



URGE DETENER LA AVALANCHA CHINA; EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CDMX, EL 20% DE LOS NEGOCIOS YA SON DE LOS ASIÁTICOS

- *“Antes los chinos exportaban sus productos; pero migraron y desplazaron a comerciantes mexicanos”*: Gerardo López
- *“De continuar la tendencia, el Barrio Chino será todo el centro de la ciudad”*: alertó.

El operativo contra la plaza comercial de Izazaga 89 en el Centro Histórico de la Ciudad de México para decomisar artículos de procedente ilícita, en su gran mayoría de origen chino, debe representar el primer paso de una gran estrategia integral en diferentes rubros de la actividad económica y social para recuperar espacios comerciales, fuentes de trabajo y líneas de producción nacional, pues de lo contrario quedará sólo en un esfuerzo aislado con fines publicitarios, aseguró el Consejo para el Desarrollo del Comercio en Pequeño y la Empresa Familiar (ConComercioPequeño SC).

El presidente de la organización, Gerardo Clero López Becerra, aplaudió las acciones encabezadas por la Secretaría de Economía (SE), en contra de la famosa “plaza china de Izazaga”, toda vez que atiende una añeja petición de comerciantes e industriales por la competencia desleal que representaban los cientos de negocios que operaban en sus 16 pisos, en donde se vendían bisutería, calzado, ropa, muebles, electrónicos, alimentos, juguetes, artículos para el hogar y decoración, papelería, vehículos eléctricos, instrumentos musicales, equipo eléctrico, herramientas, entre otros muchos, cuyo ingreso al país fue, muy probablemente, vía contrabando.

El activista pidió a las autoridades continuar y endurecer los operativos, pues tan sólo en esa misma avenida existen otras dos plazas de productos chinos con más de 10 pisos cada una (Plaza Izazaga 38 y Plaza Asia en el número 29); las cuales, de acuerdo con testimonios de empresarios de la zona, están funcionando de refugio para quienes estaban en el inmueble clausurado.

López Becerra dijo que el Centro Histórico de la Ciudad de México es víctima de una auténtica “invasión de negocios chinos”, pues de acuerdo con estimaciones de CONCOMERCIO estarían operando más de tres mil 500 negocios de ese tipo, lo que representa cerca del 20 por ciento de los cerca de 20 mil comercios que existen en la zona.

Afirmó que el Eje Central es testigo lamentable de este fenómeno, ya que decenas de negocios emblemáticos que eran propiedad y atendidos por mexicanos han sido desplazados por la invasión china, como las legendarias camiserías ubicadas en las esquinas con las calles de Ayuntamiento y Victoria, así como zapaterías y tiendas de trajes por la zona de Salto del Agua (casi esquina con Izazaga).

A eso se suma, agregó, el desplazamiento de añejas mueblerías y tiendas de vestidos de novia y XV años de la zona de La Lagunilla

“Esta invasión ha provocado un peligroso desplazamiento económico y social, pues décadas atrás el fenómeno de la invasión china sólo pegaba a la industria, como el calzado, la confección, el textil, la electrónica, entre otros, pero ahora ya abarcó al siguiente eslabón de la cadena productiva, que es el comercio; ahora son los propios chinos quienes están llegando al país para vender directamente ellos sus productos y ampliar su utilidad,

por lo que su presencia está secuestrando la identidad de las principales ciudades del país, como la Ciudad de México; a este ritmo el llamado 'Barrio Chino' ya no sólo será el polígono de las calles de Independencia, López, Artículo 123 y Victoria, sino todo el Centro Histórico", alertó.

El presidente de CONCOMERCIO dijo que solamente en el Centro Histórico de la Ciudad de México se han identificado más de 80 plazas que funcionan bajo el sistema de Izazaga 89, pero advirtió que el fenómeno ya es nacional, pues en diversas ciudades fronterizas del norte del país o del sureste también han llegado los asiáticos con el mismo sistema que impacta negativamente al mercado interno al ofrecer "baratijas que rápidamente van al basurero".

El activista dijo que la estrategia para revertir este fenómeno debe incluir desde una profunda depuración de las aduanas y puertos mexicanos; inspección en el rubro fiscal, en virtud de que en esas plazas las operaciones comerciales son -en su gran mayoría-, en efectivo para evitar evidencias bancarias que pudiera rastrear el Servicio de Administración Tributaria (SAT); y verificar, sin caer en posiciones xenofóbicas, el estatus migratorio de los dueños y encargados de esos negocios.

"Si vienen a hacer negocios aquí, se debe verificar que paguen impuestos y su estatus migratorio; que generen empleos ante la ley y revisar el origen de los productos que comercializan", afirmó.

López Becerra afirmó que este fenómeno ha tomado tales dimensiones, "que hoy en día, por más absurdo que suene, pero los negocios chinos representan una competencia desleal a la competencia desleal que ya representaba el ambulante al sector formal, pues una bocina, una playera, una serie navideña o un reloj ya es más barato en esas plazas chinas que en los comercios informales; pues ahora los mismos chinos ya venden sus propios productos".

Por su parte, Alberto Vargas presidente del Movimiento Nacional del Comercio Social que agremia a locatarios de mercados públicos denunció que el comercio chino está pasando del comercio al mayoreo al menudeo, instalando ellos mismos tiendas en las inmediaciones de los mercados públicos para quitarles la venta a los mercados públicos sin que ninguna autoridad intervenga.

Incluso, uno de los productos de novedad que hace unos meses comenzó a ser distribuida en México son, lo que ellos denominan "bicicletas eléctricas" que en realidad son motocicletas eléctricas que están circulando sin ninguna restricción y que serán causa de graves accidentes, aseguró Alberto Vargas.

"El problema, es que la plaga de fayuca asiática amenaza principalmente a los países que tienen sistemas frágiles de importación, aduanas corruptibles, una industria nacional empobrecida que no satisface los requerimientos del consumo interno, como la nuestra y consumidores que buscan principalmente artículos baratos sin importar la calidad", remarcó el líder de los mercados públicos.

Por lo anterior, López Becerra hizo votos para que continúen y se fortalezcan los operativos, pues de lo contrario, el famoso operativo contra "Izazaga 89" quedará en una pifia que lejos de enorgullecer y evidenciar el Estado de Derecho en México, será motivo de pena y muestra de ellos es el desplazamiento de los locatarios a otras plazas.

REDES SOCIALES



<https://www.concomercio.org.mx>

@concomerciopeq



Con Comercio Pequeño



concomerciopeque@gmail.com



@concomerciopeq



@concomerciopequeno



5566808211



5530135286

Contacto prensa:



Alejandro Durán
55-3446-7248
Joel Hernández
55-1043-2669