



CUADERNOS DE TRABAJO
DEL
CECHIMEX



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Economía

Centro de Estudios China-México

Número 4, 2023

Dinámicas actuales del
comercio chino en Tepito y el
Centro Histórico
de la Ciudad de México

Adriana Paola Martínez González

Universidad Nacional Autónoma de México

Dr. Enrique Graue Wiechers	Rector
Dr. Leonardo Lomelí Vanegas	Secretario General
Dr. Alfredo Sánchez Castañeda	Abogado General
Dra. Patricia D. Dávila Aranda	Secretario de Desarrollo Institucional
Dr. Luis A. Álvarez Icaza Longoria	Secretario de Prevención, Atención y Seguridad Universitaria
Ing. Leopoldo Silva Gutiérrez	Secretario Administrativo

Facultad de Economía

Mtro. Eduardo Vega López	Director
Mtra. Lorena Rodríguez León	Secretario General
Lic. Juan Abelardo Mosqueda	Secretario Administrativo
Lic. Dulce María Ruedas Moreno	Coordinadora de Comunicación Social
Lic. Juan Puig Llano	Coordinador de Publicaciones

Centro de Estudios China-México

Dr. Enrique Dussel Peters	Coordinador
Dra. Yolanda Trápaga Delfín	Responsable

Editor Responsable: Dr. Sergio Efrén Martínez Rivera

Comité Editorial: Alejandro Álvarez Bejar, Eugenio Anguiano Roch, Romer Cornejo Bustamante, Huiqiang Cheng, Leonel Corona Treviño, Marcos Cordeiro Pires, Enrique Dussel Peters, Octavio Fernández, Juan José Ling, Xue Dong Liu, Ignacio Martínez Cortés, Jorge Eduardo Navarrete López, Manuel Pérez García, María Teresa Rodríguez y Rodríguez, Xiaoping Song, Hongbo Sun, Mauricio Trápaga Delfín, Yolanda Trápaga Delfín, Zhimin Yang, Yongheng Wu (†).

Diseño de portada: Mauricio Trápaga Delfín

Corrección de estilo: Patricia Arriaga Díaz

Cuadernos de Trabajo del Cechimex, revista bimestral, 2023. Editor Responsable: Sergio Efrén Martínez Rivera. Número de certificado de reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor para versión impresa: 04-2010-071617584500-102. Número de certificado de licitud de título y de contenido (15252). Domicilio de la Publicación: Centro de Estudios China-México de la Facultad de Economía, edificio “B”, segundo piso, Ciudad Universitaria. Cp. 04510. México D.F. Tel. 5622-2195. Imprenta: Editores Buena Onda, S.A de C.V. Suiza 14, Col. Portales Oriente, delegación Benito Juárez, México D.F., Cp. 03570. Tel. 5532-2900, Distribuidor: Centro de Estudios China-México de la Facultad de Economía, edificio “B”, segundo piso, Ciudad Universitaria. Cp. 04510. México D.F. Tel. 5622-2195.

Precio por ejemplar: \$75.00 M.N.

Tiraje: 100 ejemplares

Correspondencia: Centro de Estudios China México. Edificio anexo de la Facultad de Economía de la UNAM. Segundo piso. Circuito interior, Ciudad Universitaria. Cp. 04510, teléfono 5622 2195. Correo electrónico de la revista: cuadchmx@unam.mx

⌋ **MÉN** – Puerta, umbral. El carácter simboliza una puerta de una sola hoja. En el caso de los Cuadernos de Trabajo del Cechimex se escogió el acto de editar y publicar, abrir puertas al conocimiento y a la discusión. Nos pone en contacto con el pensamiento sobre los temas que nos interesan y permiten un diálogo bilateral, base del trabajo del Centro de Estudios China-México de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México. Es así que estamos ofreciendo una “puerta” en donde todos podemos acceder a otro lugar en cuanto al conocimiento se refiere.

Cuadernos de Trabajo del Cechimex en su versión electrónica puede ser consultada en:

<http://132.248.45.5/deschimex/cechimex/index.php/es/cuadernos-de-trabajo>

Dinámicas actuales del comercio chino en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México

Adriana Paola Martínez González¹

Resumen

A fines de la década de los noventa del siglo pasado inició la presencia de inmigrantes asiáticos a Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México (CDMX); primero llegaron coreanos y posteriormente chinos, y su principal actividad de subsistencia fue el comercio de ropa y calzado de bajo costo traídos al país de contrabando. Llegaron a rentar locales en el Centro histórico de la CDMX por dos o tres veces su valor y lograron a los pocos años posicionarse entre los comerciantes mexicanos no sólo por el bajo costo de sus mercancías, sino porque abrieron la posibilidad de darlas a crédito de palabra. A partir del 2010 el crecimiento del comercio chino ha sido exponencial y constante hacia la ocupación de locales y de las llamadas “Plazas chinas”, en parte debido a las limitaciones impuestas por organismos federales como la CANACO para comerciar en mejores condiciones con mercancías de origen nacional, lo que condujo a comerciantes mexicanos a buscar mercancías de origen chino. Si bien la búsqueda de mercancías chinas ha conducido a comerciantes mexicanos a emprender viajes de negocios a China, actualmente, las bodegas propiedad de chinos con productos de su país son las que principalmente abastecen al comercio informal en el primer cuadro de la ciudad. Con el tiempo, su presencia ha cobrado tanta importancia que de acuerdo con nuestros hallazgos, hay organizaciones de comerciantes chinos con el fin de hacer frente a la creciente inseguridad en esa zona de la ciudad.

Palabras clave: comercio chino en Tepito, Centro histórico, Ciudad de México.

摘要

在上世纪九十年代末期，已开始有亚洲移民来到特批拖和墨西哥城老城中心；起初是韩国人后来是中国人，他们维持生计的主要活动为售卖低价走私到墨西哥的服装和鞋类。他们开始用两到三倍的价格在墨西哥老城中心租赁店铺，在几年内他们在墨西哥当地商户中脱颖而出，不仅是因为其产品价格低廉，更因为言而有信。自2010年起在墨的中国商户开始持续并呈现指数级增长，占用了越来越多的商铺，甚至出现整栋的“中国商场”，这其中部分原因是联邦机构实施的用于改善营商现状促销本国产品的限制性措施，而这导致墨西哥商人寻求更多的中国商品。越来越多的本国商人远赴中国寻找货源，目前很多装满中国商品的仓库是墨西哥城街头非正式零售业的主要货源。随着时间的推移，中国移民在墨西哥愈发重要，据了解，在上述提及区域内已有中国商人组织来应对日益增长的安全隐患。

关键词：特批拖中国买卖，老城中心，墨西哥城。

¹ Socióloga con Maestría y Doctorado en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Becaria en el programa de becas para investigadores del Centro de Estudios China-México (Cechimex) 2022. Correo: paolamar9@gmail.com

Abstract

At the end of the nineties of the last century, the presence of Asian immigrants began in Tepito and the historic center of Mexico City (CDMX); first came the Koreans and later the Chinese, and their main subsistence activity was the trade in cheap clothing and shoes smuggled into the country. They came to rent stores in the historic center of CDMX for two or three times their value and after a few years managed to position themselves among Mexican merchants not only because of the low cost of their merchandise, but because they opened the possibility of giving them on credit to the word. As of 2010, the growth of Chinese trade has been exponential and constant towards the occupation of stores and the so-called “Chinese Squares”, partly due to the limitations imposed by federal organizations such as CANACO to trade in better conditions with goods of origin national market, which led Mexican merchants to look for goods of Chinese origin. Although the search for Chinese merchandise has led Mexican merchants to undertake business trips to China, currently, Chinese-owned warehouses with products from their country are the ones that mainly supply the informal trade in the first square of the city. Over time, their presence has become so important that, according to our findings, there are organizations of Chinese merchants in order to deal with the growing insecurity in that area of the city.

Key words: Chinese trade in Tepito, Historic Center, Mexico City

Índice

Introducción	3
1. Metodología de investigación	3
1.1 Un comercio sin datos oficiales.....	3
1.2 Herramientas teóricas y prácticas	3
2. Orígenes y crecimiento del comercio chino en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México.....	4
3. Dinámicas actuales del comercio chino en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México.....	6
3.1 Bodegas.....	6
3.2 Plazas chinas	6
3.3 Comercios chinos en calles del Perímetro A.....	7
3.4 Un comercio en expansión	9
4. Otros hallazgos en torno al comercio chino en la CDMX.....	10
4.1 De importadores mexicanos a empresas importadoras chinas	10
4.2 El comercio chino requiere seguridad	11
4.3 La percepción sobre el comercio chino en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México.....	12
Conclusiones	12
Anexo 1. Plazas en la CDMX con presencia de negocios chinos y plazas chinas.....	14
Anexo 2. Plazas chinas en la Av. José María Izazaga.....	15
Bibliografía	16

Introducción

El comercio al mayoreo y al menudeo es una de las actividades principales que se desarrolla en la zona de Tepito y en general en el Centro Histórico de la Ciudad de México (CDMX). Estos lugares destacan gracias a que diariamente acuden alrededor de tres millones de personas, ya sea por cuestiones laborales o de compras. Son espacios económicos en los que conviven principalmente comerciantes mexicanos, coreanos, chinos, judíos y libaneses. Sin embargo, la preponderancia y el crecimiento continuo del comercio chino salta a la vista al recorrer las calles, en parte debido al origen de la mercancía que se vende o por el creciente número de plazas y locales atendidos por propietarios de origen chino.

No existen institucionales a nivel federal o local sobre las características, la forma en que se desarrolla, el tamaño y lo que representa este comercio para la Ciudad. De igual manera, las investigaciones académicas al respecto son escasas y atienden rasgos generales. Esta línea de investigación representa una veta para los estudios sobre espacios chinos en la Ciudad de México, para comprender su importancia en la economía mexicana y en el mundo.

El objetivo principal de este trabajo es presentar una caracterización detallada del comercio chino en distintas zonas de la CDMX. El documento está integrado por cuatro apartados: en el primero se plantea la metodología que guio a la investigación, las herramientas teóricas y prácticas utilizadas para comprender las dinámicas transnacionales en las que se reproduce el comercio chino; en el segundo se exponen los orígenes del comercio chino en Tepito y en el Centro Histórico de la Ciudad de México; el tercer apartado muestra las formas en las que se desarrolla en estas zonas, desde las bodegas hasta las plazas comerciales. En el último apartado se analizan otros hallazgos: nuevas formas de importación, la necesidad de los comerciantes chinos de organizarse respecto a temas de seguridad, así como la percepción que existe sobre este comercio.

1. Metodología de investigación

Este artículo es resultado de un proceso de investigación documental y de campo realizada en el año 2022 a través de una decena de recorridos y entrevistas en las zonas de estudio. Derivado de la revisión bibliográfica (la cual hay que señalar es escasa), se encontraron estudios relacionados con la llegada de migrantes asiáticos (coreanos y chinos) a estos espacios; sobre los vínculos que han establecido con dirigentes de organizaciones de comerciantes mexicanos, así como en la caracterización y rasgos generales del comercio chino en México y en otros países del mundo. La información más específica y cuantiosa sobre las formas en que se reproduce el comercio chino se encuentra en artículos y notas periodísticas. Un obstáculo para la investigación se presentó en el intento de contrastar o corroborar la información obtenida en estas fuentes con datos oficiales de gobierno.

1.1 Un comercio sin datos oficiales

La Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México (SEDECO) y la Alcaldía Cuauhtémoc (demarcación a la que pertenecen Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México) no cuentan con información sobre comercio chino en su demarcación. En esta dependencia el único dato disponible fue que “toda la mercancía china que llega a la Ciudad de México ingresa por el puerto de Manzanillo” (C. Ceja, entrevista personal, 1 de diciembre 2022). Se podría saber el número de unidades económicas y su composición por sector, pero se ignora cuántas del sector comercio corresponden a locatarios chinos, pues los locales están registrados con el giro comercial del dueño mexicano y no del locatario que lo renta; además, al ser rentado para mercancía china, el giro no cambia ni se actualiza en el permiso. Así, por ejemplo, pueden estar registrados como peleterías, pero en realidad son locales con juguetes, ropa u otras mercancías de origen chino.

Tampoco se cuenta con datos sobre la derrama económica que significa este comercio para la CDMX, ya que la mayoría de transacciones son en efectivo y “80 % de la economía de estas zonas [Tepito-Centro Histórico de la Ciudad de México] es informal” (C. Tavira, entrevista personal, 1 de diciembre 2022). La SEDECO tampoco cuenta con un listado de las llamadas plazas chinas ni de las bodegas para uso comercial en estas zonas.

1.2 Herramientas teóricas y prácticas

Por comercio chino nos referimos a las mercancías procedentes de China, así como a los negocios donde se comercializan éstas y que son de propietarios de origen chino. Se trata de un comercio internacional que se reproduce entre la legalidad e ilegalidad, pero que encuentra su legitimidad y razón de ser en las necesidades que cubre para millones de personas que se benefician de su venta o consumo. Tres conceptos: globalización desde abajo, espacios transnacionales y paradiplomacia nos acercan a la explicación y comprensión de las diferentes aristas de este fenómeno.

El primero ayuda a entender la dinámica de las actividades económicas consideradas informales o ilegales por medio de los actores que desempeñan una función específica dentro de este comercio transnacional; conociendo, por aproximaciones, vínculos y estrategias por las cuales se reproduce (Mathews 2012: 134). La globalización desde abajo expone cómo este tipo de comercio desafía, también, la ideología del libre mercado, por ello siempre están intentando aplicarse distintos programas

gubernamentales para regularlo, controlarlo o reducirlo, sin llegar a cumplir su objetivo, sólo logran, acaso, instaurar nuevas formas de tolerarlo y de hacer valer la presencia del Estado.

El segundo permite considerar las estrategias, vínculos y actividades que se desarrollan a partir de la participación de los inmigrantes en la economía popular, así como para explicar la forma en que el comercio desarrollado en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México articula dos países a través de la creación de nuevas dinámicas de intercambio impulsadas por migrantes chinos que crearán nuevos circuitos y vínculos, tanto económicos como sociales entre China y México (Alba 2020: 18), los cuales atraviesan también expresiones de rechazo y odio racial, como parte de la convivencia entre economía y migración (Besserer 2014).

El tercero nos muestra cómo estos actores transfronterizos operan en un territorio determinado y crean redes no estatales expresadas en un vínculo paralelo de relaciones internacionales, las cuales pueden contravenir o entorpecer las relaciones diplomáticas, en tanto se trata de actores que construyen estrategias informales de desarrollo económico y vínculos comerciales al margen de la política exterior de los países. 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.

Estas herramientas teóricas resultaron útiles en el conocimiento del tema, también ayudaron a comprender los obstáculos encontrados, aunado a la falta de fuentes oficiales, la negativa de los comerciantes chinos y la desconfianza de los mexicanos para aceptar entrevistas. No obstante, con el trabajo de campo: recorridos en las calles de estudio, la pláticas informales con comerciantes, etc. resultaron ser fundamentales para la elaboración de los siguientes apartados.

2. Orígenes y crecimiento del comercio chino en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México

Existen distintas versiones de cómo llegaron las mercancías y los comerciantes asiáticos a estas partes de la ciudad. Los testimonios recopilados afirman que primero vinieron los comerciantes coreanos, quienes se dedicaron a la venta de ropa en los barrios de Tepito, la Merced y Mixcalco, y casi al mismo tiempo llegaron los chinos. No se cuenta con información precisa, pero las fuentes coinciden en ubicar su llegada a finales de la década de los noventa del siglo pasado inicialmente a la calle Aztecas. Una primera versión señala:

En la calle 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 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 (Hernández 2018: 106).

La versión de María Rosete, otra de las principales dirigentes de la zona, quien liderea el Frente Metropolitano de Organizaciones Sociales, el cual agrupa a 28 grupos de comerciantes (con más de cinco mil afiliados), asocia la aparición de mercancías y comerciantes chinos con las actividades y fines de estas asociaciones que ya existían en Tepito:

Fueron intereses creados, personales y de algunas organizaciones, los que les permitieron la entrada a través de prestanombres. A cambio de dinero les hacían el favor. Además, no era lo mismo lo que te podía pagar por un local un mexicano que un chino; los chinos podían pagar mucho más. No tengo a la mano las cifras, pero ellos ofrecían tres y hasta cuatro veces más del valor original del inmueble o del local. No lo compraban sino lo rentaban; ellos no invierten en inmuebles [...] Ellos nos abrieron las puertas, nos tuvieron confianza y aquí estamos. Y no nada más esta organización. Hay muchas otras que trabajan al lado de los chinitos y gracias a ellos comen. En mi caso yo los apoyo. Hay gente que quiere abusar por su condición de extranjeros. Ellos nos ayudan y nosotros les damos protección, en el buen sentido de la palabra (Alba y Braig 2022: 347-348).

La mercancía otorgada a crédito de palabra, así como los precios bajos son los principales aspectos que se mencionan en cuanto al apoyo recibido por parte de los negociantes chinos; como en 2007, cuando los vendedores mexicanos debían ocupar los locales de las plazas recién creadas y no contaban con mercancía suficiente. Asimismo, Rosete afirma haber constituido la primera asociación chino-mexicana al aliarse con la doctora An Lan, empresaria china con quien creó una empresa de importaciones.

Otra versión fue proporcionada por Miguel Galán Ayala, otro destacado y polémico dirigente de Tepito, quien creó un grupo de seguridad reclutando a personas que estuvieron en el reclusorio por delitos menores para hacer frente a la violencia en la zona. Galán afirmó que su organización financió el primer viaje de comerciantes mexicanos a China en los años setenta y que fueron los tepiteños, no los chinos, los que iniciaron la importación de mercancías (Alba y Braig 2022: 483-484).

El arribo de mercancías y comerciantes de origen chino a México en las tres últimas décadas coincide con dos aspectos fundamentales de la dinámica interna y externa de la economía china: 1. Dos décadas de desarrollo económico iniciado en

1978 con la etapa de Reforma y Apertura Económica, impulsada por Deng Xiaoping, dieron forma a la China moderna que empezó a mostrarse en esos años. El llamado *socialismo con características chinas* fue la ideología que acompañó la transformación de la agricultura, la liberalización del sector privado, la modernización de la industria y la apertura de China al comercio exterior. 2. La incorporación de China a la Organización Mundial del Comercio en 2001, a partir de lo cual se iría convirtiendo en fábrica transnacional, productora de millones de mercancías destinadas al mercado mundial.

Los inicios del comercio chino en Tepito también se relacionan con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá en 1994, que puso fin al negocio de la fayuca (mercancía de contrabando proveniente de Estados Unidos).

Los orígenes del comercio chino en la zona Tepito-Centro Histórico de la Ciudad de México se ubican a finales del siglo XX y su crecimiento exponencial es todavía más reciente, pues surge a inicios de 2010. Un punto de inflexión fue el fracaso en las negociaciones entre líderes de diversas organizaciones de comerciantes de Tepito (hasta 2014 se estimaba que existían cerca de 40 de ellas) con la Cámara Nacional de Comercio en el Distrito Federal (CANACO). La negativa de la dependencia para mejorar las condiciones a los comerciantes en la venta de diversas mercancías nacionales (como otorgar mercancía a consignación) y la falta de reconocimiento, por considerarlos parte de la economía informal, motivó a los líderes a buscar mercancías importadas de China en un inicio y, posteriormente, a impulsar acuerdos comerciales directos (Hernández 2010).

Los testimonios de comerciantes del Perímetro A del Centro Histórico de la Ciudad de México (el cual comprende las calles de Apartado, Del Carmen, Argentina y Manuel de la Peña y Peña) también registran en esa década el surgimiento de comercios que irían cambiando de arrendatarios mexicanos a coreanos y chinos en los últimos 13 años. De acuerdo con los trabajadores de la peletería Marca Piel, localizada en Argentina 108 desde hace 28 años –uno de los pocos negocios que ha sobrevivido dedicándose a la confección de indumentaria de piel–, establecimientos como este proliferaban por dicha calle y se extendían, cruzando el Eje 1, hasta Jesús Carranza, del lado de Tepito, pero fueron desapareciendo tras la aparición de comerciantes asiáticos, quienes rentaban por el triple de lo que pagaba un mexicano, además de que adelantaban el pago del alquiler hasta por seis meses o un año. También afirman que las rentas que pagan hoy en día oscilan entre 60 y 100 mil pesos mensuales.

El rápido crecimiento de los comercios chinos en estas calles se advierte desde 2014, cuando la calle de Apartado fue nombrada como el Expreso de Oriente, en clara referencia a las diversas mercancías chinas que se vendían a miles de comerciantes locales y foráneos. La investigación realizada por Marie-Aimée de Montalembert y Ángeles Ruenes, sobre comercio popular en el Centro Histórico de la Ciudad de México indica:

Muchos de los comerciantes de la zona eran antiguos fayuqueros (vendedores de contrabando) que, una vez legalizadas las importaciones, formalizaron sus actividades despachando infinidad de artículos: todo aquello que quepa en el contenedor de un carguero proveniente de algún puerto de China. Viven como modernos hombres de negocios, viajando a ciudades como Beijing o Taipéi, a plazas idénticas a las de Apartado. Su presencia es tan frecuente en esos lejanos centros comerciales, que sus pares chinos ya manejan el argot tepiteño, aceptan pesos mexicanos y establecieron taquerías donde ofrecen tacos al pastor (De Montalembert y Ruenes 2014: 223).

En esos años el crecimiento del comercio chino en Tepito y, posteriormente, en el Centro Histórico de la Ciudad de México, también se relaciona con los llamados Marco Polo mexicanos (Hernández 2012: 1-4), comerciantes de Tepito que viajaban en grupo a China hasta dos o tres veces al año para importar de manera directa contenedores cargados de miles de diferentes mercancías. Al percatarse de que los comercios chinos se multiplicaban en Tepito y que vendían más barato, los mexicanos comenzaron a viajar a China apoyándose en sus colegas chinos ya establecidos en Tepito:

Desde aquí contactas a alguien que va a ir por ti al aeropuerto y que te va a llevar a las provincias a donde harás los pedidos, él se encargará del control de calidad y se encargará de los pagos a los chinos. Arriesgas tu capital porque debes confiar en una persona que no conoces. El boleto de avión cuesta mil dólares, viajando por Estados Unidos. Si viajas por México, desde Tijuana, el boleto te cuesta 40 o 50 mil pesos en temporada alta, destaca el comerciante [...] Llegas a Shanghái y viajas cuatro horas en carretera o dos en tren, aunque los horarios del tren casi nunca se ajustan a tus vuelos. El broker te contrata una persona que va por ti al aeropuerto, que saliendo de migración está con un papelito con tu nombre. Él te deja en el hotel de la provincia a la que vamos. En esa provincia está tan especializado el mercado que el mismo hotel tiene el servicio de un camioncito que te lleva desde las 8:30 de la mañana para que hagas tus compras y a las 16:00 horas te regresan al hotel (Velasco 2016).

En menos de dos décadas, el comercio chino en Tepito y Centro Histórico de la Ciudad de México creció exponencial y permanentemente, aunque ceñido a los acuerdos con las organizaciones de comerciantes locales, a las que deben estar afiliados; éstas circunscriben su trabajo sólo en locales ubicados en calles y plazas; nada fuera de ellas ni como vendedores ambulantes (Alba 2020: 259).

Desde 2013 se ha registrado que la mayoría de los contenedores con mercancía china llegaban a Tepito provientes de Yiwu, una subprefectura de la ciudad de Jinhua en la provincia de Zhejiang, al este de China y a 280 kilómetros de Shanghái. Se trata de 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 fue transformándose y creciendo a la par de Tepito (Alba 2020: 260). 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 mercancías de exportación, como parte de una plataforma integral de comercio internacional que incluye gestiones, compra, trámites aduanales y envíos por vía marítima o aérea (CGTN 2017). De acuerdo con el testimonio de otro dirigente de comerciantes del Centro Histórico de la Ciudad de México, Martín Cansino, las mercancías chinas también llegan desde la feria de Cantón y desde otras tiendas de Guangzhou y Hong Kong (Alba y Braig 2022: 444-445).

3. Dinámicas actuales del comercio chino en Tepito y Centro Histórico de la Ciudad de México

De acuerdo con los testimonios recopilados y el trabajo de campo, se sabe que hoy en día la actividad de los comerciantes chinos se concentra en grandes bodegas que rentan, sobre todo, en Tepito con el fin de almacenar la mercancía que abastece este tianguis y algunos locales del Centro Histórico de la Ciudad de México. Mientras que en esta última sede, el comercio chino se encuentra en las llamadas plazas chinas y en nuevos locales comerciales ubicados en el Perímetro A.

3.1 Bodegas

En la configuración actual del comercio en Tepito fue determinante el sismo de 1985, a partir del cual varias vecindades quedaron deshabitadas y con el tiempo se empezaron a rentar como bodegas, incrementándose así la zona comercial en detrimento de la habitacional o desarrollándose, a la par, su uso mixto: vecindades habitadas, pero con algunos departamentos convertidos en bodegas de mercancías asiáticas.

El comercio en locales y en el tianguis son el motor de la economía tepiteña, aunque sigue existiendo una gran cantidad de viviendas habitadas y comercios tradicionales como las tiendas de abarrotes, fondas y talleres mecánicos, entre otros. Los martes, cuando el tianguis no se pone, se puede observar el funcionamiento cotidiano del barrio, con el ir y venir de los estudiantes de diferentes niveles educativos, los puestos de comida y un sinnúmero de actividades más. Personas originarias del barrio, como Filiberto Pérez, señalan que muchos de los que tienen un puesto en el tianguis ya no son originarios del lugar ni viven allí, sino que llegan de otras alcaldías, como Iztapalapa y el Estado de México.

La presencia china en Tepito es meramente comercial, señalan, ya que al no habitar en el barrio sólo están presentes como dueños de bodegas con sus mercancía para abastecer a los puestos del tianguis, el cual abarca 17 calles donde se esparcen 12 mil puestos y al que asisten cerca de 150 mil personas a la semana.

Por medio de los datos oficiales resulta prácticamente imposible conocer el número de bodegas que existen en la colonia Morelos en general y en Tepito en particular. Al utilizar las herramientas de análisis económico del portal web de la SEDECO, se encontró que el número de bodegas registradas es insignificante, 20 para toda la colonia Morelos, donde se ubica Tepito, y cuatro en todo el Centro.

Los testimonios recuperados del trabajo de campo mencionan que las grandes bodegas de comerciantes chinos se ubican en vecindades del barrio, donde se sigue manteniendo el uso habitacional, como la que existe en el número 6 de la calle Jesús Carranza. También hay espacios que son bodegas y tiendas a la vez, como la ubicada en Manuel Doblado 91, llamada *Monkey Beauty*, con venta al mayoreo y menudeo. ¿Cuántas bodegas hay en Tepito y cuántas de ellas pertenecen a mexicanos o chinos?, es un dato que parece estar fuera de alcance, ni siquiera para las autoridades de la alcaldía Cuauhtémoc, pues distintos funcionarios –de quienes no se pudo saber su nombre ni el cargo que ocupan– dijeron no contar con esa información.

Se sabe más del tema por la difusión periodística referente a los cateos realizados por la policía a bodegas con mercancía introducida de contrabando al país. En 2003 se catearon algunas en las calles de Fray Bartolomé, Tenochtitlán y Aztecas, reportando la incautación de 195 toneladas de mercancía, principalmente, tenis y zapatos chinos. De 40 bodegas cateadas, 25 pertenecían a un mexicano conocido como el “rey del tenis chino”, en las calles de Costa Rica y Aztecas (González 2003).

En 2008 se decomisaron 35 toneladas de calzado chino en las calles de Florida, Peña y Peña, y Costa Rica (Servín y Aranda 2008). En 2009 la Secretaría de Seguridad Pública Federal y autoridades del entonces Distrito Federal, confiscaron 70 toneladas de mercancía electrónica en bodegas de las calles González Ortega y Díaz de León (*El Universal* 2009). Asimismo, en Florida 32 hicieron un decomiso de 32 toneladas de bolsas y mochilas (Hernández 2010), mientras la extinta Agencia Federal de Investigación (AFI) incautó cigarrillos provenientes de china en bodegas de Plaza Florida y de la calle Panaderos (Notimex 2012). En 2018 se decomisaron bodegas en las calles de Francisco Díaz y González Ortega (ADN40 2018).

3.2 Plazas chinas

Popularmente se conocen como plazas chinas a aquellas donde la mayoría de los negocios (no el local) son de propietarios chinos, aunque hay algunas donde todos lo son, como la de Peña y Peña; esto es algo que se puede saber por el lugar de procedencia de la mercancía, el idioma que hablan y, en algunos casos, porque los locales tienen el nombre escrito en chino. También los propios comerciantes mexicanos ayudan a distinguir entre negocios coreanos y chinos.

En el perímetro A del Centro Histórico de la Ciudad de México y sobre todo en las calles Apartado, Manuel de la Peña y Peña, Jesús González Ortega, Florida, Del Carmen y Perú es posible encontrar estas plazas. Cabe mencionar que algunas

se pueden distinguir a simple vista, pero otras son muy pequeñas o no se lee fácilmente su nombre. Sólo al ingresar a las plazas se pueden distinguir las consideradas plazas chinas de las que tienen locales atendidos por comerciantes mexicanos o coreanos.

A simple vista se aprecia que estos establecimientos coinciden en los colores externos: color ladrillo, amarillo, ocre o mostaza, con letras doradas o plateadas, algunas con caracteres chinos. En este perímetro, de 29 plazas, se pudieron ubicar 12 con locatarios que en su mayoría son de origen chino. Con la información recopilada en el trabajo de campo se elaboró un cuadro donde se muestran los nombres de las plazas, sus direcciones, horarios de trabajo y mercancías que venden (Anexo).

Algunas plazas cuentan con estacionamiento a un costado, donde llegan los camiones procedentes de otros estados del país. En ellas compran comerciantes de toda la ciudad y del Estado de México, así como los ambulantes y locatarios de otras calles del Perímetro B del Centro Histórico de la Ciudad de México, donde las mismas mercancías se pueden adquirir a un precio triplicado del que se puede conseguir allí, y donde las cuales se pueden comprar al mayoreo o por pieza. También es común encontrar compradores de origen cubano o venezolano.

Foto 1: Plaza china en la calle Apartado



Fuente: A. Paola Martínez G.

3.3 Comercios chinos en calles del Perímetro A

Como se mencionó antes, los comercios chinos se han ido multiplicando en los últimos 13 años, de manera que los locales que antes eran atendidos por mexicanos dedicados a la venta de ropa, bisutería y otros productos nacionales se fueron transformando en locales con mercancía y dueños chinos, quienes mantienen los rótulos de los anteriores giros comerciales. Algunos trabajadores mexicanos señalaron que en los locales de las calles Brasil, Colombia, Bolivia, Argentina y Perú se trabaja de lunes a sábado, de nueve de la mañana a cinco de la tarde—con excepción de la temporada navideña, cuando laboran todos los días—, y tienen un salario de 1,500 pesos a la semana.

En Colombia y Brasil es factible hallar más comercios chinos de creación reciente y diferentes tamaños, desde locales pequeños que no alcanzan a cubrir todo el espacio, dada la poca cantidad de mercancía que tienen (como donde se expenden mochilas o tiendas de campaña), hasta grandes almacenes, casi todos dedicados a la venta de productos para el hogar; también es común encontrar viejos locales que están siendo remodelados para convertirse en negocios chinos, en los que los mismos asiáticos dirigen las obras.

Foto 2: Comercio chino en la calle de Brasil que antes era una paletería



Fuente: A. Paola Martínez G.

Foto 3: Comercio chino en la calle de Brasil que antes era un banco



Fuente: A. Paola Martínez G.

En esta zona del Centro Histórico de la Ciudad de México hay también bodegas de dueños chinos, como las que se localizan en las calles Brasil y de Comonfort (s/n), antes de llegar al Eje 1. En esta última se pueden ver, cotidianamente, trabajadores mexicanos cargando la mercancía y recorriendo toda la calle de Allende hacia los locales del primer cuadro, como puede apreciarse en las siguientes imágenes:

Foto 4: Traslado de mercancía china de bodega a locales del Centro Histórico de la Ciudad de México



Fuente: A. Paola Martínez G.

Foto 5: Trabajador mexicano saliendo de bodega china en la calle de Comonfort



Fuente: A. Paola Martínez G.

Las calles de Perú, Apartado y Peña y Peña concentran la mayor cantidad de locales atendidos por chinos. En una nota periodística se decía que esta zona es el auténtico barrio chino de la Ciudad de México; sin embargo, los comerciantes chinos, ya sean dueños o trabajadores, no viven allí, ni hacen vida social y comunitaria, sino que sus actividades son estrictamente comerciales (Hernández 2020).

En torno al comercio chino se generan también nuevas dinámicas de vida cotidiana, en varios sentidos, para quienes participan de este intercambio. Llama la atención que han surgido creadores de contenido o *youtubers* que informan a la gente sobre productos, horarios, mejores precios y cómo llegar a las plazas y locales chinos. Tan sólo seis de los principales

influencers del comercio en la Ciudad de México (Christopher Salazar, Novedades Lupita, Nay_120, Menary Arizmendi, Michelle Salinas y Kareli García) concentran más de dos millones de suscriptores en sus redes sociales.

3.4 Un comercio en expansión

En el Centro Histórico de la Ciudad de México hay tres plazas chinas recientes y muy populares, ubicadas en los números 38, 89 y 151 de la Av. José María Izazaga; la primera tiene 12 pisos, la segunda 16 y la más reciente, cinco (Anexo 2). Se trata de edificios verticales al estilo Hong Kong (Mathews 2012: 136-146), en las que los locales se mezclan con bodegas, espacios para restaurantes de comida china y pequeños supermercados de alimentos importados; están dirigidas principalmente a los compradores mayoristas, aunque también se vende al menudeo. En ellas hay comercios atendidos por mexicanos, pero predominan los locales que atienden personas de origen chino.

Estas plazas han ocupado edificios que antes eran oficinas gubernamentales, como la de Izazaga 89, que hasta 2017 alojaba a cerca de mil trabajadores de la Secretaría de Seguridad Pública, de la Secretaría de Finanzas y de la Bolsa de Trabajo de la Ciudad de México, quienes denunciaron que el inmueble presentaba daños estructurales, agravados por el sismo del 19 de septiembre, y temían que colapsara (Sosa, 2017). Es importante mencionar esto porque son evidentes las reparaciones que se han hecho en el lugar y los trabajos pendientes, como los techos caídos y los pisos levantados.

Sin embargo, al ser plazas más parecidas a los centros comerciales de grandes almacenes y ubicarse sobre una reconocida y amplia avenida –lo que no implica adentrarse por calles concurridas, como en el caso de las otras plazas chinas–, la gente que asiste comenta que están más limpias, organizadas y les dan mayor seguridad y confianza.

Otras diferencias que resaltan con respecto a las plazas chinas del primer cuadro del Centro Histórico de la Ciudad de México se relacionan con los horarios, salarios, el público y los pagos en las transacciones: 1) en las plazas de Izazaga los horarios de venta son más extendidos: de nueve o diez de la mañana a seis y siete de la tarde; 2) los salarios de los trabajadores mexicanos son menores (1,400 semanales) a los que perciben en las otras plazas (entre 1,500 y 1,600 pesos); 3) el público asistente, atraído por las redes sociales, es más diverso; 4) a ellas también llegan camiones de otros estados, pero en el interior de los edificios hay locales de diversas empresas de paquetería que se encargan de enviar la mercancía; 5) no sólo se acepta pago en efectivo, también reciben pagos con tarjetas bancarias, transferencias e incluso hay unos cuantos locales donde ya se puede pagar con código QR. Todos los señalamientos o letreros están escritos en español y chino, no sólo los anuncios de venta, sino también los relacionados con el funcionamiento cotidiano de las plazas y que van dirigidos a los locatarios.

Foto 6: Fachada de la plaza de Izazaga 89



Fuente: A. Paola Martínez G.

Foto 7: Elevador de la plaza de Izazaga 89



Fuente: A. Paola Martínez G.

Foto 8: Entrada de la plaza de Izazaga 38



Fuente: A. Paola Martínez G.

Foto 9: Bodega de la plaza de Izazaga 89



Fuente: A. Paola Martínez G.

4. Otros hallazgos en torno al comercio chino en la CDMX

En torno al objetivo principal de hacer una caracterización actual del comercio chino, fueron surgiendo otros temas importantes: los cambios ocurridos en la importación de mercancías chinas, la condición de inseguridad que padecen los comerciantes de origen asiático y la percepción que tienen sus colegas mexicanos sobre la preponderancia del comercio chino en estas zonas de la Ciudad de México.

4.1 De importadores mexicanos a empresas importadoras chinas

Los testimonios y el trabajo de campo sugieren que el crecimiento del comercio chino durante los últimos cinco años en el Centro Histórico de la Ciudad de México ha dado paso a una nueva etapa, en la que ya no es necesario que los vendedores mexicanos viajen a China para lograr mejores precios de la mercancía, pues este país y sus mercancías están presentes en Tepito y todo el primer cuadro del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Esta nueva etapa podría explicarse a partir de tres 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 también implicados como parte de la dinámica comercial por la vía de los hechos: “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 tres 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” (entrevista personal, realizada el 8 de octubre de 2022). 2) Los grandes capitales de los comerciantes chinos ponen en desventaja a sus homólogos mexicanos en cuanto al tamaño de sus importaciones y la capacidad que tienen para rentar bodegas o locales en las principales calles y plazas del Centro Histórico de la Ciudad de México. 3) Las restricciones impuestas para viajar a China y el exorbitante incremento de los costos a partir de la pandemia por COVID.

La información recopilada sobre el proceso de importación de mercancía china señala que desde que ésta sale de China pueden pasar de uno a tres meses, además de considerar los siguientes pasos: 1) proveedor envía el producto; 2) llegada al puerto/revisión de aduana; 3) trasladar la mercancía en tráiler o ferrocarril (flete); 4) descargar mercancía en bodega, y 5) comercialización con mayoristas.

Formalmente, toda persona que quiera importar debe haberse constituido como persona moral e ir al corriente con todas sus obligaciones fiscales; estar inscrito en el padrón de importadores; tener un expediente de comercio exterior completo y un sistema de control de inventarios actualizado. Aunque, como ya se mencionó, puede suceder que todos los requisitos se cumplan y la mercancía quede retenida en la aduana sin que los comerciantes conozcan el motivo.

Un comerciante de la calle de Colombia, dedicado a la venta de juguetes y que durante ocho años importó mercancía china, comenta: “No es necesario ir a China, pues ya está aquí; esta es la Nueva China: Tepito y el Centro Histórico de la

Ciudad de México”. Mencionó también que las prácticas desleales de los comerciantes chinos, como retener la mercancía de comerciantes mexicanos en la aduana (hasta que ellos terminen de vender la suya, cuando los productos se repiten) o bajar los precios a niveles más baratos de lo que ellos importaron de China, les representa pérdidas económicas que no se compensan con lo ahorrado con el proceso de importación.

En los últimos años han surgido empresas chinas de importación de mercancía cuyo principal ofrecimiento es facilitar este proceso mediante tres pasos: 1) encargar la mercancía en la fábrica; 2) embarcarla, y 3) encargarse de nacionalizar la mercancía para llevarla hasta el cliente. Entre estas importadoras destaca la empresa Chang Qing Internacional, fundada en 2017 (ubicada en la calle de Río Rhin 22, Colonia Renacimiento, alcaldía Cuauhtémoc, en la CDMX) por dueños chinos, que ofrece facilidades para importar directamente de casi cinco mil fábricas chinas, en especial de Yiwu, así como en la inversión, pues se puede importar por un monto de ocho mil hasta 200 mil.

Esto se debe a que un contenedor puede tener mercancía de varios clientes, por lo cual ya no es necesario que un solo comerciante importe un contenedor o grandes volúmenes de mercancía. Dicha empresa no busca eliminar al intermediario, pues señala que no se trata de una guerra de nacionalidades, sino de comercio; ellos replantean la manera de hacer negocio ampliando las importaciones para que cualquiera pueda realizarlo mediante la llamada preventa, una compra por adelantado a través del catálogo de mercancías disponibles por temporada (los productos de la época decembrina están disponibles a partir del 15 de octubre), la cual se centraliza en las oficinas de la empresa. Si el cliente quiere que se la envíen a otro estado de la República es parte de otro convenio. La empresa tiene su canal de Youtube y graban sus propios videos explicando a la gente el proceso de importación; las ventas también se pueden en WhatsApp y en las páginas de Facebook, Instagram o por Zoom.

El tipo de flete depende del volumen, aunque la empresa sólo realiza traslado marítimo. El contenedor importado contiene mercancía de varios clientes (pueden comprar una caja por catálogo o una combinación de tres preventas) y el cliente no paga por los metros cúbicos que ocupe su mercancía, sino por el porcentaje proporcional del contenedor. Pero en la preventa paga 100% del producto y se deben comprar mínimo tres cajas *master*, equivalentes a \$12 mil pesos, aproximadamente. El pago del flete se efectúa cuando la mercancía está casi por llegar. Además, asesoran a los clientes que les compran para que sean distribuidores y no vendedores finales.

4.2 El comercio chino requiere seguridad

El crecimiento del comercio chino tanto en Tepito como el Centro Histórico de la Ciudad de México también ha incrementado la vulnerabilidad que viven los comerciantes de origen asiático en general frente a diversas acciones delictivas en su contra (extorsión, secuestro, amenazas, asaltos y asesinatos); delitos que, de acuerdo con testimonios de comerciantes mexicanos, no se atreven a denunciar por temor a mayores represalias, por dificultades con el idioma español o por temor a que sea revisada su condición migratoria. En algunas notas periodísticas se denuncia esta problemática, tanto por parte de comerciantes chinos como coreanos; sin embargo, son los primeros los que han tomado cartas en el asunto.

En mayo de 2012 se formó el Comité de Seguridad de Chinos en México (*International Security Committee* 2018), el cual aparece en su página web como Comité Internacional de Seguridad (ISC, por sus siglas en inglés). Desde 2016 esta agrupación comenzó a realizar reuniones con líderes de comerciantes para atender diversas problemáticas, como la que tuvo lugar entre Miguel Galán, representante de Tepito y Feng Chengkang, presidente de la Asociación Huaan y del Comité de Seguridad, con el fin de tratar asuntos de seguridad personal y la referida a los negocios de los empresarios chinos en Tepito; temas que se abordaron como “gobernanza conjunta en Tepito” (*International Security Committee* 2016).

Asimismo, en diciembre de 2015, más de dos mil comerciantes chinos establecidos en el Centro Histórico de la Ciudad de México recibieron asesoría sobre cómo prevenir delitos y qué hacer en caso de ser víctimas de uno en la temporada alta de diciembre, cuando hay más robos y extorsiones por parte de falsos inspectores. La información se distribuyó en las plazas chinas (Peña y Peña, El Volcán, *Pepe's Bellin* y Charly) y calles del Centro Histórico de la Ciudad de México, así como de Tepito. En la comitiva participó el consejero político de la embajada china y el presidente del Comité de Seguridad México-China, Yao Fei y Zhao Fong, respectivamente. También fueron acompañados por elementos de la entonces Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal y de la policía capitalina. Otro objetivo de la comitiva fue hacer llegar un saludo del entonces embajador Qiu Xiaoyi a los comerciantes chinos, a quienes se consideraba un grupo vulnerable en una zona de alto riesgo, en esa que fue la tercera visita en ese año. Por otro lado, resalta la iniciativa de la embajada china que, en trabajo conjunto con la policía capitalina, lograron detener algunos delincuentes (Xinhua 2015).

Además, a inicios de la pandemia en marzo de 2020, el Comité de Seguridad de los chinos en México gestionó con la policía metropolitana un patrullaje por las calles donde se albergan los principales comercios chinos en el Centro Histórico de la Ciudad de México para garantizar su seguridad (*International Security Committee* 2022).

Si bien el principal objetivo del Comité de Seguridad es proteger la integridad física y los negocios de los chinos, también se encarga de asistir a los comerciantes cuando enfrentan otro tipo de problemas, como tener contenedores retenidos en la aduana o dificultades migratorias y correr el riesgo de ser deportados. El Comité tiene presencia en otros estados del país, como Veracruz, Monterrey, Tampico, Tijuana y Campeche.

4.3 La percepción sobre el comercio chino en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México

La percepción sobre el comercio chino es paradójica y discriminatoria. Tanto en los comerciantes como en los compradores mexicanos se tiene la idea de que el crecimiento del comercio chino es una amenaza que el gobierno debería regular, aunque sean ellos algunos de los que se benefician de que tal regulación no exista. Se refieren, además, con cierta nostalgia, a la “industria nacional”, pues les gustaría que se mantuviera, aunque luego reconocen que las empresas mexicanas no tienen la capacidad de producción que se necesita. Es evidente su molestia ante la percepción de que los chinos “se están apropiando de todo”, hablando en términos geográficos y comerciales; una posición que se repite en otros comerciantes entrevistados, además de personas oriundas de estas zonas.

Por otra parte, también se expresa aceptación y reconocimiento hacia el comercio chino, principalmente entre los sectores populares que compran en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México, debido a las ventajas que ofrecen las mercancías chinas para que existan pequeños negocios con los cuales se complementan los ingresos de miles de familias. A las personas que todos los días se emplean o compran en estos lugares no les importa si es formal o informal la economía, para ellos el comercio chino en estas sedes 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 en el país.

También se critica y señala al gobierno mexicano como responsable del entrecruce de procedimientos legales e ilegales por los cuales llega la mercancía china a México, así como de la corrupción y la falta de apoyo a los empresarios mexicanos, mientras que el gobierno chino sí apoya a sus empresarios e inmigrantes; frente a lo cual, los comerciantes mexicanos se sienten en desventaja.

Desde hace varios años se ha insistido en que los comerciantes coreanos y chinos han afectado el patrimonio cultural de la Ciudad de México, al modificar los edificios históricos catalogados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) para ser ocupados como bodegas o comercios.

Prevalece la estigmatización y discriminación hacia los comerciantes e inmigrantes chinos, en la medida en que se mantienen ciertos juicios sobre lo que se considera su “forma de ser y su forma de vida: roban el trabajo a los mexicanos, son explotadores, avaros, cerrados, sólo piensan en trabajar y hacer dinero, quieren apropiarse del país y del mundo”, entre otros.

Conclusiones

- 1) El comercio chino en estas zonas de la Ciudad de México se concentra en bodegas, plazas chinas y locales ubicados en las calles del Perímetro A del Centro Histórico de la Ciudad de México. Como señala el concepto globalización desde abajo, se trata de un comercio destinado a los sectores populares de la población y, en su mayoría, es informal; es decir, se encuentra fuera de marcos legales y regulatorios, además de estar inmerso en un circuito transnacional que lleva tres décadas desarrollándose a la par, tanto en China como en México, pero que ha tenido una expansión acelerada en los últimos 13 años. Que crece y se “autorregula” a través de redes y trayectos en los que están involucrados, desde la producción hasta el consumidor final: trabajadores, empresarios, *brokers* y comerciantes chinos, junto a funcionarios, empresarios y vendedores mexicanos; en medio de relaciones de cooperación y disputa.
- 2) Es un tipo de comercio en permanente expansión, ya sea ocupando viejos locales o abriendo nuevas plazas, como ocurre, en especial, en las calles de Brasil y Colombia, así como en la Av. Izazaga, además de instalar bodegas semiclandestinas en Tepito. Expansión en la que han sido importantes los vínculos con dirigentes y organizaciones de comerciantes mexicanos para arrendar espacios comerciales y para extender su red de distribuidores de mercancía china, sobre la cual es difícil determinar su ingreso legal o ilegal al país.
- 3) La preponderancia del comercio chino en estas zonas, como plantea el concepto de espacios transnacionales, ha consolidado una especie de enclave económico, que vuelve innecesario y poco viable viajar a China para conseguir mercancía a bajo costo. Lo que antes hacían los Marco Polo, juntar entre varios un contenedor o viajar en grupo, actualmente no parece tan rentable, cuando se tienen al alcance bodegas, plazas y locales con amplia variedad de mercancía china a precios iguales o más bajos. Seguirán viajando los comerciantes mexicanos que tienen experiencia, contactos o cuentan con sus propias marcas, pero el grueso del comercio chino se abastece, en distintos tamaños de compra-venta, desde las bodegas, locales y plazas chinas en Tepito y Centro Histórico de la Ciudad de México.
- 4) Los comerciantes mexicanos tienen una perspectiva contradictoria con respecto al comercio chino, al que se considera “un mal necesario”, ante la incapacidad de producción de las empresas mexicanas y la falta de apoyo del gobierno. Comerciantes chinos y mexicanos conviven en un ambiente tanto de aceptación como de discriminación: se considera que el comercio chino ayuda a la subsistencia de miles de familias mexicanas, pero también se les ve como explotadores de trabajadores mexicanos y como una amenaza que se expresa en la frase recurrente: “los chinos se están apropiando de todo”.

- 5) Los comerciantes chinos, como inmigrantes o actores transfronterizos, son un sector vulnerable que se ha visto obligado a organizarse en torno a temas de su seguridad personal y de sus negocios, para lo cual cuentan con el apoyo de la embajada china en México y a través de vínculos con líderes de organizaciones mexicanas de comerciantes. En términos de paradiplomacia, son vínculos que no están al margen de las instituciones del Estado, pues el Comité de Seguridad de los chinos en México funciona en colaboración con la policía de la Ciudad de México; sin embargo, no queda claro el tipo de relación que existe entre éste y los líderes de comerciantes de estas zonas, por lo que, cuando se dice que han impulsado reuniones de seguridad conjuntas para “cogobernar Tepito”, puede haber varias interpretaciones o especulaciones al respecto.
- 6) Tanto Tepito como el Centro Histórico de la Ciudad de México son espacios con presencia china en términos comerciales, no de uso habitacional o de desarrollo de vida comunitaria; no son nuevos barrios chinos. No obstante, su presencia cotidiana en algunas zonas del Perímetro B del Centro Histórico de la Ciudad de México, como las calles de Luis Moya, Independencia y Victoria –donde históricamente se han establecido distintas organizaciones de inmigrantes chinos y en las que se ubica el Comité de Seguridad de los chinos en México–, sugiere que estos comerciantes también habitan cerca de las zonas estudiadas.

Anexo 1

Plazas en la CDMX con presencia de negocios chinos y plazas chinas

Nombre de la Plaza	Plaza Peña y Peña
Dirección	Manuel de la Peña y Peña 14, Centro. Cuauhtémoc, 06020
Horario	Lunes a sábado: 09:00- 16:00
Teléfono	No
Mercancías	Juguetes, cosméticos y productos de belleza, artículos para fiestas y regalos.
Redes sociales	Facebook: Plaza Peña y Peña Oficial

Nombre de la Plaza	Central de Mayoreo
Dirección	Apartado 14- 24, Centro, Manuel de la Peña y Peña 14, Centro. Cuauhtémoc, 06020
Horario	Lunes a sábado, 11:00- 17:00
Teléfono	No
Mercancías	Joyería, lámparas, electrónicos, ropa, productos para el hogar, relojes, lentes.
Redes sociales	Facebook: @centraldemayoreoapartado24

Nombre de la Plaza	Centro de importadores
Dirección	Manuel de la Peña y Peña 17, Centro. Cuauhtémoc, 06000
Horario	Lunes a viernes, 10:00- 16:55 Sábado, 10: 00- 14:00.
Teléfono	No
Mercancías	Productos de belleza, maquillajes, termos, llaveros, productos para fiesta.
Redes sociales	Mochilas y todo lo relacionado con equipaje Centro de Importadores Peña y Peña No.17

Nombre de la Plaza	Plaza Charly
Dirección	Aztecas 17, Centro. Cuauhtémoc, 06000.
Horario	Lunes a sábado, 8:00- 18:00
Teléfono	55 8442 0226
Mercancías	Mochilas, bolsas, maletas y todo lo relacionado con equipaje.
Redes sociales	Facebook: Plaza Charly

Nombre de la Plaza	Plaza El Volcán
Dirección	Jesús González Ortega 3, Centro. Cuauhtémoc, 06000.
Horario	Lunes a sábado, 8:00- 18:00
Teléfono	No
Mercancías	Papelería, bisutería
Redes sociales	No

Nombre de la Plaza	Plaza Florida
Dirección	Florida 9, Centro. Cuauhtémoc, 06000
Horario	Lunes a domingo, 10:00- 18:00
Teléfono	No
Mercancías	Maquillaje, electrónicos, artículos de belleza
Redes sociales	No

Nombre de la Plaza	Plaza Beijín
Dirección	González Ortega 4, Centro. Cuauhtémoc, 06000
Horario	Lunes a domingo, 09:30- 16:30
Teléfono	No
Mercancías	Maquillaje, electrónicos
Redes sociales	No

Nombre de la Plaza	Plaza 88
Dirección	Manuel de la Peña y Peña 27, Centro. Cuauhtémoc, 06000
Horario	Lunes a domingo, 09:00- 16:30
Teléfono	No
Mercancías	Maquillaje, electrónicos, bisutería, artículos para cabello
Redes sociales	No

Nombre de la Plaza	Plaza Vanessa
Dirección	Del Carmen 81, Centro. Cuauhtémoc, 06020
Horario	Lunes a sábado, 08:30- 19:00
Teléfono	55 55 26 82 94
Mercancías	Lentes, electrónicos, mochilas, lámparas, cosméticos, joyería
Redes sociales	No

Nombre de la Plaza	Plaza Manhattan
Dirección	Perú 140, Centro. Cuauhtémoc, 06000
Horario	Lunes a sábado, 09:00-18:00
Teléfono	No
Mercancías	Productos de belleza, ropa, cosméticos
Redes sociales	No

Nombre de la Plaza	Pasaje metro Tepito
Dirección	Héroe de Granaditas 171, Morelos. Cuauhtémoc, 06200
Horario	Lunes a sábado, 10:00-18:00
Teléfono	No
Mercancías	Productos de belleza, electrónicos, relojes, tecnología, juguetes
Redes sociales	No

Nombre de la Plaza	Plaza Iván
Dirección	Eje 1 Norte 8A, Morelos. Cuauhtémoc, 06200
Horario	Lunes a sábado, 09:00-17:00 Domingo, 10:00-16:00
Teléfono	667 588 8888
Mercancías	Productos de belleza, ropa, cosméticos
Redes sociales	No

Fuente: Elaboración propia con base en información de campo.

Anexo 2

Plazas chinas en la Av. José María Izazaga

Nombre de la Plaza	Plaza Izazaga 89
Dirección	José María Izazaga 89, Centro. Cuauhtémoc, 06080
Horario	Lunes a sábado: 10:00-18:00 Domingo: 10:00-17:00
Teléfono	55 5444 1990 55 5444 1941
Mercancías	Bisutería, electrónica, tecnología, productos de belleza y para el hogar, lencería, relojes, juguetes, papelería, ropa, utensilios de cocina, artículos para fiesta, mochilas, alimentos importados
Redes sociales	Facebook, Instagram, Tik Tok, You Tube: @PlazasIzazaga

Nombre de la Plaza	Plaza Izazaga 38
Dirección	José María Izazaga 38, Centro. Cuauhtémoc, 06080
Horario	Lunes a sábado: 10:00-18:00 Domingo: 10:00-17:00
Teléfono	55 1560 6696 55 1560 6589 55 5444 1575
Mercancías	Bisutería, electrónica, tecnología, productos de belleza y para el hogar, lencería, relojes, juguetes, papelería, ropa, utensilios de cocina, artículos para fiesta, mochilas, alimentos importados
Redes sociales	Facebook, Instagram, Tik Tok, You Tube: @PlazasIzazaga

Nombre de la Plaza	Plaza Izazaga 151
Dirección	José María Izazaga 151, Centro. Cuauhtémoc, 06080
Horario	Lunes a domingo: 09:00-19:00
Teléfono	No
Mercancías	Bisutería, electrónica, tecnología, productos de belleza y para el hogar, lencería, relojes, juguetes, papelería, ropa, utensilios de cocina, artículos para fiesta, mochilas, alimentos importados
Redes sociales	Facebook, Instagram, Tik Tok, You Tube: @PlazasIzazaga

Fuente: Elaboración propia con base en información de campo.

Bibliografía

- ADN40. 2018. Decomisan cajetillas de cigarros ilegales en Tepito. Recuperado el 13 de agosto de 2022. Disponible en: <https://www.adn40.mx/noticia/seguridad/notas/2018-11-14-16-36/decomisan-cajetillas-de-cigarros-ilegales-en-tepito>
- Alba Vega, Carlos. 2020. La transnacionalización del mundo social. Espacios sociales más allá de las sociedades nacionales. *Foro internacional*. Recuperado el 14 de agosto de 2022. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-013X2020000301207
- Alba Vega, Carlos y Braig, Marianne. 2022. *Las voces del Centro Histórico. La lucha por el espacio en la Ciudad de México*. México, COLMEX / CEI.
- Besserer, Federico. 2014. Comentarios críticos y cinco propuestas para pensar la migración en el momento actual. *Desacatos*. Recuperado el 13 de agosto de 2022. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2014000300006
- CGTN. 2017. Yiwu es el centro mundial de la exportación de productos baratos. Recuperado el 17 de agosto de 2022. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=caTQQGtHfrg>
- De Montalembert, Marie-Aimée y Ruenes, Ángeles. 2014. Miscélanea. Guía del comercio popular y tradicional del Centro Histórico de la Ciudad de México. España, El viso.
- El Universal. 2009. Aseguran 70 toneladas de mercancías en Tepito. Recuperado el 17 de agosto de 2022. Disponible en: <https://archivo.eluniversal.com.mx/notas/618694.html>
- González, Rafael. 2003. Golpean decomisos al Catrín de Tepito. *Vlex*. Recuperado el 15 de agosto de 2022. Disponible en: <https://vlex.com.mx/vid/golpean-decomisos-catrin-tepito-82002547>
- Hernández Hernández, Alberto. 2018. Tepito, capitalismo a la brava. La tenue frontera entre la legalidad y la ilegalidad. *Alteridades*. Recuperado el 16 de agosto de 2022. Disponible en: <https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/939/909>
- Hernández Hernández, Alfonso. 2012. Los Marco-Polo de Tepito. *CECHIMEX*. Recuperado el 16 de agosto de 2022. Disponible en: https://dusselpeters.com/CECHIMEX/Alfonso_Hernandez.pdf
- Hernández, Elizabeth. 2020. El verdadero barrio chino de la CDMX. *Eje Central*. Recuperado el 17 de agosto de 2022. Disponible en: <https://www.ejecentral.com.mx/el-verdadero-barrio-chino-de-la-cdmx/>
- Hernández, Mónica. 2010. Tepito abre una oficina en China. *El Universal*. Recuperado el 16 de agosto de 2022. Disponible en: <https://archivo.eluniversal.com.mx/primeria/34230.html>
- International Security Committee. 2016. Miguel Galán, presidente de la Federación de Negocios del Distrito Tepito de México, visita el Consejo de Seguridad de la Guerra. Recuperado el 13 de septiembre de 2022. Disponible en: <http://www.intscomt.com/index.php/Details/index/article/149.html>
- International Security Committee. 2018. Recordando el difícil viaje inicial del Comité de Seguridad. Recuperado el 13 de septiembre de 2022. Disponible en: <http://www.intscomt.com/index.php/Details/index/article/196.html>
- International Security Committee. 2022. Patrulla nocturna del Consejo de Seguridad China. Recuperado el 21 de septiembre de 2022. Disponible en: <http://www.intscomt.com/index.php/Details/index/article/357.html>
- Mathews, Gordon. 2012. 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*, pp. 134- 161. México, FCE.
- Notimex. 2012. AFI decomisa 4 toneladas de cigarros apócrifos en Tepito. *El Economista*. Recuperado el 16 de agosto de 2022. Disponible en: <https://www.economista.com.mx/noticia/AFI-decomisa-4-toneladas-de-cigarros-apocrifos-en-Tepito-20120720-0033.html>
- Servín, Mirna y Aranda, Jesús. 2008. Decomisan 46 toneladas de calzado chino y ropa. *La Jornada*. Recuperado el 15 de agosto de 2022. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2008/06/06/index.php?section=capital&article=043n2cap>
- Sosa, Ivette. 2017. Algo ocurre en el edificio de Izazaga #89. *El Alebrije*. Recuperado el 7 de diciembre de 2022. Disponible en: <https://elalebrije.net/2017/09/21/algo-ocurre-en-el-edificio-de-izazaga-89/#:~:text=Con%20fotograf%C3%ADas%20en%20mano%2C%20se%20B1aloron,han%20insistido%20en%20ser%20reubicados>
- Velasco, Agustín. 2016. Los Marco Polos de Tepito que viajan cada año a China. *La silla rota*. Recuperado el 15 de agosto de 2022. Disponible en: <https://lasillarota.com/especiales-lsr/2016/3/30/los-marco-polos-de-tepito-que-viajan-cada-ano-china-96715.html>
- Xinhua 2015. Comerciantes chinos en Ciudad de México reciben asesoría en seguridad. Recuperado el 11 de septiembre de 2022. Disponible en: http://spanish.xinhuanet.com/2015-12/13/c_134910882.htm



CUADERNOS DE TRABAJO DEL CECHIMEX



El Centro de Estudios China-México de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México tiene el agrado de invitar al público en general a presentar artículos para su posible publicación dentro de su revista, "Cuadernos de Trabajo del Cechimex".

Los artículos propuestos deberán tener una extensión máxima de 50 cuartillas y pueden versar sobre todos los temas referentes a China y a la relación México-China, en el ámbito de la teoría, la economía, la historia, el medio ambiente, la ciencia, la tecnología, etc..

Comité Editorial:

Alejandro Álvarez Bejar, Eugenio Anguiano Roch,
Romer Cornejo Bustamante, Huiqiang Cheng,
Leonel Corona Treviño, Marcos Cordeiro Pires,
Enrique Dussel Peters, Octavio Fernández,
Juan José Ling, Xuedong Liu Sun, Ignacio Martínez Cortés,
Jorge Eduardo Navarrete López, Manuel Pérez García,
María Teresa Rodríguez y Rodríguez, Xiaoping Song,
Hongbo Sun, Mauricio Trápaga Delfín,
Yolanda Trápaga Delfín, Zhimin Yang,
Yongheng Wu (†).

Editor responsable:

Sergio E. Martínez Rivera

*Informes en la página electrónica: www.economia.unam.mx/cechimex
y al teléfono: 5622 2195*

Todos los artículos dirigirlos al correo electrónico: cuadchmx@unam.mx

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2013”

- Número 1.** ¿Un mejor trato? Análisis comparativo de los préstamos chinos en América Latina
Kevin P. Gallagher, Amos Irwin, Katherine Koleski
- Número 2.** El 18° Congreso Nacional del Partido Comunista de China
Eugenio Anguiano Roch
- Número 3.** Consumidores “vicarios”: impacto del mercado global de porcelana china en la Castilla meridional (s. XVIII)
Manuel Pérez García
- Número 4.** Educación y construcción de significados en la relación China-África
Eduardo Tzili Apango

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2014”

- Número 1.** China y Japón de 1850 a 1914
Eugenio Anguiano Roch
- Número 2.** Chino, español: dos lenguas, muchas miradas
Ricardo Arriaga Campos
- Número 3.** China, profundización integral de la reforma y sus relaciones con México
Qiu Xiaoyi
- Número 4.** State, Market and Infrastructure: The New Silk Road
Peter Nolan
- Número 5.** Xi Jinping tiene su propia hoja de ruta: la III Plenaria del Partido Comunista de China
Ismael Cejas Armas
- Número 6.** Las tierras raras: un sector estratégico para el desarrollo tecnológico de China
José Ignacio Martínez Cortés Alma Viridiana del Valle Giles
- Número 7.** Shicheng Xu: Vida y Obra
Enrique Dussel Peters y Lidia Delgado Almeida

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2015”

- Número 1.** La reestructuración económica y las nuevas estrategias del desarrollo en China
Xuedong Liu Sun, Qiang Zhang, Fei Chen, Wenguan Bo, An Husheng, Yingen Yan
- Número 2.** Las sombrías perspectivas de China en el mediano plazo
Raúl Bringas Nostti y Francois Duhamel
- Número 3.** China en el mundo del siglo XX
Eugenio Anguiano Roch
- Número 4.** “One Belt, One Road”: A New Vision for Open, Inclusive Regional Cooperation
Guoqiang Long
- Número 5.** La era de Xi Jinping: ¿retorno del autoritarismo personal?
Eugenio Anguiano Roch

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2016”

- Número 1.** La retórica de la interdependencia entre China y la Unión Europea: algunas tendencias para el siglo XXI
Juan Carlos Gachúz Maya y Eduardo Tzili Apango
- Número 2.** El Banco Popular de China y su política crediticia
Rubén Hernández Cordero
- Número 3.** El tratamiento a las inversiones extranjeras tras el ascenso de la República Popular China: ¿de las reglas a la discreción?
Leonardo E. Stanley y José Fernández Alonso

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2017”

- Número 1.** Documento sobre la Política de China hacia América Latina y el Caribe
Gobierno de la República Popular China
- Número 2.** El contexto actual de China ante los escenarios de 2030
Ricardo Daniel Delgado Muñoz y José Ignacio Martínez Cortés
- Número 3.** Gran revolución cultural proletaria de China, 1966-1976
Eugenio Anguiano Roch

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2018”

- Número 1.** El 19° Congreso Nacional del Partido Comunista de China
Eugenio Anguiano Roch
- Número 2.** Tratados de inversión entre China y América Latina y la salida de inversión extranjera directa de China en la región: un análisis interdisciplinario
Jesse Liss
- Número 3.** China. Prosperidad, diversificación de la dieta y explotación de recursos naturales
María Teresa Rodríguez y Rodríguez

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2019”

- Número 1.** Inversiones y préstamos chinos en el sector petrolero venezolano (2000-2018)
Carlos Eduardo Piña
- Número 2.** La competencia de las exportaciones de Estados Unidos y China en el segmento de autopartes mexicano de 2000 a 2017
Carlos Alberto Fragozo Castañeda
- Número 3.** Cristiandad China en la Ciudad de México
Mónica Georgina Cinco Basurto
- Número 4.** Inversión extranjera directa de China en Bolivia (2000-2017)
Adriana Zapata Rosso

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2020”

- Número 1.** La tecnología 5G en la cadena global de valor de energía eléctrica, México y China ¿Qué podemos aprender de China?
Ricardo Zaragoza Castillo
- Número 2.** La inclusión de estudiantes chinos al sistema educativo mexicano: reflexiones sobre el caso de la Ciudad de México
Jéssica da Costa Dantas

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2021”

- Número 1.** Confrontación entre Estados Unidos y la República Popular China
Eugenio Anguiano Roch
- Número 2.** Cooperación de China en América Latina en infraestructura: discursos, modalidades y conflictos socioambientales
David Alejandro Cruz Prada
- Número 3.** Two Decades of Brazil-China Oil Cooperation: Investments and Infrastructure Projects.
Pedro Henrique Batista Barbosa
- Número 4.** Lin Yutang, *Mi país, mi gente. La identidad occidental dentro de Oriente*
Liska Gálvez
- Número 5.** Características y potencial de las empresas chinas en segmentos de tecnologías de la información y comunicación en México
Andrei Guerrero

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2022”

- Número 1.** Propuesta para un canje de deuda por naturaleza con China
Andrés Arauz, Carlos Larrea y Jesús Ramos
- Número 2.** Dinámica socio-ambiental de las inversiones mineras chinas en Perú
Esteban Poole Fuller
- Número 3.** La historia transnacional de Política Popular, una organización maoísta mexicana: las colonias populares como bases de apoyo para la revolución, 1968-1976
Jorge Iván Puma Crespo
- Número 4.** La influencia china en el extractivismo agrario latinoamericano, desde una perspectiva comparada
Rita Giacalone
- Número 5.** Diásporas, redes étnicas e inversión china en México
Nifta Sugey Lau Ibarias
- Número 6.** Relación económica y comercial de China con América Latina: los casos de Brasil y México, 2000-2020
Lesbia Pérez-Santillán

“Cuadernos de Trabajo del Cechimex 2023”

- Número 1.** Empleo generado por China en América Latina y el Caribe (1995-2021)
Enrique Dussel Peters y Lesbia Pérez Santillán
- Número 2.** Tratados desiguales entre China y América Latina
David Nazar Coutiño
- Número 3.** Narrativas periodísticas sobre China: análisis de la construcción del entorno amigable a los intereses estadounidenses en la prensa mexicana
Nayelhi Itandehui Saavedra Solano
- Número 4.** Dinámicas actuales del comercio chino en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México
Adriana Paola Martínez González