridos en el comercio informal en los últimos 3 meses



Consumo por género

El volumen general de consumo es similar entre hombres y mujeres. Sin embargo, los hombres tienden a comprar más electrónica y accesorios (37% hombres vs 23% mujeres), y contenido multimedia (14% hombres vs 7% mujeres).

Las mujeres compran más cosméticos (20% mujeres vs 9% hombres).



Consumo por edad

Los jóvenes muestran una mayor proporción de compra en categorías como pequeños electrodomésticos y gadgets para el hogar, juguetería, papelería y libros, ropa, joyería, películas y cigarros/vapes.

Costo (mínimo y máximo) de los artículos adquiridos

Los últimos 3 meses.

Rango reportado del artículo de menor valor

\$1 – \$1,000

Rango Reportado – Mayor Valor

\$2 – \$12,000

Gasto típico (mediana) de menor valor

\$20

Gasto típico (mediana) de mayor valor

\$200

Gasto más frecuente (moda) de menor valor

\$10

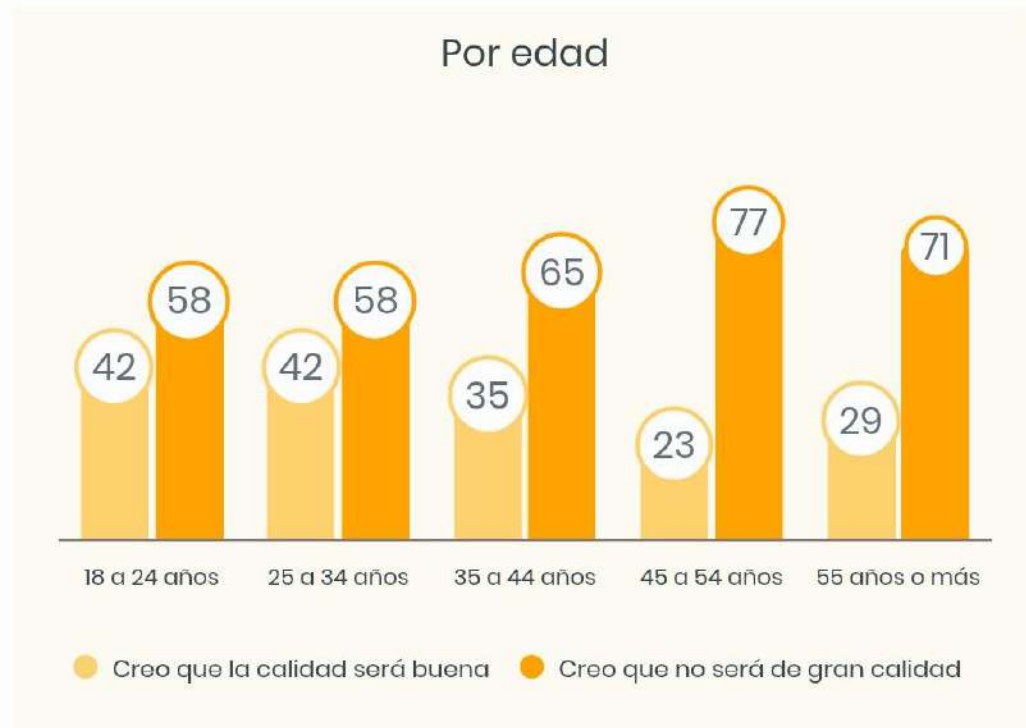
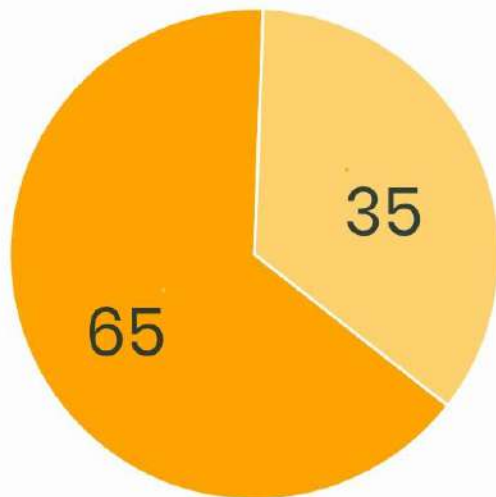
Gasto más frecuente (moda) de mayor valor

\$200

Nota metodológica: Se reporta la mediana como indicador principal debido a compras atípicas extremas.

Percepción de calidad en el comercio informal

Al adquirir un producto en el mercado informal...



¿Has tenido problemas con algún producto adquirido en la informalidad?



Porcentajes.

Por edad

	18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	Más de 55 años
No he tenido problemas	49	59	57	69	80
Pude cambiarlo	13	16	18	11	7
No hice nada	21	13	13	13	7
Sin solución	9	7	6	7	5
Recuperé el dinero	8	5	6	2	1

¿Cuáles han sido tus motivaciones al adquirir productos en el comercio informal?

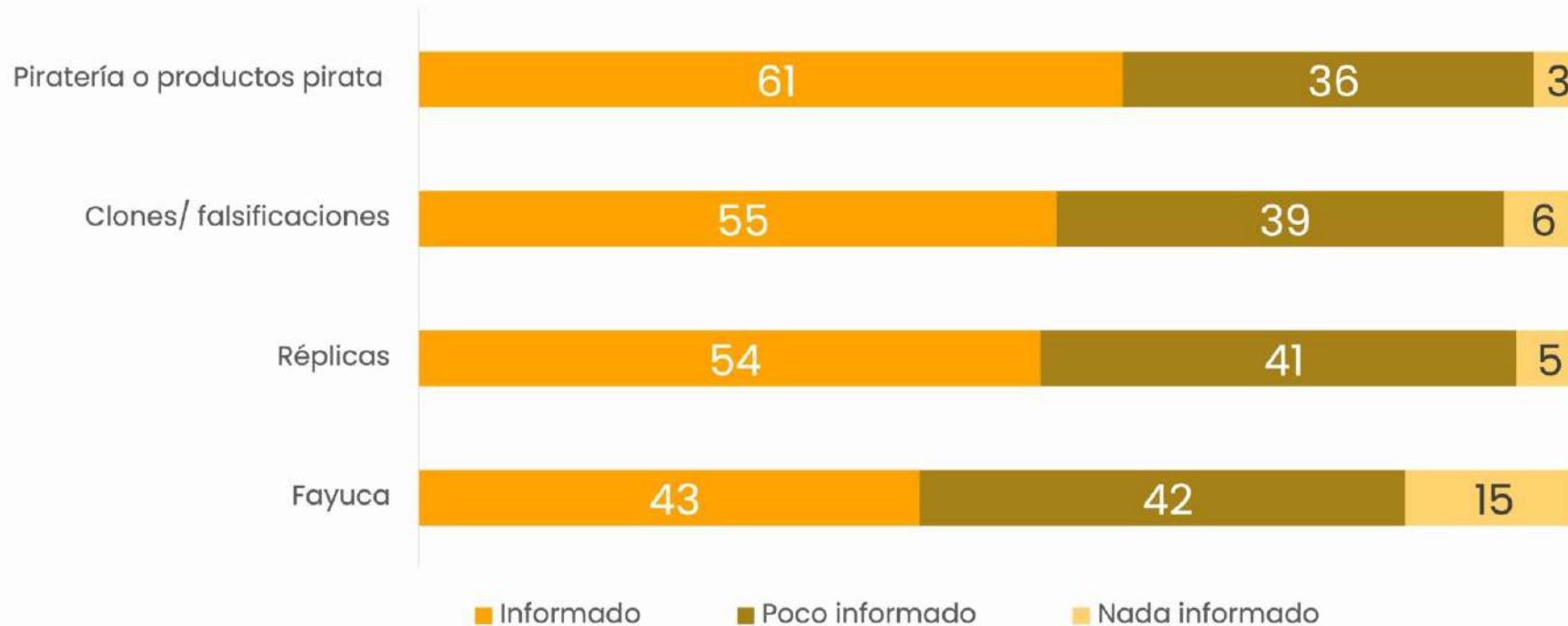


Porcentajes de frecuencias.



Percepciones
sobre el
comercio de
bienes
robados y
falsificados

¿Qué tan informado estás sobre los siguientes conceptos?



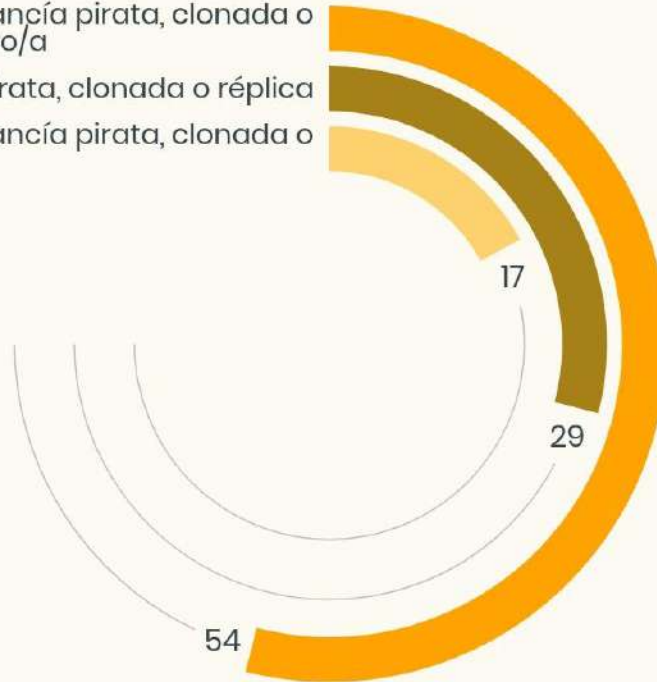
Porcentajes.

¿Qué frase se acerca más a tu experiencia?

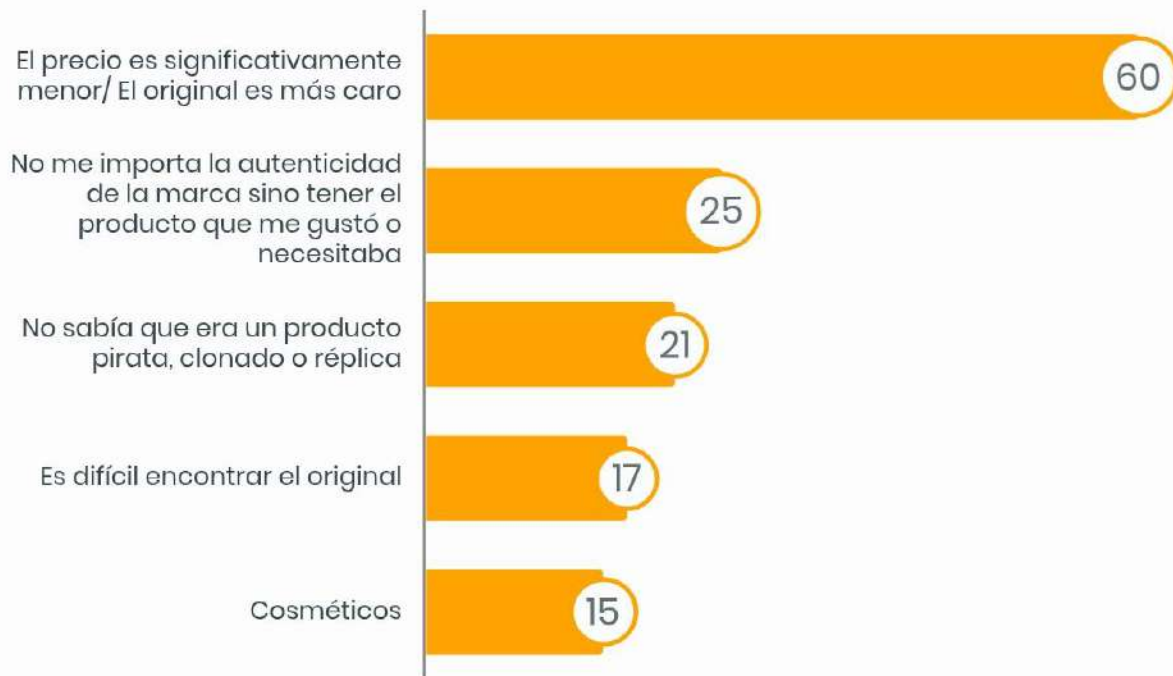
Tal vez he comprado mercancía pirata, clonada o réplica, pero no estoy seguro/a

He comprado mercancía pirata, clonada o réplica

Nunca he comprado mercancía pirata, clonada o réplica



¿Qué te motivó a adquirir un producto pirata, clonado o réplica?



Un precio menor es el motivo más relevante para 77% del grupo de menores ingresos (D/D+), en comparación con 57% del de mayores ingresos (A/B).



Porcentajes de frecuencias respecto de quienes dijeron haber adquirido un producto pirata, clonado o réplica.

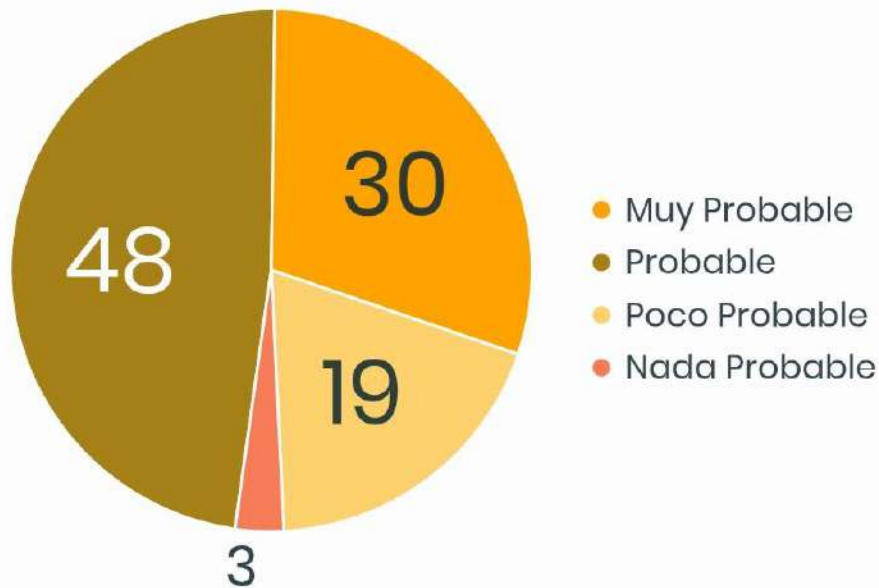
Completa la siguiente frase con la idea que mejor refleje tu forma de pensar:

Cuando una persona adquiere mercancía pirata, clonada o réplica...



Porcentajes.

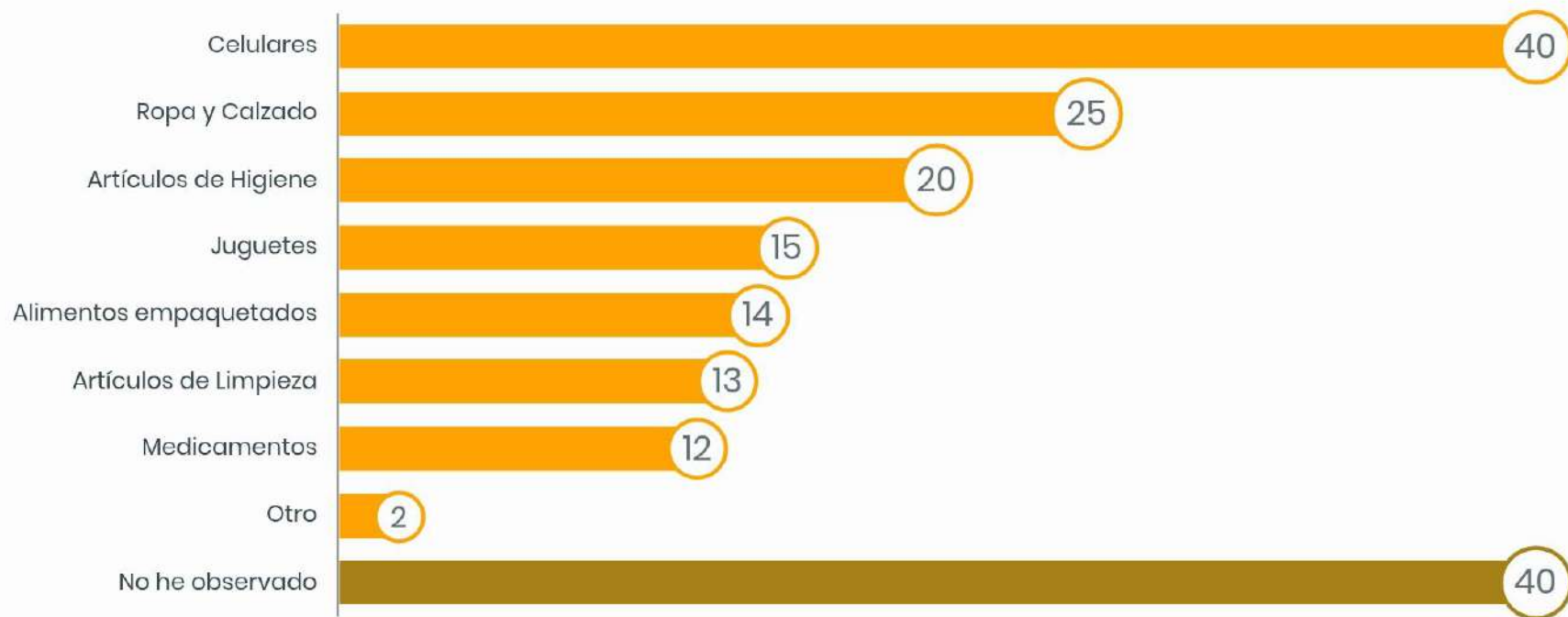
Al adquirir un producto original a un precio menor en el mercado informal, ¿qué tan probable es que ese producto pueda ser mercancía robada?



Porcentajes.



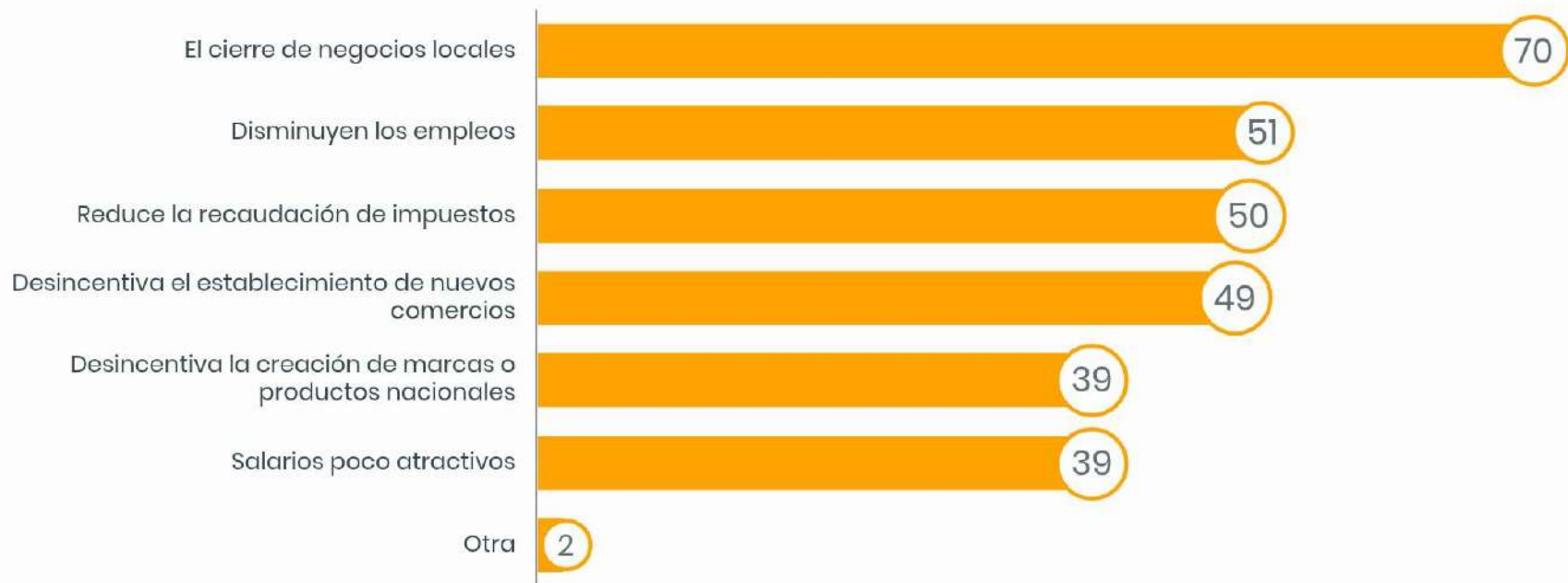
En las zonas cercanas a tu domicilio, ¿has observado la venta de productos que podrían ser robados?



Porcentajes de frecuencias.

¿Cuáles serían las afectaciones principales que la venta productos ilegales (robados/piratas) causan a los comercios establecidos?

Selecciona las 3 principales.



Porcentajes de frecuencias.



Dinámicas de consumo de importaciones asiáticas

Dinámicas locales del comercio asiático

Por lo que has visto en su lugar de residencia, ¿cómo dirías que ha sido la llegada de productos de origen chino?



Porcentajes.



Dinámicas locales del comercio asiático



Porcentajes.

Por lo que has visto en tu localidad, ¿qué frase se acerca más a lo que está ocurriendo con los comercios?

He notado el establecimiento de nuevos negocios que comercializan productos chinos

53

He notado negocios con productos de origen chino donde antes vendían productos mexicanos

26

He notado negocios que siguen vendiendo productos mexicanos, pero han incorporado productos de origen chino

17

No he notado cambios

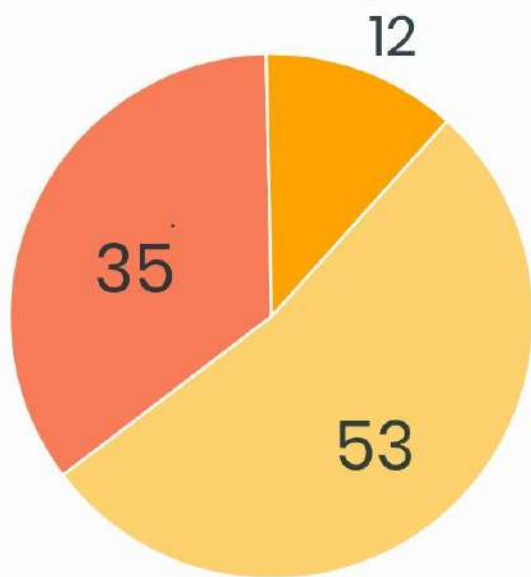
4

Impacto del comercio asiático



Porcentajes.

Supongamos que adquiere un producto electrónico o accesorio de origen chino en la calle, ¿qué frase se acercaría más a su forma de pensar con relación a la durabilidad del producto?

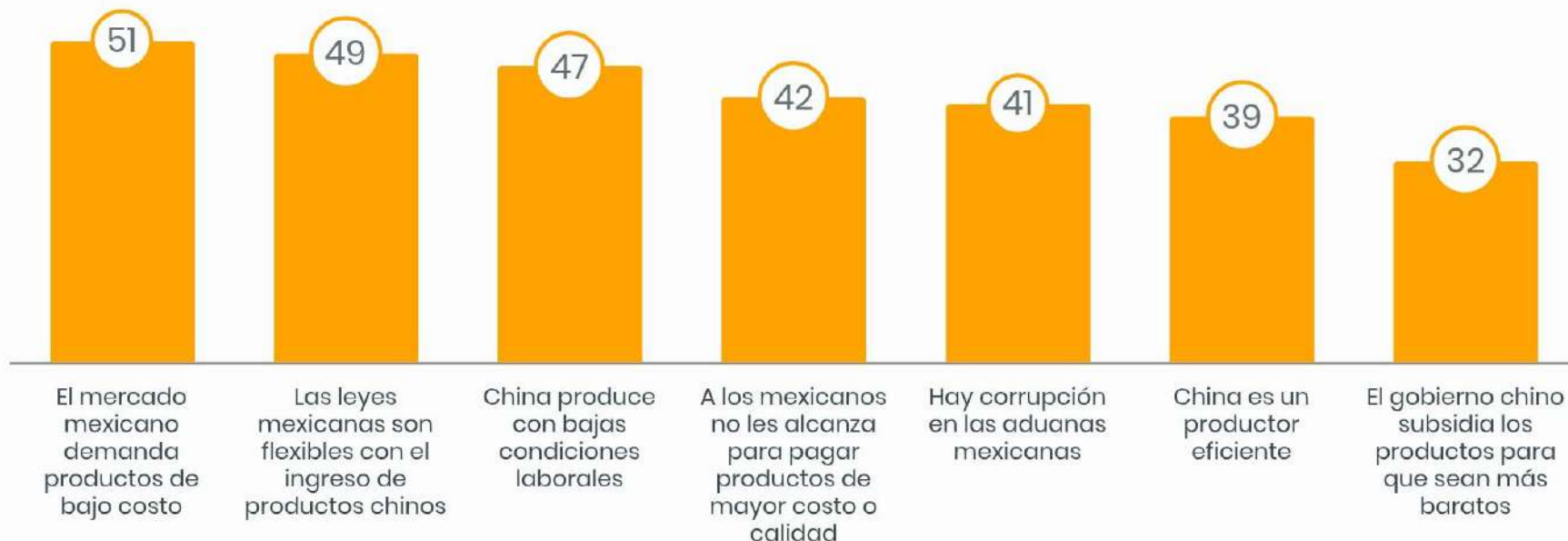


Porcentajes.



¿Qué factores crees que han favorecido la entrada de productos chinos al país?

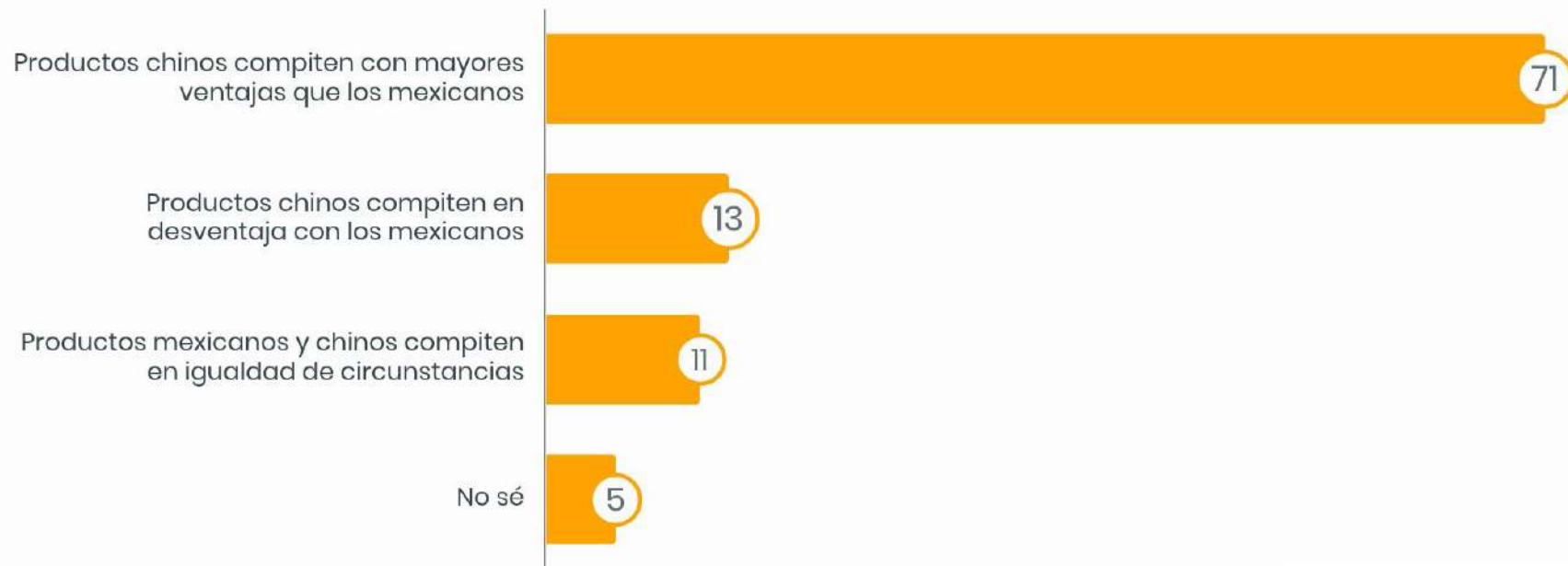
Selecciona los 5 principales.



Porcentajes de frecuencias.

Opiniones y preferencias de compra

En términos generales, ¿cómo dirías que es la competencia entre productos chinos y mexicanos?



Porcentajes.

Preferencia de compra según procedencia del producto

Me gustaría apoyar al productor mexicano,
pero voy a comprar el producto más
accesible, aunque sea chino

40%



Estoy dispuesto a pagar más dinero para
apoyar a los productores mexicanos

60%



Percepción sobre la regulación comercial México-China

¿Cómo calificaría el nivel de protección que ofrece el gobierno mexicano a los productores nacionales (agrícolas, textiles, industriales, etc.) frente a la competencia desleal extranjera?



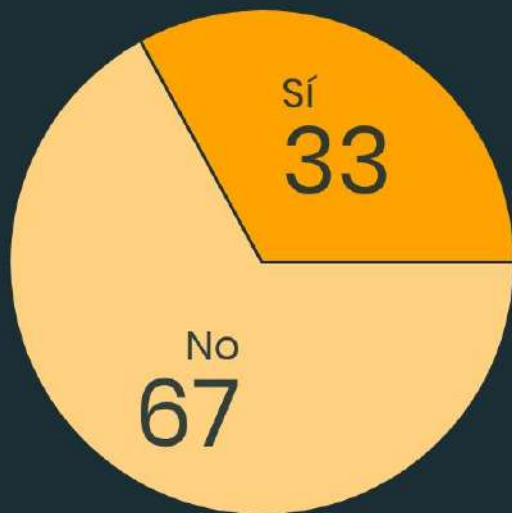
Porcentajes.

Por lo que usted sabe, ¿cómo es la relación comercial entre México y China?



Conocimiento de la regulación comercial México-China

¿Tenía conocimiento que hay una disputa comercial entre China y México?



Porcentajes.

¿Qué cree que debería hacer el gobierno mexicano?



Porcentajes de frecuencias.

¿Con qué frecuencia revisa el origen, procedencia o lugar de manufactura del producto que está comprando?

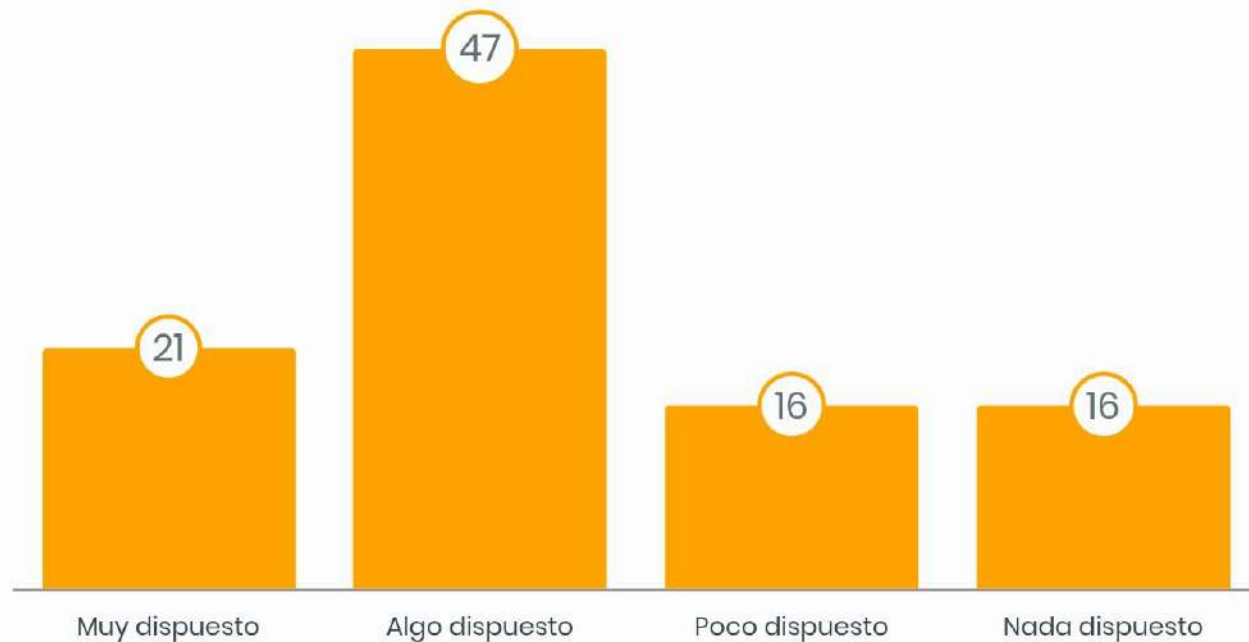


Porcentajes.

Por edad

	18 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 años o más
Siempre	13	22	21	22	35
La mayoría de las veces	38	35	44	40	41
La mitad de las veces	30	28	18	21	15
Menos de la mitad de las veces	13	11	13	13	7
Nunca	6	4	4	4	2

¿Qué tan dispuesto/a estaría a pagar un precio mayor por un producto si fomenta el *Comercio Justo* (pago digno a productores, sin trabajo infantil, legal)?



Porcentajes.





Metodología

Encuesta realizada del 30 de enero al 1 de febrero de 2026.

A 800 personas integrantes de un panel online, donde 50% son mujeres, 49% hombres y 1% no binario. 22% están en un rango de edad de 18 a 24 años; 25% entre los 25 y 34 años; 21% entre los 35 y 44 años; 20% entre los 45 y 54 años; y 12% a 55 o más.

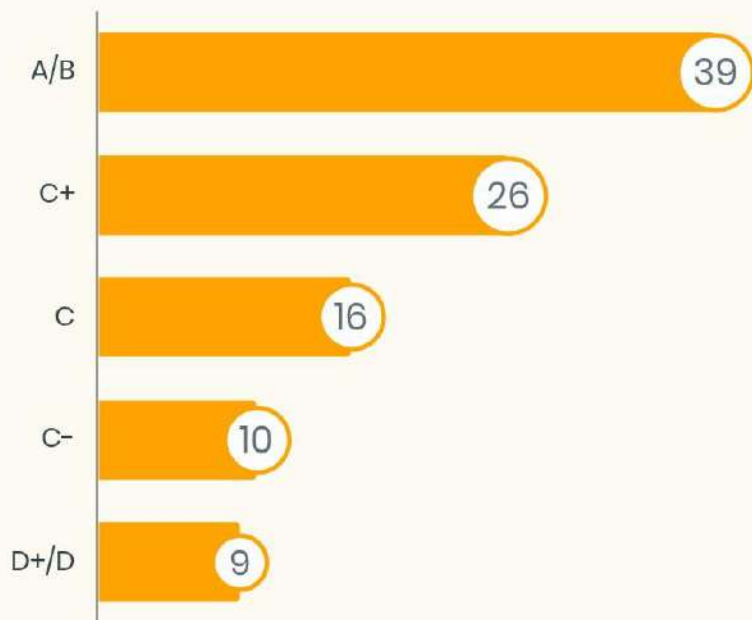
Citar como:

Centro de Opinión Pública UVM (2026). Pulso de los mercados informales: consumo y demanda en el comercio no regulado. Universidad del Valle de México. <https://opinionpublica.uvm.mx/estudios/pulso-de-los-mercados-informales-consumo-y-demanda-en-el-comercio-no-regulado>

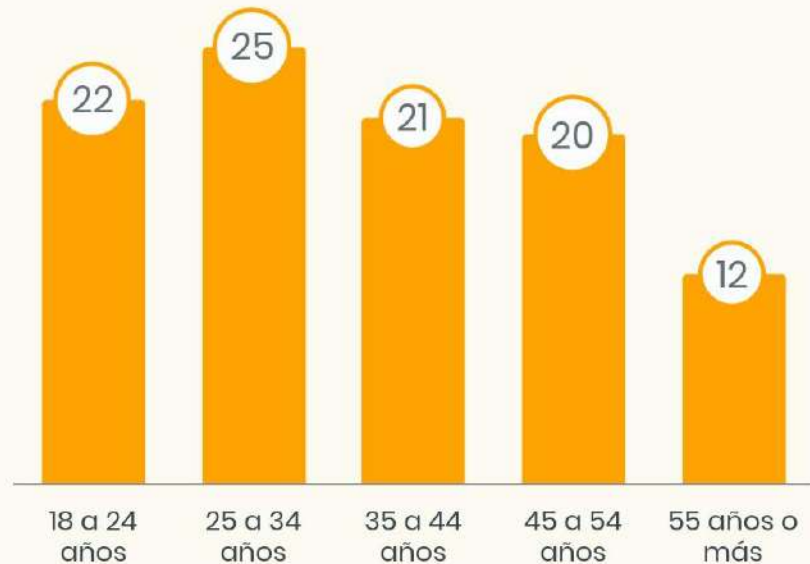
Las imágenes presentadas en este documento han sido generadas mediante inteligencia artificial (Gemini 3 Flash) con fines ilustrativos, buscando representar dinámicas sociales referenciadas.

Sociodemográficos

Nivel socioeconómico



Edad



Género



Mujeres
50%



Hombres
49%



No binarie
1%