

Programa de Becas para investigadores sobre China del Centro de Estudios China-México 2022

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN



CENTRO DE ESTUDIOS
CHINA-MEXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

CDMX, 2023

Dinámicas actuales del comercio chino en la Ciudad de México (Centro histórico-Tepito): De los Marco Polos a La Nueva China

Adriana Paola Martínez González

Introducción/ Metodología

En los estudios sobre los espacios chinos en la Ciudad de México (espacios de sinidad), históricamente, se hace referencia al Barrio Chino ubicado en la calle de Dolores en el Centro Histórico; dos cuadras de restaurantes y tiendas que se desarrollaron a finales de los años cuarenta. Desde finales de los años noventa, Tepito va conformándose también como un espacio de trabajo con presencia de comerciantes, aproximadamente, 2000 comerciantes y/o propietarios de almacenes, de acuerdo con datos del 2015. Una investigación reciente de la Dra. Mónica G. Cinco Basurto y del Dr. Sergio Efrén Martínez Rivera, sobre los espacios chinos en la Ciudad de México¹, además de los dos espacios mencionados, incorporan Santa Fe y la Colonia Viaducto Piedad, el primero como un espacio chino transnacional con trabajadores que pertenecen a corporativos como Huawei y habitan en edificios residenciales aledaños; el segundo, considerado como un barrio chino, pues además de los restaurantes que han proliferado, se desarrolla ahí vida social y comunitaria como su presencia en viviendas, escuelas, iglesia y otros servicios propios de la vida cotidiana.

Con base en este antecedente, la presente investigación nace de tres consideraciones iniciales: 1. Comúnmente, se suele ubicar a Tepito y el Centro Histórico como un mismo lugar, sin embargo, en términos geográficos y de comercio, no lo son 2. Exponer y ahondar en esta distinción/conjunción (Tepito- Centro Histórico) representa una veta para los estudios sobre espacios chinos en la Ciudad de México, en particular, en lo referente a profundizar en un mayor conocimiento sobre la dinámica actual del comercio en estas zonas, así como la posibilidad de conocer cómo ésta se ha ido transformando y afianzando en las últimas décadas y 3. Seguir esta línea de investigación puede dar resultados que complementen lo que ya se ha avanzado sobre los estudios de los espacios chinos en la Ciudad de México.

¹ Cinco, Mónica y Martínez, Sergio, Diálogo sobre los espacios chinos en la Ciudad de México: El caso de la Colonia Viaducto Piedad: <https://www.youtube.com/watch?v=7x17hs82Ry4>

Como objetivo general se planteó hacer una caracterización- distinción del comercio chino en Tepito y el Centro Histórico, definiendo como objetivos particulares, además de la caracterización del comercio en estas zonas, explicar el desplazamiento o expansión del comercio chino de Tepito hacia el Centro Histórico, y hasta las plazas chinas de Izazaga 38 y 89 surgidas en 2020 y 2021, explicando sus implicaciones y significados económicos, sociales y culturales, así como otros temas transversales que están presentes en esta relación comercial entre México y China, particularmente, en la Ciudad de México.

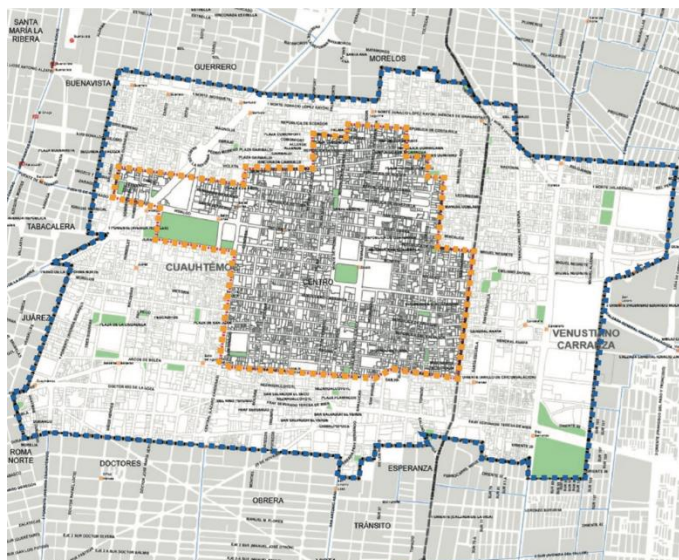
La hipótesis inicialmente planteada suponía la expansión del comercio chino, en las dos últimas décadas, de Tepito hacia el Centro Histórico hasta llegar a la zona de Izazaga. A medida que se avanzó en la investigación se pudo ir identificando un supuesto equivocado que este planteamiento implicaba y sobre el que la Dra. Mónica Cinco, ya había advertido², como lo es suponer que la diáspora china en el país o en la Ciudad de México se encuentra cohesionada o es una sola. Tal supuesto no aplica para los cuatros espacios mencionados en referencia a que, por ejemplo, los chinos de Santa Fe no tienen vinculos con los otros tres espacios. Un supuesto que tampoco aplicaba, como veremos, al interior de un mismo espacio, en este caso, para la zona Tepito- Centro Histórico, pues en principio se distinguen tres grupos de intereses distintos en esta zona, los correspondientes a los comerciantes chinos “dueños” de bodegas en Tepito; los comerciantes arrendatarios de locales en calles y plazas del Centro Histórico, así como los locatarios de las plazas de reciente creación en Izazaga.

Dado lo amplio del tema y el poco limitado tiempo para la realización de la investigación se había considerado estudiar solo la zona de Tepito. Sin embargo, a mitad del tiempo establecido para el desarrollo de esta investigación un hallazgo delimitó y redireccionó su rumbo. En la búsqueda de noticias y textos sobre comercio chino se localizó una página web que hablaba sobre la existencia de un Comité de Seguridad de los chinos en México o Comité Internacional de Seguridad (CIS) que tuvo a su cargo el impulso de patrullajes a inicios de la pandemia para garantizar la seguridad de los principales comercios chinos en el Centro Histórico.

A la par de la investigación bibliográfica y de campo en la zona de Tepito, se hizo el recorrido de los dos perímetros definidos en el mapa publicado en la página del CIS, así como de las

² Cinco Mónica y Martínez, Sergio, Diálogo sobre los espacios chinos en la Ciudad de México: El caso de la Colonia Viaducto Piedad: <https://www.youtube.com/watch?v=7x17hs82Ry4>

Mapa Centro Histórico

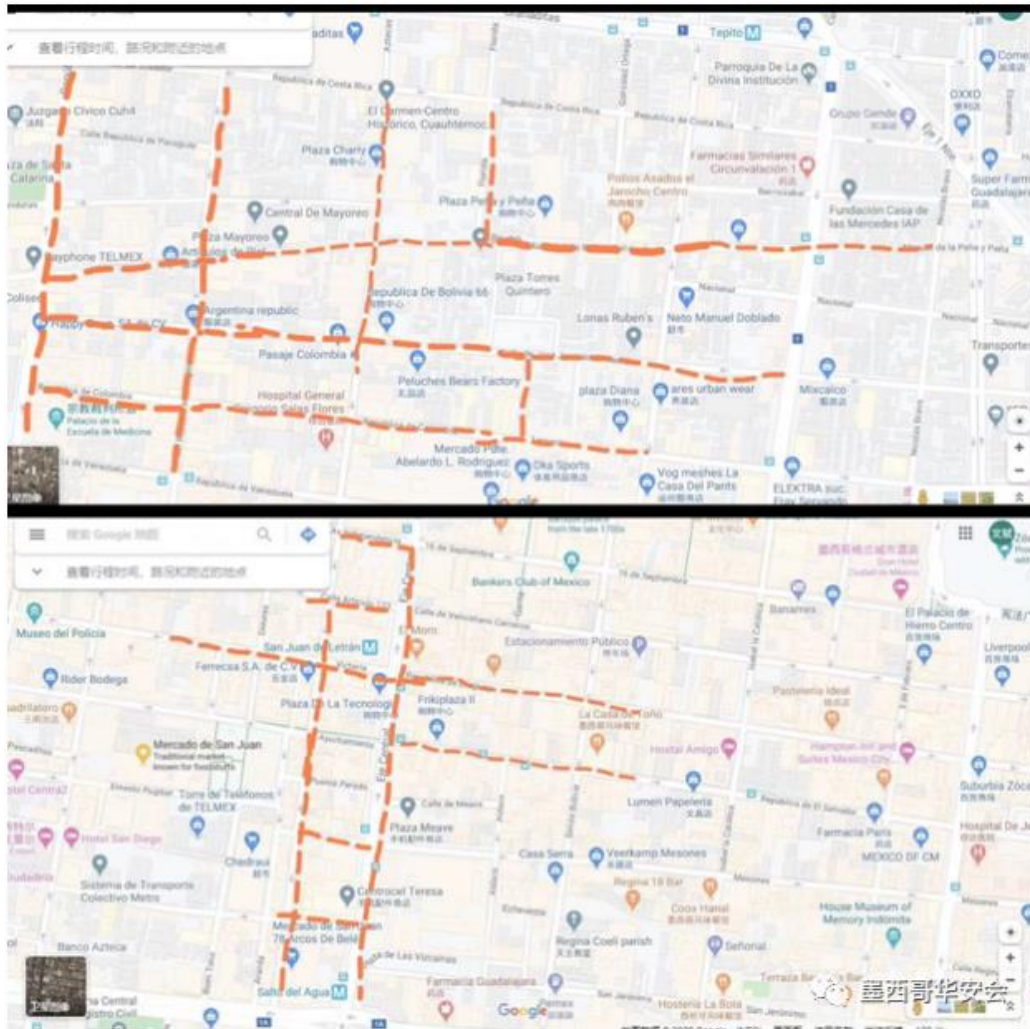


Fuente: INAH/INBAL

https://www.autoridadcentrohistorico.cdmx.gob.mx/storage/app/media/GUIA_buenas_practicas_11_nov_v2.pdf

El Centro Histórico de la Ciudad de México abarca una parte de las alcaldías Cuauhtémoc y Venustiano Carranza, las colonias Centro y Zona Centro y una parte de las colonias Guerrero, Buenavista, Tabacalera, Juárez, Roma, Doctores, Obrera, Tránsito, Esperanza, Merced Balbuena, Del Parque, 10 de mayo, Escuela de Tiro, Penitenciaría, Ampliación Penitenciaría, Venustiano Carranza y Morelos.

Mapa Comité de Seguridad Internacional Comité de Seguridad de los chinos en México



Fuente: CIS/Recorrido de campo

El perímetro marcado en el primer mapa corresponde al Centro Histórico de la Ciudad de México, partiendo de la calle de Costa Rica se definen rutas horizontales por las calles de Perú, Apartado y Peña y Peña; Bolivia- José Joaquín Herrera y esquina Isabel La Católica, y toda la calle de Colombia, desde Brasil hasta la calle Rodríguez Puebla. Dichas calles son atravesadas por rutas en las calles de Brasil, Argentina, Del Carmen y Florida; solo las rutas de Brasil y Argentina llegan hasta la calle de Venezuela.

En el segundo mapa, se trazan dos verticales, una que inicia en la calle de Artículo 123 siguiendo la calle de López y otra que inicia en las calles de Independencia-16 de septiembre y recorre el Eje Central, ambas hasta llegar a Arcos de Belén (metro salto del agua). Las

atraviesan cinco rutas por las calles de Artículo 123; Victoria, desde José María Marroquí hasta antes de llegar a Isabel La Católica (Casa del Cine o Casa Toño); de Eje Central hacia la calle de El Salvador hasta papelería Lozano; y la calle de Vizcaínas y Delicias entre López y Eje Central.

Marco teórico

El capitalismo como sistema mundial, a lo largo de su historia, se ha desarrollado a través de diferentes etapas que imponen nuevas formas de organización económica y política con repercusiones en la vida social y cultural de millones de personas³. En particular, de la reestructuración económica iniciada a finales de la década de los setenta, para los objetivos de esta investigación, es importante mencionar tres de sus características: la expansión del mercado mundial; la intensificación del comercio exterior y la revolución tecnológica que, en conjunto, han impactado el comercio a nivel local, nacional e internacional.

En las últimas cuatro décadas, el Estado ha seguido teniendo un papel central en el intercambio de mercancías, a través del establecimiento de políticas y tratados de libre comercio y/o implementando políticas económicas proteccionistas; en una esquizofrénica actitud, entre su vocación expansionista globalizadora y su necesidad de hacer valer los límites fronterizos propios de sus estados- nación⁴, como una condición indispensable para la reproducción de un sistema económico desigual.

En este contexto y con el objetivo de explicar las dinámicas actuales del comercio que se desarrolla en las grandes ciudades, en lugar de hablar de economía informal, autores como Carlos Alba, Gustavo Lins y Gordon Mathews proponen el concepto ***globalización desde abajo***, para referirse a lugares en donde el comercio y las actividades económicas consideradas informales o ilegales tienen mayor presencia, pero están inmersos en dinámicas de comercio internacional: "Se puede definir como el flujo transnacional de personas y bienes que implica sumas de dinero relativamente pequeñas y transacciones informales a menudo cuasi legales o ilegales, frecuentemente relacionadas con el "mundo en desarrollo", pero que,

³ Al respecto puede consultarse: Wallerstein, Immanuel, *Conocer el mundo, saber el mundo: El fin de lo aprendido*, México, Siglo XXI, 2001.

⁴ El papel del Estado a partir de la década de los setenta se aborda a profundidad en: Osorio, Jaime, *El Estado en el Centro de la mundialización. La sociedad y el asunto del poder*, México, FCE, 2004.

en realidad, son evidentes en todo el mundo”⁵; es decir, no hay economías nacionales autónomas, sino una economía mundial, así la llamada economía informal es parte de un todo más grande y complejo que posee su propia dinámica y características. Puede estudiarse desde sus rutas y puntos de anclaje comerciales mundiales y/o desde sus escenarios particulares: mundial, regional, local, individual; a través de los actores que desempeñan funciones específicas en el sistema.

Este concepto considera, las formas sociales, estrategias y actividades que benefician a los pobres, así como la dificultad para separar, claramente, los sectores formal e informal, lo legal y lo ilegal, así como lo lícito e ilícito, en las prácticas y dimensiones de esta economía, pues se trata de actividades que no registran las estadísticas económicas globales, sino que solo podemos exponerlas mediante aproximaciones-, se trata de hacer una etnografía económica de los eslabones, las rutas y los causes de este comercio.

La globalización desde abajo expone cómo este tipo de comercio reproduce y, al mismo tiempo, desafía la ideología del libre mercado, por ello siempre están intentando aplicarse distintos programas gubernamentales para regularlo, controlarlo o reducirlo, y que suelen terminar en una forma más de tolerarlo, pero haciendo valer la presencia del Estado. Ya sea en Yiwu, China, Tepito en la Ciudad de México, El Cairo, Sao Paulo, Washington y los mercados de diversos países; millones de personas, mercancías y dólares se encuentran directa o indirectamente involucrados en las fases de producción, circulación o consumo, “en una cadena global de actividades legalmente prohibidas, pero protegidas socialmente”, como plantea Gustavo Lins⁶, pues la legalidad que les niega el Estado se la otorgan millones de personas que con su participación las legitiman.

La globalización desde abajo busca caracterizar a los protagonistas de estas transacciones internacionales, que han aprendido a aprovechar las ventajas de la revolución tecnológica para acortar distancias, reducir costos e, incluso, para producir y comercializar mercancías originales y copias en el mismo centro de trabajo, burlando el monopolio de los derechos de

⁵ Mathews, Gordon, “El neoliberalismo y la globalización desde abajo en las mansiones Chungking, Hong Kong” en Alba, Carlos, Lins, Gustavo y Mathews, Gordon (Coords.), *La globalización desde abajo. La otra economía mundial*, México, FCE, 2012. Pág. 134.

⁶ Alba, Carlos, Lins, Gustavo y Mathews, Gordon. Op. cit. Pág. 409.

autor; en Shenzhen existen fábricas que de día hacen los originales y de noche las copias, afirma Lins⁷.

Se trata de un tipo de comercio que rompe, cambia o transgrede las reglas: leyes, reglamentos, impuestos, prohibiciones, licencias y que, en este proceso, evidencian la corrupción y violencia del propio sistema. A decir de las autoridades de gobierno, estas actividades perjudican al comercio legal, a la economía e industria nacional. Sin embargo, afirma Keith Hart⁸, “la economía informal comenzó como una manera de hablar de los pobres urbanos del Tercer Mundo que viven en la hendiduras de un sistema de gobierno que no pudo bajar hasta su nivel. Ahora, el propio sistema de gobierno ha sido puesto en tela de juicio. Todo el mundo ignora las reglas, en especial las personas de la cima -los políticos y los burócratas, las corporaciones y los bancos, etc.- y rutinariamente escapan de que se les haga responsables de sus actos ilegales”.

Desde la globalización desde abajo no se trata de concluir si este tipo de comercio es bueno o malo, sino de explicar el entramado de factores económicos, políticos, sociales y culturales que se condensan en un proceso económico que logra su propia autorregulación. Se trata de hacer visibles las redes, circuitos y trayectos internacionales que siguen las mercancías, su articulación entre lo legal e ilegal, así como los flujos de información y capitales que implica.

Se parte de la idea de que los actores de la globalización desde abajo no pretenden destruir el capitalismo ni construir un comercio alternativo al orden imperante, sino que, buscan aprovechar el comercio legal e ilegal como un recurso de sobrevivencia para millones de trabajadores no asalariados de distintos continentes. Actividades que son tratadas como asunto policial, salvo en tiempos políticos en los que se privilegia la cooptación de líderes y el cooperativismo a través de las organizaciones de comerciantes.

Otra característica importante de esta globalización son las redes sociales impulsadas por las diásporas, redes migratorias y agentes que promueven formas típicas de la economía popular, como las ferias y los mercados, y que se encargan de crear condiciones de información, viabilidad y confianza para los negocios; resaltando en este aspecto la relevancia que tiene

⁷ Lins, Gustavo, *La Globalización popular y el sistema mundial no hegemónico*: <https://nuso.org/articulo/la-globalizacion-popular-y-el-sistema-mundial-no-hegemonico/>

⁸ Hart, Keith, *La gran transformación* en Alba, Carlos, Lins, Gustavo y Mathews, Gordon. Op. cit. Pág. 18

China y su diáspora a nivel mundial, para el desarrollo del comercio, tanto para la economía formal e informal, así como la contribución que en esto hace el concepto de guanxi⁹.

Desde este enfoque, como plantea Oliver Pliez, se puede demostrar que distritos industriales, puertos, calles y plazas de mercado han sido vinculados por actores que trabajan en diferentes planos y analizar sus puntos de anclaje: fronteras, los centros comerciales, las plazas y mercados; es decir, los lugares que enlazan y cómo van cambiando sus rutas¹⁰. Estas dinámicas de la globalización desde abajo han sido abordadas por diferentes investigadores en países como China, Filipinas, Egipto, Brasil, México, Paraguay, India, Estados Unidos, entre otros. Es un enfoque que privilegia el trabajo de campo y las entrevistas a los involucrados.

Los contextos a los que se hace referencia la globalización desde abajo son ciudades como espacios privilegiados en donde los flujos globales de capitales, mercancías y personas se hacen visibles y se materializan¹¹. Pues como señala Aguilar: “Los actores no hegemónicos también construyen redes económicas transnacionales y crean nodos de globalización que no están ordenados por las estructuras formales del sistema de gobierno mundial”¹²; es decir, se trata de mercados populares que están inmersos en dinámicas de comercio internacional.

En este punto, es necesario retomar el concepto de **espacios sociales transnacionales** - creados a través de la migración y de la participación de actores de la economía popular-, que nos es útil para explicar la forma en que el comercio desarrollado en Tepito y el centro histórico de la Ciudad de México articula dos países, en este caso México y China, a través de la creación de nuevas dinámicas de intercambio impulsadas por migrantes chinos; una referencia fundamental en este caso es la investigación de Ximena Alba, sobre la participación de las mujeres chinas en el comercio de Tepito, en la que analiza cómo éstas

⁹ De acuerdo con una investigación realizada por Nifta Sugey Lau Ibarias, las principales dificultades que enfrentan las empresas chinas para invertir en México son de carácter discriminatorio e informacional; revertir estas desventajas de su condición de extranjeros depende de las habilidades que tengan los empresarios chinos para vincularse con redes locales (diásporas)/*guanxi*, que les permitan obtener información institucional y legal, oportunidades de inversión, así como vínculos con diferentes instancias del gobierno mexicano. En términos coloquiales el guanxi significaría “No importa cuánto sabes, sino a quién conoces”.

¹⁰ Pliez, Oliver, *El derrotero de la nueva ruta de la seda entre Yiwu y El Cairo* en Alba, Carlos, Lins, Gustavo y Mathews, Gordon. Op. cit. Pág. 55- 80.

¹¹ Aguilar, José, “*Vienen de China*”. *Los CD piratas en México desde una perspectiva transnacional*. Ibídem. Pág. 81

¹² Op. cit. Pág. 82

han creado nuevos circuitos y vínculos económicos y sociales entre ambos países ¹³. Una perspectiva que también se aborda desde la globalización desde abajo, para hacer visible el papel de las mujeres en el comercio y en la organización de los comerciantes de Tepito y el Centro Histórico en la Ciudad de México.

Retomando autores como Michael Kearney, Ludger Pries, Federico Besserer y Mónica Cinco, entre otros; Alba plantea que “no se trata de vinculaciones entre estados nacionales cuyos acuerdos y políticas binacionales responden a las necesidades de una cooperación comercial o diplomática”¹⁴, sino que son espacios sociales, anclados en una dinámica local en donde la diáspora, aprovechando la apertura económica de China, ha contribuido en crear enclaves económicos sostenidos por lazos a nivel global, creando nuevos circuitos económicos y comerciales.

Los espacios transnacionales consideran, incluso, la relación economía-etnicidad, para explicar cómo las relaciones de producción se vinculan con sentimientos culturales de rechazo y odio racial, como parte de las dinámicas entre economía y migración¹⁵. Los espacios son concebidos, también, como procesos permanentes y entrelazados, de construcción y cambio, en cuyo desarrollo contribuyen muchos actores en medio de relaciones contradictorias o complementarias, de cooperación y disputa ¹⁶. Y la “transnacionalización es una forma específica de intensificación de las relaciones sociales, culturales, políticas y económicas”¹⁷, en donde las personas son sujetos con capacidad de acción y decisión para aprovechar las oportunidades que surgen al traspasar las fronteras de los Estados y la sociedades nacionales.

Estos actores transfronterizos que operan en un territorio específico crean redes no estatales, que se expresan en un vínculo paralelo de relaciones internacionales que, en algunos

¹³ Alba, Ximena, “Mujeres, comercio y economía popular: Las chinas en Tepito”: https://www.academia.edu/37302717/Mujeres_comercio_y_econom%C3%ADa_popular_las_chinas_en_tepito

¹⁴ *Ibíd.* Pág. 256.

¹⁵ Besserer, Federico, *Comentarios críticos y 5 propuestas para pensar la migración en el momento actual*: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2014000300006

¹⁶ Un libro reciente en el que se aborda de manera profunda la problemática del espacio en la Ciudad de México, desde sus distintos actores es: Alba, Carlos y Braig, Marianne, *Las voces del Centro Histórico. La lucha por el espacio en la Ciudad de México*, México, COLMEX/CEI, 2022.

¹⁷ Alba, Carlos, la transnacionalización del mundo social. espacios sociales más allá de las sociedades nacionales: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-013X2020000301207

momentos, contraviene y/o entorpece las relaciones diplomáticas; lo que se analiza desde la llamada **paradiplomacia**, una forma de relacionamiento internacional que “se ha centrado, entre otras dimensiones, en el intercambio de bienes, servicios e ideas entre una gama de actores locales de dos o más regiones de distintos países”¹⁸, que construyen estrategias informales de desarrollo económico y construyen vínculos comerciales al margen de la política exterior de los países.

La paradiplomacia puede entenderse como una rama de la política internacional. Mientras “la diplomacia se concentra en el poder del Estado y en la solución de los problemas que se presentan entre sus similares”¹⁹; la paradiplomacia se centra en las relaciones internacionales llevadas a un contexto regional para dar cuenta de las actividades globales y locales que desarrollan nuevos u otros actores de la globalización, ante la política internacional del Estado. Dentro de las relaciones internacionales es una corriente que empieza a tener presencia en la década del setenta; “a partir de considerar la incapacidad del Estado para satisfacer las necesidades humanas dentro del mismo territorio”,²⁰ y como nueva forma de entender las relaciones internacionales contemporáneas en donde las ciudades y sus gobiernos tienen un papel trascendental, pues son los espacios que condensan las problemáticas del sistema capitalista.

Así, la paradiplomacia se encarga de la “política económica y comercial, la promoción de las inversiones extranjeras y la atracción de centros de decisiones, la promoción de las exportaciones, la ciencia y la tecnología, la energía, el medio ambiente, la educación, la inmigración y la movilidad de las personas, las relaciones multilaterales, el desarrollo internacional y los Derechos Humanos”, entre otros temas²¹.

Para Zidane Zeraoui es, más bien, un concepto que puede incluir “a todas las demás acepciones que representan casos específicos de política internacional de las regiones”²², incluyendo aquellos actores estatales o no, pero que tienen una actividad internacional, como las empresas y comerciantes. La región se concibe aquí como “una unidad territorial que se

¹⁸ Ovando, Cristian y González, Sergio, Paradiplomacia: <https://www.teseopress.com/palabrasclavefronteras/chapter/paradiplomacia/>

¹⁹ Mejía, Leonardo, *La paradiplomacia. Una aproximación a las nuevas teorías*: <https://www.redalyc.org/journal/531/53163845009/html/>

²⁰ *Ibíd.*

²¹ Zidane, Zeraoui, *Para entender la paradiplomacia*: <https://revistas.urosario.edu.co/xml/3596/359643444001/index.html>

²² *Ibíd.*

encuentra debajo del Estado soberano, que puede desarrollar actividades complementarias a los intereses nacionales o que puede entrar en contradicción con ésta por motivos económicos, políticos o culturales”²³.

Un elemento central en la paradiplomacia es la identidad regional que puede, o no, ser antagónica a la cultura nacional, pero que, en todo caso, genera apego al territorio en donde los sujetos reproducen sus medios de vida; pueden coexistir micro-identidades en una sola macroidentidad territorial. A diferencia de la diplomacia tradicional, que está institucionalizada en la figura de las secretarías de relaciones exteriores o los ministerios de asuntos internacionales, la paradiplomacia implica relaciones a escala menor en una especie de hermanamiento de ciudades e, incluso, sujetos, no estatales.

Tepito y la caracterización de los actores chinos

Existen numerosos estudios sobre el comercio prehispánico y etapas históricas posteriores en Tepito, que pueden ser consultados para comprender la importancia que este barrio ha tenido para la Ciudad de México. También pueden encontrarse algunos textos que recuperan una parte de su historia poco conocida, como barrio con numerosos talleres de oficios: de elaboración de zapatos, ropa, herrería, entre otros. En esta investigación, sin embargo, nos enfocamos en la etapa del comercio contemporáneo; en particular, en el origen y dinámicas actuales del comercio chino en Tepito, en las últimas dos décadas.

La configuración comercio actual en Tepito se puede rastrear en los años sesenta cuando se impulsa la construcción de mercados públicos especializados con el objetivo de contrarrestar el comercio callejero, durante el mandato del regente Ernesto P. Uruchurtu (1952- 1966). Y durante el gobierno de Luis Echeverría (1970- 1976); con la llamada *falluca*²⁴ que llegaba en maletas de comerciantes del barrio que viajaban a Estados Unidos, y que empezó a convivir con otras actividades como los talleres de oficios en la década de los 80; hasta irse incrementando y dando paso a trailers que dejaban cientos de mercancías en el barrio y podían regresar a la frontera norte cargados de droga que subían en otros estados del país.

²³ Ídem.

²⁴ Como se llama coloquialmente a las mercancías de contrabando, que no pagan impuestos de aduana y se comercian a menor costo.

En la configuración actual del comercio en Tepito, también fue importante el sismo de 1985, a partir del cual fueron deshabitadas varias vecindades que, posteriormente, se convirtieron en bodegas, incrementándose así la zona comercial en detrimento de la habitacional y que, en la década de los noventa, abrió paso a la llegada de comerciantes de origen coreano. A decir de Alberto Hernández, el temblor también lanzó al comercio informal a los habitantes de Tepito, “primero fueron las calles de Florida, Aztecas y Eje 1 Norte, posteriormente no hubo calle o callejón sin puestos”²⁵.

Otro eje de la dinámica comercial del barrio han sido los distintos programas institucionales de reordenamiento, como el Programa de Reordenamiento de Comercio en la Vía Pública en 1998, dirigidos a: “comerciantes instalados en calles y plazas públicas; concentraciones temporales asociadas con festividades populares; comerciantes ambulantes en zonas de flujo vehicular o peatonal, y comerciantes que ejercen su actividad en áreas prohibidas y que utilizan puestos rudimentarios, portando su mercancía en bolsas o mochilas y que reciben el apelativo de “toreros” porque torea la vigilancia: al percibir la presencia de autoridades [...]”²⁶. La pretensión de dichos programas ha sido controlar qué se vende y dónde, para ir contrarrestando la ilegalidad del comercio y las redes clientelares; sin embargo, es en estos años que las organizaciones de comerciantes y sus respectivos líderes comienzan a proliferar y fortalecerse en la interlocución con diversas autoridades capitalinas²⁷ pues, en un inicio,

²⁵ Hernández, Alberto, Tepito, capitalismo a la brava. La tenue frontera entre la legalidad e ilegalidad: <https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/939/1070>

²⁶ Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública:

https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetas/30d545ebea314e2cef83763855b1100d.pdf

²⁷ Se tienen ubicadas las siguientes organizaciones: “ORUNTEPITO (Organizaciones Unidas de Tepito), está formado por la Unión de Comerciantes Ambulantes Fijos y semifijos de las calles de Toltecas 1-2-3 y Plaza Fray Bartolomé de las Casas y Díaz de León AC; Asociación de Ayateros, Carreros y Locatarios del Mercado Número 23 Tepito AC; Asociación de Comerciantes Ambulantes en el Distrito federal y la República Mexicana de Rayón AC; Asociación de la Explanada de la Conchita AC; Grupo 22 de Aztecas AC; Unión de Comerciantes revolucionarios de González Ortega y Díaz de León AC; Defensa y Solidaridad Unión de Comerciantes Ambulantes, en Cuauhtémoc DFAC; Asociación Democrática de Comercio Vecinal AC; Unión Revolucionaria de Comerciantes de Pequeño, en las Calles de Matamoros, Tepito y Anexos en el DFAC; Asociación de Comerciantes Fijos y Ambulantes del barrio de Tepito y de la Colonia Morelos AC; Frente Mexicano Pro Derechos Humanos Consejo de Comerciantes en Pequeño AC; Unión de Comerciantes Ambulantes de la calle Toltecas Tepito; Unión de Comerciantes Fijo y Semifijos Centro Norte AC; y la Asociación de Comerciantes Salderos de Tepito AC. [...] Coalición de organizaciones de la zona económica de Tepito DF y República Mexicana; Unión de Comerciantes no Asalariados de la 1ª Calle de Fray Bartolomé de las Casas del DFAC; Auténticos Hijos de Tepito AC; Amigos por la Equidad del barrio de Tepito Comerciantes SA de CV; Comerciantes Revolucionarios Organizados de Tepito AC; Asociación de Comerciantes e Inquilinos de la Calle de Fray Bartolomé de las Casas; Asociación de Comerciantes Salderos de Tepito AC; Merco 60 de Granaditas; Mercado Varios 3 Muebles; Mercado 36; M14; Asociación de Comerciantes Establecidos del Barrio de Tepito AC; Unión de Comerciantes Independientes “Equidad y

buscaban frenar la llegada de mercancía coreana y china y pretendían conseguir acuerdos con las autoridades para impulsar la producción de productos nacionales, así como el fortalecimiento de los comercios tradicionales del barrio. Al mismo tiempo, comienza cierta rivalidad entre comerciantes informales y comerciantes establecidos.

El último reordenamiento que estuvo concertado con líderes de comerciantes como María Rosete, tuvo lugar en junio de 2022²⁸. Con el objetivo de liberar más de la mitad de los carriles del Eje 1 Norte fueron reubicados 1400 comerciantes ambulantes en las calles, Aztecas, González Ortega, Florida, Manuel Doblado, Argentina, Jesús Carranza, Brasil y Peralvillo. A los comerciantes que no pudieron ser reubicados, el Gobierno de la Ciudad de México les ofreció acceder a diversos programas de gobierno como Jóvenes Construyendo el Futuro o solicitar créditos para emprendedores.

El negocio de la falluca se viene abajo en los años noventa con la llegada del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos; en esos años en cambio, comienzan a resurgir los talleres caseros, pero esta vez dedicados a la producción de discos y DVDs pirata que llegaron a calcularse en 900 millones de discos al año. Así, una primera etapa del comercio contemporáneo estará enfocada en la fayuca y una segunda etapa será con la llegada de comerciantes coreanos y chinos. Existen distintas versiones de cómo éstos llegaron al barrio de Tepito; Hernández señala:

“En la calle de Aztecas, junto a Tacos Ramiro, se asentó el primer establecimiento comercial manejado por un chino. Un viejo local de reparación de bicicletas fue transformado para vender productos de contrabando. Más adelante, se expandió por todo el barrio ese tipo de negocios. Aunque a veces no se les distinguía ni se identificaban sus idiomas, con el tiempo, chinos y coreanos adquirieron mayor visibilidad. Ropa de mala calidad pero barata tuvo un gran crecimiento en el mercado. También, el zapato de origen chino que entraba de

Justicia” del Barrio Bravo de Tepito AC; Unión de Comerciantes de la Zona de Tepito AC; Frente Mexicano de Comerciantes Fijos y Semi-fijos del barrio de Tepito AC; Unión de Comerciantes Ambulantes Fijos y Semifijos Centro Poniente en el DF AC; Asociación de Vecinos Comerciantes del mercado Alternativo en Tepito en DF AC; Unión de Comerciantes Cuauhtémoc de la Cerrada de Matamoros AC”. El Punto Crítico: Van comerciantes de Tepito por recuperar el barrio: <https://www.elpuntocritico.com/world/94-ciudad/95161-van-comerciantes-de-tepito-por-recuperar-el-barrio>

²⁸ Santiago, David, Expansión, Comerciantes en Tepito se redistribuyen y la CDMX analiza estandarizar puestos: <https://politica.expansion.mx/cdmx/2022/06/08/comerciantes-en-tepito-se-redistribuyen-y-la-cdmx-analiza-estandarizar-puestos>

contrabando arrasó con la producción nacional. Después vino la producción y comercialización a gran escala de artículos a bajo costo como ropa, lentes, juguetes, perfumes, novedades y productos de moda o de temporada provenientes de Asia”²⁹.

La desaparición del negocio de la fayuca proveniente de Estados Unidos, por otro lado, se empalmó con dos aspectos decisivos del crecimiento económico de China: 1. Dos décadas de desarrollo económico iniciado en 1978 con la etapa de Reforma y Apertura y 2. La inclusión de China en la Organización Mundial del Comercio en 2001, a partir de lo cual se iría convirtiendo en la fábrica mundial, productora de millones de mercancías destinadas al comercio mundial.

El crecimiento exponencial del comercio chino en el barrio es muy reciente, pues se ubica a inicios del 2010; un punto de inflexión para que esto sucediera fue el fracaso en las negociaciones entre líderes de diversas organizaciones de comerciantes de Tepito con la Cámara Nacional de Comercio en el Distrito Federal (CANACO). La negativa de la CANACO para dar mejores condiciones (como las consignaciones) a los comerciantes para la venta de diversa mercancía nacional y la falta de reconocimiento de su importancia para la Ciudad -según declaraciones de su dirigente Arturo Mendicuti, porque “las organizaciones de comerciantes de Tepito y del Centro Histórico no pueden ser consideradas como sus iguales, porque son parte de la informalidad”³⁰-; motivó a los líderes a buscar mercancías importadas de China en un inicio y, posteriormente, a impulsar acuerdos comerciales directos; hasta llegar al momento actual en donde miles de mercancías chinas que se surten en bodegas de Tepito y/o en las plazas de chinas, son compradas por mayoristas provenientes de la Ciudad de México y otros estados del país, incluso, de otros países como Cuba, y distribuidas por menudistas en distintas calles del Centro histórico y puntos de la Ciudad de México, en donde las mercancías pueden llegar a incrementar su valor hasta en un 500%³¹. Así comenzó a hablarse de los llamados *Marco Polos mexicanos*³², comerciantes de Tepito que viajaban a China hasta dos veces al año para importar de manera directa contenedores

²⁹ Ibídem.

³⁰ Tepito abre una oficina en China: <https://archivo.eluniversal.com.mx/primera/34230.html>

³¹ Llévelo, Llévelo: el mapa definitivo de Tepito: <https://www.chilango.com/ciudad/llevelo-llevelo-el-mapa-definitivo-de-tepito/>

³² Hernández, Alfonso, Los Marco Polo de Tepito”: https://dusselpeters.com/CECHIMEX/Alfonso_Hernandez.pdf

cargados de miles de mercancías diversas, cuya negociación no estaba basada en el idioma sino en el uso de la calculadora para acordar los precios. Otra versión al respecto, es proporcionada por Miguel Galán Ayala, otro importante dirigente de Tepito, quien afirma que su organización financió el primer viaje de comerciantes mexicanos a China.

Tanto para datos de comercio como de cantidad de migrantes chinos en nuestro país se trabaja con aproximaciones. Con base en el Censo de 2020 se tienen registrados 10 mil personas de origen chino en México, con mayor presencia en Baja California Norte, Ciudad de México y Chiapas. También son limitados los estudios previos sobre la presencia china reciente o actual, de acuerdo con un dato proporcionado por la especialista Mónica Cinco, existen 142 textos académicos sobre la presencia china en México, de los cuales solo 14 abordan la situación contemporánea o actual.

Sin embargo, el crecimiento del comercio chino en la zona Tepito- Centro Histórico, en los últimos diez años, ha ido formando una nueva etapa que, algunos comerciantes coinciden en señalar como la existencia de la Nueva China, refiriéndose a que, actualmente, ya no es necesario viajar a China, pues China y sus mercancías está presente en todo el primer cuadro del Centro Histórico. Una nueva etapa que podría explicarse a partir de 3 factores: 1. Las dificultades que representa la importación de mercancías, no sólo por los numerosos trámites legales que se deben cumplir, sino por los aspectos ilegales que implican también, como parte de la dinámica comercial por la vía de los hechos 2. Los grandes capitales con que cuentan los comerciantes chinos y que ponen en desventaja a los comerciantes mexicanos en cuanto al tamaño de sus importaciones, así como en cuanto a la capacidad que tienen para rentar bodegas y/o locales en las principales calles y plazas del Centro Histórico 3. Las restricciones impuestas por la reciente pandemia por Covid para viajar a China, así como el exorbitante incremento de los costos.

Un comerciante de la calle de Colombia, dedicado a la venta de juguetes, que durante 8 años importó mercancía china y que pidió permanecer en el anonimato comentaba: “No es necesario ir a China, pues ya está aquí; esta es la Nueva China, Tepito y el Centro Histórico. Han acabado con todos los talleres e industria nacional que había, son una plaga. Juegan chueco, porque con sus contactos, detienen la mercancía en la aduana hasta que ellos quieren dejarla pasar o hasta que acaban la suya, y que pueden llegar a vender hasta más barata que como la compramos en China. Lo mismo hacen con los terrenos o edificios, pagan por ellos

3 veces más de su valor. El gobierno debería regular y poner orden, pero el gobierno está coludido y permite que las mercancías chinas entren de manera legal e ilegal”.

Esta molestia y percepción de que los chinos se están apropiando de todo es una posición que se repite en otros comerciantes entrevistados, así como la crítica y señalamiento al gobierno como responsable del entrecruce de procedimientos legales e ilegales mediante los cuales llega la mercancía china a México.

Cabe hacer una distinción entre el barrio de Tepito³³ y el tianguis de Tepito que ocupa todos los días a excepción del martes, diecisiete calles, lo integran entre 8 y 12 mil puestos, y al que asisten aproximadamente 150 mil personas a la semana. En este sentido, es necesario para plantear algunas cuestiones que se encontraron en el trabajo de campo: 1. A pesar de que el comercio, en locales o en el tianguis, es el motor de la economía en el barrio, todavía hay una gran cantidad de viviendas habitadas, no todo son bodegas tampoco. Los martes cuando el tianguis no funciona puede observarse el funcionamiento cotidiano del barrio, con el ir y venir de los estudiantes de diferentes grados, los puestos de comida, etc. 2. La gente del barrio considera que muchos de los que tienen un puesto en el tianguis no viven ni son originarios de Tepito. 3. Entre la gente del barrio, como el padre de la parroquia, hay la percepción de que “la gente mala” o los principales delincuentes provienen de otras zonas del Estado de México.

No hay datos oficiales ni estadísticas específicas que hablen de las particularidades del comercio chino en la Ciudad de México. A pregunta expresa el Lic. Christian Ceja J. U. D de Análisis y Seguimiento de la Economía de la Secretaría de Comercio de la Ciudad de México explicaba que el único dato con que se cuenta es que toda la mercancía china que llega a la Ciudad de México ingresa por el puerto de Manzanillo.

Desde 2013, se tiene registro de que la mayoría de los contenedores con mercancía China que llegan a Tepito provienen de Yiwu, una subprefectura de la ciudad de Jinhua en la

³³ “[...] se requiere valorar al barrio en su carácter espacial, no sólo topográfico y morfológico (propriadamente geométrico), sino en su carácter geográfico-cultural, como territorio, como unidad socioterritorial; es decir, como una escala socioespacial del territorio, cuya unidad básica (primordial) es la casa (el hogar) y su escala inmediata superior es la comunidad [...]”, nos dice.... Entonces el barrio es entendido como espacio que se reproduce en la vida cotidiana con sus rituales, conflictos y acciones de resistencia social frente a culturas y clases hegemónicas; el territorio y sus habitantes son el barrio que se reproduce mutuamente. Pineda Alma y Velasco, Mauricio (Coords), Ciudades y Centros Históricos: habitación, políticas y oportunidades, Vol. II, México, UNAM/CONACYT, https://www.puec.unam.mx/pdf/publicaciones_digitales/ciudades_centros_historicos_v2_digital.pdf

provincia de Zhejiang, al este de China y a 280 km de Shanghái (a la cual se puede llegar en tren, autobús, taxi o coche particular). Un mercado o feria permanente con venta de mercancías en general (más de 400,000 diferentes tipos), considerado el más grande del mundo y que vende en pequeñas cantidades desde una caja y/o mezcladas en un contenedor. Un mercado abierto todo el año, de 8 a 17 hrs, y que sólo se interrumpe los 15 días que dura el Festival de Primavera (1-15 de febrero)³⁴. De ser una ciudad agrícola y artesanal Yiwu se convirtió, en las últimas tres décadas, en una ciudad de fábricas y talleres familiares especializados en determinada mercancía de exportación integradas en una plataforma integral de comercio internacional que incluye gestiones, compra, trámites aduanales y envíos por vía marítima o aérea³⁵:

“[...] Yiwu como la “capital de las mercancías pequeñas”, sigue siendo primordialmente una zona textil, cuyas ventas de exportación están constituidas por 33% prendas de vestir, 12% de calcetines y 7% de otros productos textiles diversos [...] En 2008, el mercado de Yiwu se dividió en cinco mercados principales (Huangyuan e ITC I,II,II Y IV) y en corredores especializados donde se instalan 620 000 puestos de proveedores chinos (Zhejiang China Small Commodities City Group, 2009). Es el corazón del surgimiento de Yiwu como una de las principales fuentes mundiales de las mercancías que alimentan la globalización desde abajo”³⁶.

Como plantea Oliver Pliez, después de ser una zona rural, en los años 80 Yiwu se convirtió en una pequeña ciudad industrial especializada en la producción de pequeños bienes de consumo, de acuerdo con la doctrina económica de la época anterior a las reformas de Deng Xiaoping en la década de 1990. Con la apertura económica Yiwu entró en una nueva etapa

³⁴ Tiene más de 75 mil tiendas que abarcan, con 210 mil trabajadores directos en 5, 500,000 metros cuadrados; 17 sectores empresariales, 9000 categorías de productos; se venden más de 1 millón de productos diferentes y 100, 000 visitantes diarios. Además de significar cerca de 10 millones de puestos de trabajo en fábricas y talleres familiares. Los productos de Yiwu se venden en Amazon y Aliexpress. Lira, Patricia, Feria o mercado de Yiwu: <https://patricialeonlira.com/proveedor-chino/la-feria-mercado-yiwu/>

³⁵ Yiwu es el centro mundial de la exportación de productos baratos: <https://www.youtube.com/watch?v=caTQQGtHfrg>

³⁶ Pliez, Oliver, “El derrotero de la nueva ruta de la seda” en Alba, Carlos, Lins, Gustavo y Mathews, Gordon (Coords.), *La globalización desde abajo. La otra economía mundial*, México, FCE, 2012. Pág. 67-68.

con su vinculación con otras provincias chinas; según datos de “50 mercados de 25 provincias están conectados con Yiwu (Sun y Martin, 2008) [...] su sede se encuentra en las principales ciudades de cada provincia y se les puede encontrar en las provincias fronterizas y en los puertos conectados con Corea del Sur y Japón”³⁷. Más del 60% de su producción está dirigida al mercado mundial.

Si nos preguntáramos en donde está el comercio chino actualmente en Tepito, los testimonios recopilados en el trabajo de campo nos dicen que en la venta de mercancía china en el tianguis de Tepito principalmente y en la renta de grandes bodegas para el almacenamiento de las mismas. Resulta prácticamente imposible corroborar el dato de las bodegas, pues SEDECO cuenta con dos herramientas que se aproximan a datos específicos como el número de unidades económicas y giros comerciales por calles, Colonia y Alcaldía; una llamada OVIE (Oficina Virtual de información Económica). En esta plataforma gratuita de análisis territorial “se puede acceder al mapa económico de la Ciudad de México y conocer, cuadra por cuadra, el contexto social, económico y urbano [...] así como información relevante para los más de 900 tipos de negocios que existen en la Ciudad. Sin embargo, esta herramienta trabaja con estadísticas provenientes, principalmente, del INEGI, en particular del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) y de los Censos Económicos y de Población; la información local de la que dispone es insuficiente y no está actualizada. Utilizándola, se podría conocer el número de unidades económicas y su composición por sector, pero no podemos saber cuántas del sector comercio corresponden a locatarios chinos, pues en este caso, otra dificultad que se suma es que el local queda registrado con el giro comercial del dueño mexicano y no del locatario que lo renta, además de que al ser rentado para mercancía china, el giro cambia, pero no es actualizado, así por ejemplo pueden encontrarse peleterías, pero en realidad son locales con juguetes de origen chino, pues no se corresponde el giro con el permiso de uso de suelo, y son permisos que pueden ser desde 2003 que correspondería a la Alcaldía Cuauhtémoc tener actualizados. De igual manera, el número de bodegas registradas es insignificante, 20 para toda la Colonia Morelos en donde se encuentra Tepito y 4 en toda la Colonia Centro.

³⁷ Ibidem. Pág. 68-69.

En trabajo de campo pudo corroborarse que las bodegas están en lugares habitados, como la que existe en la vecindad de la calle de Jesús Carranza número 6 y que, al ser una de las calles más peligrosas del barrio no fue posible fotografiar en martes y los demás días está oculta detrás de los puestos. También hay bodegas y tiendas a la vez, como la ubicada en Manuel Doblado 91, llamada Monkey Beauty, con venta al mayoreo y menudeo. Cuántas bodegas existen en Tepito y cuántas pertenecen a mexicanos o chinos es un dato que no está al alcance de nadie, ni siquiera de las autoridades de la Alcaldía o de la Ciudad de México.

Muchas veces se sabe de la existencia de bodegas a partir de la difusión periodística de los cateos realizados por la policía federal a bodegas con mercancía introducida de contrabando al país. En 2003 se catearon bodegas en las calles de Fray Bartolomé, Tenochtitlán y Aztecas. Reportando la incautación de 195 toneladas de mercancía pirata, principalmente, tenis y zapatos chinos. De 40 bodegas, 25 eran de un propietario mexicano conocido como el “rey del tenis chino”, en las calles de Costa Rica y Aztecas³⁸. En 2008 se decomisaron 35 toneladas de calzado chino en las calles de Florida, Peña y Peña y Costa Rica³⁹. En 2009 la Secretaría de Seguridad Pública Federal y del entonces Distrito Federal, incautaron 70 toneladas de mercancía electrónica en bodegas de las calles González Ortega y Díaz de León. También en ese año, la AFI incautó cigarros provenientes de china y contenidos en bodegas de Plaza Florida y de la calle Panaderos⁴⁰. En 2020 se incautaron bodegas en las calles de Francisco Días y González Ortega⁴¹, y otra en la calle de Florida 32 en donde hicieron un decomiso de 32 toneladas de bolsas y mochilas⁴².

En una de las fronteras de Tepito es abiertamente ubicables dos plazas chinas, el Pasaje Metro Tepito que pudo constatarse con el trabajo de campo casi en su totalidad está integrada por

³⁸ González, Rafael, Golpean decomisos al Catrín de Tepito: <https://app.vlex.com/#vid/82002547>

³⁹ Servín, Mirna y Aranda, Jesús, La Jornada, Decomisan 46 toneladas de calzado chino y ropa: <https://www.jornada.com.mx/2008/06/06/index.php?section=capital&article=043n2cap>

⁴⁰ Notimex, El Economista, AFI decomisa 4 toneladas de cigarros apócrifos en Tepito: <https://www.economista.com.mx/noticia/AFI-decomisa-4-toneladas-de-cigarros-apocrifos-en-Tepito-20120720-0033.html>

⁴¹ ADN40, Decomisan cajetillas de cigarros ilegales en Tepito: <https://www.adn40.mx/noticia/seguridad/notas/2018-11-14-16-36/decomisan-cajetillas-de-cigarros-ilegales-en-tepito>

⁴² Hernández, Excelsior, Mauricio, Decomisan toneladas de mochilas y bolsas patito en Tepito: <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/decomisan-toneladas-de-mochilas-y-bolsas-patito-en-tepito/1400961>

locatarios de origen chino, ubicada sobre Eje 1 Norte, entre la calle Aztecas y Florida (Héroe de Granaditas 171). La otra es Plaza Iván ubicada en Eje 1 Norte, Héroe de Granaditas 4.



Esta plaza es reciente, es muy visitada por la tienda Teng Da, una tienda mayorista que tiene muchas difusión y venta a través de sus redes sociales y otras sucursales en la calle de Izazaga 74 e Independencia 15⁴³. Funciona en un horario de lunes a sábado de 10 de la mañana a 4 de la tarde, con miles de mercancías chinas, principalmente, artículos para el hogar, productos de belleza, relojes, mochilas, bisutería, cosméticos, juguetes y algunos artículos tradicionales chinos. Solo realizan ventas con efectivo.

Actualmente, el comercio chino tiene distintas ramificaciones: locales fijos, plazas, bodegas, vendedores en vía pública. La presencia de inmigrantes chinos, principalmente, trabajan en los dos primeros, no en el trabajo ambulante. En Tepito son “dueños de bodegas”, en las plazas rentan locales a partir del Eje 1 hacia el Centro Histórico.

Dinámicas actuales del comercio chino en el Centro Histórico. Importación al alcance de todos

A partir del año 2000 la emigración de chinos a México se incrementó considerablemente, se estima que, de 1 754, pasó a 8, 860 mil personas, en el 2015⁴⁴, como otra consecuencia que tuvieron la apertura y la reforma. Se trata de personas jóvenes que principalmente vienen

⁴³ <https://tengda.com.mx>

<https://www.instagram.com/teng.da.908/?hl=es>

⁴⁴ <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2018/10/TESIS-Rodr%C3%ADguez-Tapia-Luz-Helena.pdf>

a trabajar en el sector terciario, en servicios (restaurantes) y comercio al por mayor (43)/comercio al por menor (46). En Tepito podrían estar ingresando a los Servicios relacionados con la recreación: Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, en el área de centros nocturnos (7223) (72). Así como en los servicios de seguridad, aunque, no como empresa, sino más bien a través de las organizaciones que conforman la diáspora china en México.

Características de la población china en México, en particular en la CDMX. En 2020 se registraron 2, 282 inmigrantes desde China, 40.1% mujeres y 59.9% hombres, que se concentraron en la Ciudad de México (782 personas), Coahuila de Zaragoza (365 personas) y Estado de México (268 personas)⁴⁵. Las principales causas de migración desde China a México en los últimos años fueron familiares (816 personas) y económicas (573 personas), laborales (442). Las edades de los migrantes fueron 30- 34 años (578 personas), 40 a 44 años (365 personas) y 35- 39 años (289 personas). Entre ellos concentraron el 54% de la población migrante total. De acuerdo con datos del Censo de Población y Vivienda 2020. Hay 14, 547 personas de origen chino, en el 2000 eran 2.001 (1, 754) en 2010 eran 6. 655.

La Ciudad de México es la principal compradora (21,765 millones de dólares) y vendedora (1, 273 millones de dólares). También la Ciudad de México es la segunda receptora de la Inversión Extranjera Directa (IED) (8. 65 millones de dólares), por detrás de Chihuahua (16. 3 millones de dólares).

La Ciudad de México con una población de 9, 209, 944 millones de personas (Censo 2020); tasa de informalidad laboral del 48.1%; IED de 9, 356 millones de dólares. Tasa de desempleo de 5.4%; Ventas internacionales por 117, 081 millones de dólares; Compras internacionales por 143, 446 millones de dólares; Exportaciones por 2, 540 millones de dólares (Datos al 2021); con una población económicamente activa de 4, 793, 126 personas Información al 2022. 196, 185 unidades económicas de Comercio al por Menor (45,8%). Las ocupaciones que concentraron mayor número de trabajadores fueron empleados de ventas (250k) y comerciantes en establecimientos (247k).

⁴⁵ Data México, Acerca de China: <https://datamexico.org/es/profile/country/china-chn>

En cuanto a los mecanismo actuales de importación se requiere de 8- 10 mil hasta 200 mil de inversión. Un contenedor puede tener mercancía de varios clientes, ya pagada. No es eliminar al intermediario, los que venden en locales en el Centro, sino que están replanteando la forma de hacer negocio ampliando las importaciones para que cualquiera pueda hacerlo en la llamada preventa: link e indicaciones para seguir el proceso/catálogo. No es una guerra de nacionalidades sino de comercio. Si quieren factura se agrega el IVA y el envío si es foráneo, aunque ellos tienen convenio con paquetería.

Los tiempos no son precisos, 10-20 días aprox. Mercancía por temporada, la compran antes en preventa. Tienen stock de artículos, lo que está de moda. Dirigido a distribuidores, no principalmente, para revendedores. Venta de fábrica china.

La idea es tener el mejor precio. Todo llega. Importación segura. Solo la pandemia puede afectar la importación. No como Ali expres o Alibaba. Tienen sus propias redes sociales y un edificio de 12 pisos. Tienen su canal de Youtube y graban sus propios videos explicando a la gente el proceso de importación. Además de los que hacen los youtubers.

Mujer china es la encargada del toda la logística del proceso de importación, cotizaciones, mercancía, cotizaciones, costos. Habla español. \$80 pz (lo pueden dar hasta al 200%). Ya en México. Caja en China saldría en \$30 + costos de transporte. El tipo de flete depende del volumen (Ellos solo hacen marítimo y avión y les conviene más el primero, en avión sale al doble, solo conviene si urge o está al 200 ó 300%). Un contenedor de 40 le caben 68 metros cúbicos de mercancía. El cliente no paga por los metros cúbicos que ocupe su mercancía sino el % del contenedor, el proporcional, lleno que puede ser para varios clientes. 45 a 50 días. Contenedor completo. Si es contenedor consolidado (para llenar) hasta 70 días. En avión 15 a 20 días.

El cliente debe pagar el 100% del producto, les estamos ayudando a importar, con el mejor precio de fábrica. Trabajan con varias y aseguran calidad del producto. Firman contrato de compra y la empresa hace todo el trámite. La mercancía le puede llegar hasta su casa al cliente o pasar a recogerlo a las oficinas. Recogen su mercancía y firman una manifiesto.

Deben comprar mínimo 3 cajas master, \$12 mil aprox. Se elige del catálogo y se manda a hacer, dicen. Las ventas también se pueden hacer por whats y por la página de facebook,

insta, o por Zoom. La temporada decembrina llega el 15 de octubre. Tienen más compradores del interior de la república que de la CDMX. Hay veces que se agota la mercancía de los catálogos o todavía disponible ya pasada la preventa, papalería por ejemplo.

Se cerraron otra vez varias fábricas de Yiwu.

Están por abrir oficinas de subdistribución: Pachuca, Morelia, Toluca. Todavía se seguirá combrando el envío de la CDMX. Se paga con tarjeta, pero les cobran el 3% de comisión. Si la mercancía se acaba pueden devolver el dinero. Puedes comprar una caja master por catálogo o combinación de 3 preventas. Van armando los catálogos de acuerdo a lo que piden los clientes. Es una empresa con varias ramas, pero principalmente se dedican a la importación. Tienen contacto con 5000 fábricas. Smart wach \$500 y \$2000, ellos los consiguen en \$150 hasta \$800. Lo que el cliente quiera lo importan. Se manda a fabricar cierto número de pz. 10 cajas porque hay que fabricar el molde. Si es stock pueden ser 3 cajas master. Combinar colores de una mercancía dependen del stock que haya allá. Ellos cotizan con distintas fabricas. Ellos cobran comisión al fabricante; el negocio es con la fábrica, el negocio es abaratar el producto no encarecerlo.

Prácticamente pagar la cotización (2 a 3 días hábiles) que se hace por el metro cúbico que ocupará la mercancía/ FLETE: : transporte, impuesto, despacho (asesoría). En las plazas en producto que ya pasó de moda, saldos, baja calidad. Se firma contrato, luego el pago, para fabricar o embalar. No traen clones, porque los retiene aduana; solo mercancía legal. El pago del flete es cuando la mercancía está casi por llegar. Asesoran a los que les compran para que sean distribuidores no vendedores finales.

Otra experiencia de importación explica que se viajo al Distrito 1 y 2 de Yiwu en donde hay miles de negocios, no todos son baratos, un mismo producto puede estar en 350 locales. De 8 am a 7:30 solo checando precios. Hay igual fabricantes y distribuidores. Hay lugares especializados en un producto y otros que venden varios. ¿Cómo quieres tu producto? Capacidad para fabricar, imprimir, poner marca y enviarlo como lo queremos. Tiendas entre 3 y 6 pesos. Llevan lista de 25 productos y en 3 días han encontrado 6.

El acompañante negocia con el productor, y se lleva una comisión. Algunos Marco Polos tratan de saltarlo, es más tardado, pero no imposible. AL negociante se lo pueden saltar.

También hay un mercado inmenso de insumos para hacer bisutería. Juntar la mercancía y el envío del contenedor no lo puede hacer nadie fuera de China a menos que se decida a quedarse 2 o tres meses en lo que la mercancía se envía a Shanghai, Ningbo, en lo que lleva a la fletera, embarca a la naviera. Y ahí seguramente le vuelven a ofrecer negociar el precio, pero sabrán si consiguen un mejor precio o no.

En 5 días ya llevan más de la mitad de productos. Se reunieron con la empresa que hará el envío, una empresa muy profesional. Con una sala de exhibición gigantesca en donde encontraron un solo producto. Cómo se calcula un buen precio? Del precio de compra se suma el 1.6 y ese es el precio de venta, a la inversa ya se tiene el precio de compra en Yiwu. Y se compara con otros precios del mercado.

Caminando por barrios encontraron 2 productos más, al mejor precio, fuera del mercado de Yiwu a 25 cuadras del mercado. El trabajo pesado es encontrar el proveedor. Sin comprar nada todavía, solo consiguiendo los proveedores y comiendo en restaurantes pequeños ya se gastaron 50 mil pesos. El gasto puede rebasar la utilidad, dependiendo de cuánto se va a comprar y la utilidad.

Vale la pena ir? Depende de la cantidad a comprar. Alguien de la empresa que habla inglés, español y chino, los acompaña con los proveedores. Definir anticipos y tiempos de envío. Se hace contrato; El representante de la empresa se compromete a tomar esa mercancía, llevarla a su bodega, ponerle el pegote que exigen las autoridades en México, empacarla y dejarla lista para enviarla a Ningbo y se meta al contenedor rumbo a México.

Son 14 productos, un contrato por cada uno.

Van buscando cosas que ni siquiera saben que existen; fieles al capitalismo. Que no cubren una necesidad sino que la crean. Ejemplo, huesos para mascota. Está de remate de 22 pesos a 2.50, entonces compró todo sin importar si la gente lo comprará, lo importante es que se va a vender a 5 pesos y no en su precio original. Porque en su puesto no buscan el hueso más bonito sino el más barato.

Sí conviene contratar una empresa, pues lo que no encontraron en días, los productos que faltaban los encontró en hora y media. Van con ellos y al mismo tiempo van contizando otros encargos que tienen de otros países. Los mexicanos trataban de aprovechar estos descuidos

para negociar ellos mismos los precios sin la acompañantes, pero no había diferencia, llegaba ella y les daban el mismo precio.

Sobre la marcha, la lista puede cambiar con productos nuevos. Es una tontería andar cargando el dinero, aunque es muy seguro en China. En Yiwu hay más de 20 mercados con diferentes especializaciones. Hay un camión que da vueltas por todo el mercado todo el tiempo, es gratuito y los lleva de un distrito a otro, color naranja, para que no caminen grandes distancias.

Son de Manzanillo. Diez días después ya acabaron las compras. Yiwu no es para jodidos. 10, 15 y 20 cajas sin problema, quisieron comprar 4 y no se las vendieron. No lograron ni 7. Desistieron de la idea y regresaron por los productos que faltaban en la lista. Las páginas web venden lo que el cliente quiera y si es poco no le ponen la etiqueta. Si llevas poco dinero como en Tepito no por caja sino por docena, en el mercado internacional no pasa, afuera tal vez, pero es más caro. Mejor compra en México. Boleto 30 mil, estancia 10 mil más gastos de comida, el transporte, los traductores, el margen del producto que se vende (3-4 veces más). Si no tienes para un contenedor pequeño por lo menos no conviene. Si te juntas con otros amigos tal vez convenga.

Quieren llevarse una maleta llena de productos, pagando arancel a la entrada. 23 kilos en el avión. Los policías los detuvieron, les revisaron pasaportes, visa, les tomaron fotos por cruzar en alto. Y después los dejaron ir. Hay carriles especiales en las banquetas para ir viendo el celular.

Poco más de un mes de que regresaron de China. 35 días después de que regresaron a penas va a salir el barco con la mercancías. Más o menos tardará en 25 ó 35 días en llegar. Luego habrá que sacarla de la aduana. Aun cuando se firmaron contratos con cada uno de los productos, 3 empresas fallaron, diez días después, en no respetar el precio, sin darles razón alguna más que se habían equivocado al dar el precio. A pesar de haberles dejado dinero. Otro, no podía surtir las cantidades que el cliente pedía. A pesar de que de 15 compraron 50 cajas para que pudieran ponerle la etiqueta; al final no les vendió nada. El tercero, no dijo que no lo tenía o que no lo iba a vender, avisó que se tardaría 3 meses en fabricar la mercancías, cuando fueron claros que necesitaban la mercancía en 30 días. Aceptan o les devuelven el anticipo. Estos 3 les desbalancearon las comprar; ni siquiera alcanzaron a llenar

el contenedor. Compraro 50 productos diferentes de los que 3 les quedaron mal. Le dijeron a la empresa intermediaria que buscara otros prdoctos sustitutos.

Entonces cuánto cuesta ir a China

Traer productos de 25 centavos de dólar para abajo, de dólar para abajo y de 2 dolares para abajo. Venta al público. Qué tipo de mercancía queremos traer a) donitas, lamaparita, peine, cartas, tijeras, pluma con lampara, pulsera, sline, gomas de colores, encendedor b) Juego pistolas de plástico, cortina de baño, manos libres, sombras, tijeras grandes, spiner de luz, hijos y agujas c) Spiner metálico, cargador para celular, bocina, bastón para selfie, hielera.

TIPO DE CONTENEDOR: 20 (33 m3) Y 40 (67 m3) pies. Nos es mucha diferencia entre ambos.

COSTOS DEL BUQUE POR TEMPORADA: Temporada alta diciembre, temporada baja primer semestre del año.

TRANSPORTE DE MERCANCÍA DE YIWU A PUERTO: El precio es el mismo, 800 dólares o 1000 dólares dependiendo el tamaño del contenedor.

COSTO APROXIMADO DE LA MERCANCÍA: a) casi 11 centavos de dólar en promedio. b) 42 centavos de dólar c) 93 centavos de dólar

CANTIDADES APROXIMADAS POR M3: a)10 cajas por m3 y 6000 pz por m3 b) 6 cajas y 4000 pz c) 3. 69 cajas, 2200 pz. PAQUETE DE GASTOS POR PERSONA: Bajo, hotel de 20 dólares y 20 diarios en comidas y otros MEDIO: 55 dolares, 100 al día ALTO: 180 de hotel y 70 de comida, diarios 250 dólares.

IMPUESTOS EN MÉXICO: Impuestos General de Importación (aduanal), al valor de la mercancía, del 0 al 20%. Por ejemplo, 11% de las merancias. DERECHO DE TRAMITE ADUANERO, IVA, 16%.

No. CAJAS, TOTAL DE PIEZAS, INVERSIÓN, COMISIONES, FLETE PUERTO, NAVÍO, Y EN QUÉ TEMPORADA. TOTAL DE GASTOS EN CHINA. 10 DÍAS ES SUFICIENTE EN CHINA. AVIÓN 1200 DÓLARES.

- 44, MIL 811 DÓLARES, COSTO 18 CENTAVOS DE DÓLAR, POR CAJA 108 DÓLARES, IMPUESTOS: 8, 830 DÓLARES
- TOTAL LLEGADA A PUERTO: 2, 825
- COMERCIALIZADORA: 1, 157
- AGENTE ADUANAL: 578
- MANIOBRAS PUERTO: 389
- TOTAL GASTOS DE VIAJE: 1600
- CAJAS; 414, PIEZAS: 248.154, INVERSIÓN: 27, 141, COMISIONES: 814.25, FELTE PUETO 1,000, NAVÍO: 2600 TOTAL 31, 556 DÓLARES

EN CHINA SE PAGA EL 30% DE LA MERCANCÍA. CUANDO LA MERCANCÍA YA ESTÁ EN EL BARCO SE PAGO LO RESTANTE. YA DEBE ESTAR PAGADO CUANDO LLEGUE A PUERTO, SI NO NO DAN LA AUTORIZACIÓN Y SE PAGA CARO PORQUE LA MERCANCÍA SE QUEDE EN EL PUERTO Y PUEDE PERDERSE.

Alcances y limitaciones del comercio chino en la Ciudad de México

El comercio entre China y México, en las tres últimas décadas ha mantenido un crecimiento constante que, desde la perspectiva del gobierno y empresarios mexicanos, con sus matices, es considerado como una desventaja para el país. Efectivamente, si revisamos las estadísticas en cuanto a exportaciones, importaciones, inversión extranjera directa de China en México, el traslado de empresas extranjeras de México a China o la cantidad de empresas mexicanas en China, podremos ver que es una relación marcadamente desigual. Desde los estudios especializados, al respecto, podemos encontrar distintas aristas y causas del problema; incluyendo las que corresponden, a los distintos gobiernos mexicanos, que siguen dando prioridad a la relación con Estados Unidos, y en cuya triangulación China ha sido visto como un rival y no como un socio estratégico.

La SEDECO cuenta con un listado de plazas y centros comerciales en toda la ciudad, pero no con datos específicos sobre todas la plazas que existen en la zona Centro y Tepito, y menos sobre las llamadas plazas chinas; se considera así a las plazas en en su mayoría y algunas en su totalidad, como la plaza de Peña y Peña, son atendidas por locatarios de origen chino. En

la consulta a distintos funcionarios de la Alcaldía Cuauhtémoc, dijeron no contar con información sobre el comercio chino en esta zona, pues esos temas corresponden al Gobierno de la Ciudad a través de la Autoridad del Centro Histórico a cargo de José Manuel Oropeza Morales.

China tiene una presencia creciente en la Ciudad de México y en Tepito y Centro Histórico. A decir del Lic. Carlos Salmerón Tavira, el problema de fondo es que, aproximadamente, el 80% de la economía de estas zonas (Tepito- Centro Histórico) es informal. Parece haber, también, una mayor integración social y cultural, a través del comercio. Así como una mayor aceptación social a través de lazos familiares y comerciales en áreas que antes no tenían tanta presencia como en plazas y locales en calles como Colombia, que antes eran de distribuidores mexicanos.

De acuerdo con datos de la SEDECO HASTA 2021, el comercio aporta 22% del empleo formal, la industria de la construcción concentra el 8% de los empleos formales de la Ciudad, con 2, 414 empleos, con datos del IMSS consultados por la STPS. El comercio en conjunto (al por mayor y por menor) aporta el 16% del PIB de la CDMX; con tendencia creciente.

El comercio chino tiene distintas ramificaciones: locales fijos, plazas, bodegas, vendedores en vía pública. La presencia de inmigrantes chinos, principalmente, trabajan en los dos primeros, no en el trabajo ambulante. En Tepito son “dueños de bodegas”, en las plazas rentan locales a partir del Eje 1 hacia el Centro Histórico.

Desde las miles de personas que diariamente se emplean o compran en estos lugares, el comercio chino en Tepito y el Centro Histórico (juguetes, cosméticos, tecnología, productos para el hogar, ropa, artesanías, entre otros), tiene otra perspectiva: es una fuente de empleo o un complemento para la sobrevivencia y los gastos familiares, ante la falta de trabajos estables y bien remunerados. Tan es así, que estas zonas durante la pandemia se adaptaron creativa y disciplinadamente a las circunstancias, pero no dejaron de funcionar; en ellas siguieron comprando cientos de personas que no pudieron quedarse en casa.

Los comerciantes que llegan de diversos estados del país, incluso, cada vez más cubanos; distinguen entre ir a comprar a Tepito y/o al Centro Histórico, y a las *plazas de chinos*, catorce actualmente, de ellas 3 son las más grandes, la de Peña y Peña y las dos ubicadas en Izazaga 38 y 89, estas dos últimas tienen dos años en funcionamiento, por lo que la más relevante

sigue siendo Peña y Peña. En torno al comercio se generan nuevas dinámicas de vida cotidiana, en varios sentidos, para quienes participan de este intercambio: han surgido *youtubers* que informan a la gente de los barrios sobre los productos, los horarios, los mejores precios y cómo llegar a las plazas de chinos; en las plazas se puede ver a otros trabajadores chinos que venden verduras o productos de origen asiático a los dueños o encargados de los locales; los trabajadores mexicanos tratando de adaptarse al idioma y a la disciplina de sus patrones chinos, no sin desavenencias; el surgimiento de los llamados *Marco Polos mexicanos*, y de manera significativa, la creación de una organización encargada de su seguridad, como lo es el Comité de Seguridad de los chinos en México.

Más allá de decir si es bueno o malo, es importante señalar que es un fenómeno que crece día con día incorporando nuevas dinámicas como las implementadas en las plazas de Izazaga 89, 38 y próximamente la ubicada en el 151. En las calles del Centro Histórico planteadas en el recorrido no solo puede verse el surgimiento de nuevas plazas chinas, sino también la ubicación de locales en las calles de Brasil y Colombia, principalmente. Una dinámica que todavía plantea muchas interrogantes dada la poca información de la que se dispone. Otro punto relevante encontrado durante la investigación es el surgimiento de otros temas transversales, de orden cultural como el ya mencionado sobre los *youtubers* que informan a la gente sobre el comercio chino. Y más relevante aún, el que la diáspora china se vea en la necesidad de hacerse cargo de cuestiones de seguridad personal como de sus negocios, cuestiones que competen a las autoridades de los distintos niveles de gobierno.

A medida que se extienden los estudios sobre las relaciones entre México y china, existe cada vez más información sobre la relación comercial entre ambos países, pues es uno de los temas principales que se abordan y que hacen incapié en exponer la disparidad que existe en la balanza comercial y las desventajas que esto tiene para nuestro país no sólo frente a China, sino la triangulación que existe frente a Estados Unidos. Sin embargo, la información sobre el comercio chino en la Ciudad de México es muy escasa, no existen datos en instituciones federales ni locales que ayuden a conocer el tamaño de este tipo de comercio. Por lo que, se necesita hacer trabajo de campo de mayor extensión temporal para constuir un aproximado.

Tomando como base los dos perímetros definidos por el Comité de Seguridad durante la pandemia y haciendo el recorrido de campo se puede concluir que, efectivamente, los principales negocios chinos, ubicados en locales a pie de calle y en plazas se encuentran en las calles de Perú, Apartado, Peña y Peña, Colombia, Bolivia, Brasil, Argentina y Del Carmen.

Existen otras plazas que entrarían en la definición de plazas chinas; es decir, que la mayoría de los locatarios son de origen chino, como las plazas de Izazaga 38 y 89, así como la plaza Pasaje Metro Tepito que, llama la atención, no están dentro del perímetro definido por el Comité. Indagando al respecto mediante trabajo de campo de mayor profundidad, podría arrojar información relevante sobre el comercio chino en la Ciudad, pues estas plazas tienen una forma de trabajo distinta a las otras y también el público que las visita es otro.

El segundo perímetro definido no es tan claro en cuanto a los intereses chinos o no se ve a simple vista, pues durante el recorrido de campo pudo verse que los negocios que proliferan son tradicionales como fondas o le electrónica, entre otro, y son atendidos por locatarios mexicanos. En recorrido de campo no pueden identificarse cuáles son los intereses chinos en esta zona.

El desarrollo del comercio chino en Tepito- Centro Histórico, muestran que actualmente la etapa de los Marco Polos ha sido superada y si bien, la Nueva China es parte del imaginario de los comerciantes mexicanos con respecto al creciente dominio del comercio chino en todos los aspectos, a su situación de desventaja y es una forma de referirse al predominio de los comerciantes chinos. No podríamos decir que es un monopolio porque el comercio chino se reproduce también en la interacción con los comerciantes mexicanos en distintos sectores. Efectivamente, ya no es necesario viajar a China ni es la mejor opción dado el crecimiento de importadoras chinas que están al alcance de los pequeños comerciantes. Lo que antes hacían los Marco Polos juntar entre varios un contenedor ahora hay importadoras que ponen al alcance de los comerciantes mexicanos la importación de sus mercancía tasada en metros cúbicos del contenedor. Seguirá habiendo unos pocos que se aventuren a viajar a China, como el otro caso documentado, sin embargo, el grueso del comercio funciona a través de la compra en grandes bodegas ubicadas en Tepito y Centro Histórico desde donde se distribuyen a locales, plazas, puestos, camiones, tiendas, puestos familiares en otras colonias de la CDMX, etc.

7. Bibliografía

- Alba, Carlos, Lins, Gustavo y Mathews, Gordon (Coords.), *La globalización desde abajo. La otra economía mundial*, México, FCE, 2012
- Alfonso Hernández: el cronistas, periodista, poeta y hojalatero social: <http://diariote.mx/?p=26332>
- Alvarado, Isaías, Amigos de todos los narcos. Así opera la sigilosa mafia China en México y Estados Unidos: <https://www.univision.com/noticias/narcotrafico/asi-opera-la-sigilosa-mafia-china-en-mexico-eeuu>
- El Punto Crítico: Van comerciantes de Tepito por recuperar el barrio: <https://www.elpuntocritico.com/world/94-ciudad/95161-van-comerciantes-de-tepito-por-recuperar-el-barrio>
- Ex delincuentes y ex policías unidos para proteger a los mexicanos: <https://www.elmundo.es/america/2013/04/07/mexico/1365287413.html>
- García, Cuauhtémoc, Luis Arévalo zapatero por siempre: <https://literaturafotografiatepito.blogspot.com/2010/12/luis-arevalo-zapatero-por-siempre.html>
- Grisales, Natalia, En Tepito todo se vende menos la dignidad. Espacio público e informalidad económica en el Barrio Bravo, *Alteridades*, vol. 13, núm. 26, julio-diciembre, 2003, pp. 67-83. UAM- I.
- Grupo Cantón. “Descuentan” a mafias de Tepito; retiran casi mil 500 puestos en Eje 1: <https://diariobasta.com/2022/06/08/descuentan-a-mafias-en-tepito-retiran-casi-mil-500-puestos-en-eje-1/>
- Hernández, Mónica, Tepito abre una oficina en China: <https://archivo.eluniversal.com.mx/primer/34230.html>
- Martínez, Sergio, Directorio 2019 de empresas chinas y de instituciones mexicanas vinculadas con China en la Ciudad de México, México, UNAM/FAC. ECONOMÍA/CECHIMEX, 2019.
- Muñoz, Jesús y Chávez Adazhaira, Tepito, cabrón y frágil a la vez: <https://desinformemonos.org/tepito-cabron-y-fragil-a-la-vez/>
- Naím, Moisés, *Ilícito: cómo el contrabando, los narcotraficantes y la piratería desafían la economía global*, España, DEBATE, 2006.
- Nájjar Alberto, Retrato de un barrio agónico: <https://www.jornada.com.mx/2001/08/05/mas-tepito.html>
- Ordaz, Arturo, Lejanía que me tiene entristecido, mi viejo Tepito: <https://arturoodzblog.wordpress.com/2018/01/23/lejania-que-me-tiene-entristecido-mi-viejo-tepito/>
- Ramírez, Cynthia. Ambulantes. El comercio informal capitalino: extorsión, contrabando, corruptelas y mafia: <https://capitalismoamarillo.net/cronicas/>

- Verza, María, La otra cara de China en México: <https://www.elmundo.es/america/2013/06/05/mexico/1370383322.html>
- Wallerstein, Immanuel, *Conocer el mundo, saber el mundo: El fin de lo aprendido*, México, Siglo XXI, 2001.
- América. “Comerciar o resistir: medio siglo de relaciones México- China”: <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados-comercio/comerciar-o-resistir-medio-siglo-de-relaciones-mexico-china>
- América. “México y China: ¿Una oportunidad desaprovechada?": <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/mexico-y-china-una-oportunidad-desaprovechada>
- Bolaños, Ángel, “Del Barrio sólo quedó el comercio; emigran a la Viducto: <https://www.jornada.com.mx/2022/05/19/capital/031n2cap>
- Cinco, Mónica y Martínez, Sergio, “Diálogo sobre los espacios chinos en la Ciudad de México: El Caso de la Colonia Viaducto Piedad”: <https://www.youtube.com/watch?v=7x17hs82Ry4>
- Cinco, Mónica, “Espacios de Sinidad: Comunidades chinas en México: <https://dusselpeters.com/CECHIMEX/211015cincosinidad.pdf>
- CE. “México, China. Transformar crisis en oportunidades”: https://dusselpeters.com/CECHIMEX/2020_Cechimex_Bancomext_China_Mexico_Crisis_Oportunidad.pdf
- Hernández, Alfonso, “Los Marco- Polo de Tepito”: https://dusselpeters.com/CECHIMEX/Alfonso_Hernandez.pdf
- Hernández, Elizabeth, “El verdadero barrio chino de la CDMX: <https://www.ejecentral.com.mx/el-verdadero-barrio-chino-de-la-cdmx/>
- Migración y comunidad china en México: https://www.youtube.com/watch?v=73G5cvy_aJE
- Rosas, María, “Encuentros y desencuentros: las relaciones entre México y la República Popular China”: <https://nuso.org/articulo/encuentros-y-desencuentros-las-relaciones-entre-mexico-y-la-republica-popular-china/>
- Regeneración. “Chinos y coreanos dañan edificaciones del Centro Histórico: <https://regeneracion.mx/chinos-y-coreanos-danan-edificios-del-centro-historico/>
- Velasco, Agustín, “Los Marco Polos” de Tepito que viajan cada año a China: <https://lasillarota.com/especiales-lsr/2016/3/30/los-marco-polos-de-tepito-que-viajan-cada-ano-china-96715.html>