

# La China subterránea

LAS MERCANCÍAS DE ORIGEN CHINO EN EL MERCADO  
INFORMAL DEL METRO



Erick Serna Luna



# Presentación

- ▶ Investigación de tesis para obtener el grado de Doctor en Estudios Urbanos
- ▶ Nivel de avance exploratorio; 2014
  - ▶ Revisión de bibliografía teórica y metodológica
  - ▶ Inmersiones en campo (Notas de campo, material videográfico)
- ▶ Observaciones etnográficas como usuario (líneas 3 y 6)
  - ▶ Observaciones sobre las mercancías que se expenden en vagones y pasillos del STC Metro

# Supuestos de la investigación

- ▶ La venta de mercancías provenientes de China ha transformado cualitativamente el mercado informal del espacio subterráneo de la Ciudad de México.
- ▶ Estrecha conexión entre la presencia de mercancía chinas en el mercado informal, la revolución digital y la “globalización desde abajo”. Es por ello que deduzco que
- ▶ La creación de lazos económicos transnacionales convierte a la informalidad de una “actividad de subsistencia” en una industria global de ingresos incalculables, pero de sustanciales impactos en las economías populares.
- ▶

# Metodología

- ▶ Narrativa urbana: experiencia biográfica y experiencia urbana
  - ▶ Métodos etnográficos debido a la particularidad del fenómeno (Simone, 2004)
- ▶ Observación participante como “usuario”
- ▶ Empleo de herramientas audio-visuales



# Objetivos del trabajo

- ▶ Describir las transformaciones del mercado informal en el STC Metro a partir de la venta de mercancías de procedencia china
- ▶ Mostrar la conexión práctica que existe entre los conceptos de: mercado informal, revolución digital y globalización desde abajo
- ▶ Detallar el impacto que ha tenido la introducción de mercancías chinas en la conformación de la informalidad bajo la ciudad.

# La globalización

- ▶ ...la transformación cualitativa de las relaciones económicas a lo largo del espacio geográfico y no sólo su mera difusión cuantitativa. Esto involucra no sólo un simple, unificado fenómeno, sino, una sintonía de procesos y actividades (...) La globalización, por lo tanto, no es un inevitable “estado final”, aunque, es un complejo, indeterminado conjunto de procesos operando muy irregularmente en el tiempo y el espacio. Como un resultado de esos procesos, la naturaleza y el grado de interconexión entre diferentes partes del mundo es un continuo flujo (Dicken, 2011: 8).

# Las cadenas de mercancías

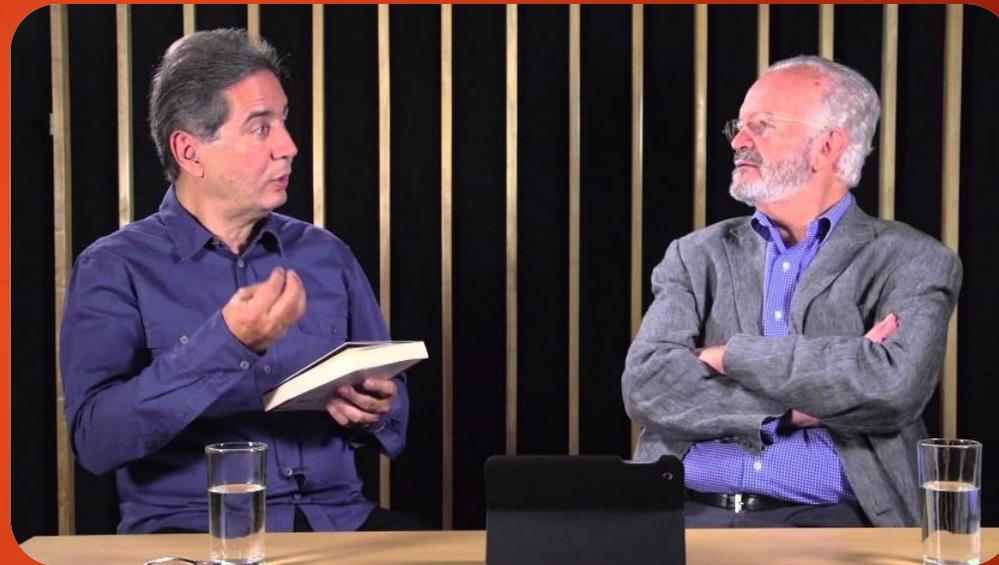
- ▶ “Las cadenas globales de mercancías, se enfocan en el valor de la creación, distribución y control con las redes transicionales, las cuales se extienden en una cadena de nodos desde la explotación de las materias primas, el procesamiento primario, en sus diferentes fases, los servicios y el proceso de manufactura, hasta el consumo final y las disposiciones de los residuos” (Brown, et., al, 2010: 18)

# La importancia de China en la globalización y las cadenas productivas

- ▶ Construcción de los flujos globales de mercancías, desde su incursión a la economía mundial en 1979,
- ▶ Incorporación a los “BRIC´s
- ▶ Crecimiento anual constante estimado del 10% por año (Gava y Sarti, 2015: 63)
- ▶ Incremento en la producción y exportación de manufacturas año (Gava y Sarti, 2015: 63)
- ▶ Imponente crecimiento industrial
- ▶ Urbanización acelerada
- ▶ Gran cantidad de mano de obra disponible
- ▶ Segunda nación con más tratados con Latinoamérica y el tercer mayor inversor en la región (Yang, 2015: 73)
- ▶ Intervención de las inversiones del Estado chino, de las industrias chinas y de las instancias casi-gubernamentales (Yang, 2015).

# La globalización desde abajo

- ▶ Respuesta de integración a la “globalización hegemónica” (económica-social y cultural)
- ▶ Acuerdos de permisión y corrupción con los “Estados emergentes”
- ▶ Forma de economía de “subsistencia”
- ▶ Creación de flujos comerciales (Asia-Africa-AL)
- ▶ Creación de mercados informales en los espacios urbanos



# El fenómeno “Hecho en China”

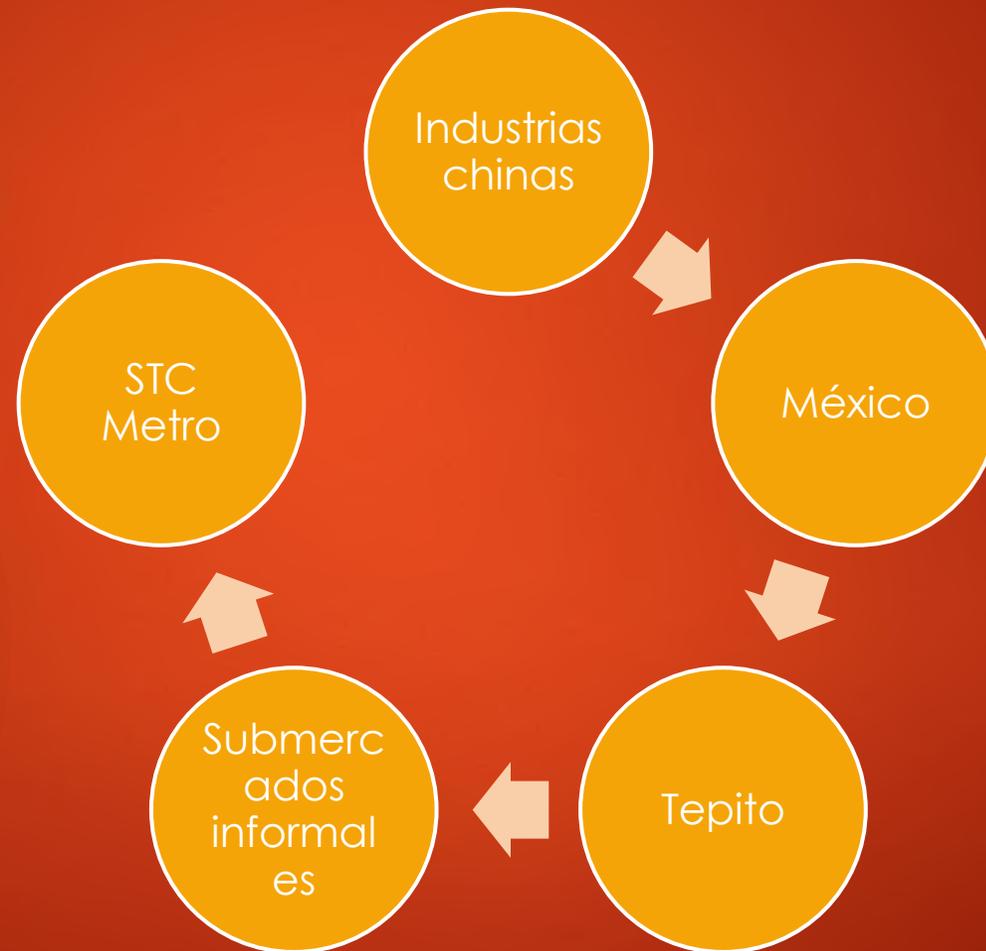
- ▶ El fenómeno “Hecho en China” ha llegado a los espacios urbanos de América Latina y transformado la naturaleza legal de las mercancías disponibles en las calles y los mercados populares, y en las redes de distribución en las que participan los vendedores (...) El transporte y la importación están en manos de empresarios chinos transnacionales que organizan los circuitos comerciales entre China y América Latina (...) En las calles, los vendedores comercian productos que contravienen el orden legal y demuestran lo ambiguo del impacto de la globalización de las economías callejeras de las ciudades latinoamericanas (Aguiar, 2015: 89).

# Las cadenas productivas de mercancías informales: China-Brasil



Pinheiro, 1998

# Cadenas productivas de mercancías informales: China-México



# EL STC DE LA CIUDAD DE MÉXICO

- ▶ Decreto 29 de abril de 1967  
inauguración 4 de septiembre de  
1969
- ▶ Según cifras del 2014: 195 estaciones;  
12 Líneas, transportó a 1,614 millones  
333 mil 594 usuarios
- ▶ Destinado a la transportación y  
movilidad de las personas y las  
mercancías
- ▶ Navarro (2014) valor de la inversión  
en material rodante, estaciones,  
túneles y demás infraestructura que  
componen la red del transporte  
subterráneo: 2010, de 116 441  
millones, de pesos constantes a 2003.



# Proceso histórico-estructural de la informalidad en STC Metro



# Estado del conocimiento

- ▶ Costes, Laurence (1988), “Les commercants du métro parisien. Essai d’anthropologie urbaine”
- ▶ Graziano, Maria Florencia, (2005) “¿Prácticas laborales o prácticas mercantiles de la mendicidad? Los vendedores ambulantes/mendigos del subte de la ciudad de Buenos Aires”
- ▶ Pérez, Trejo, Hugo (2013), Economía subterránea en el subterráneo: estudio de caso de la línea 2 del metro de la ciudad de México (Tasqueña-Cuatro Caminos)
- ▶ Ruíz de los Santos, Sandra, Rosalía (2011) “La identidad y acción colectiva en los vagoneros del metro”

# Proceso histórico-estructural de la informalidad en CD Méx



# La globalización desde abajo

- ▶ La globalización desde abajo puede prosperar donde el Estado tiene menos capacidad o voluntad de regular, ya sea desde un punto de vista sanitario (preparación y distribución de alimentos en lugares públicos), desde un punto de vista espacial (mercancías que se venden al menudeo en lugares prohibidos, como en las calles de las ciudades o en el transporte público), o desde un punto de vista fiscal (la venta al menudeo de productos manufacturados en empresas que no pagan sus impuestos, que fueron introducidos de contrabando o que han sido pirateados (...)) (Mathews y Alba, 2015: 40).

# Economías informales en el subterráneo

**Venta de mercancías formales:** productos de marcas reconocidas, de empresas formalmente constituidas que, se expenden en trenes y pasillos a un menor costo, pues su calidad está próxima a expirar. Este submercado se conceptualiza como “economía gris”.

**Venta de mercancías de origen asiático (Chino):** Éstas se adquieren, regularmente, en el gran mercado de Tepito. Estas mercancías podrían dividirse en: i) manufacturas de artículos varios de mediana calidad (cortaúñas, llaveros, correas, etc.) ii) mercancías producidas por las “necesidades digitales” (audífonos, micas para celular, plumas, etc.)

**Venta de mercancías audibles apócrifas:** Constituido principalmente por la venta de discos apócrifos, de música, video y programas, este submercado es muy importante pues, además de relacionarse con la producción de mercancías en otros mercados “ilegales”.

**Venta de mercancías de las pequeñas empresas:** Venta de mercancías comestibles o productos imperecederos que se producen en las pequeñas industrias locales legalmente constituidas, o no.

**Economías morales-emocionales:** Mendicidad: pura, artística, intimidatoria o comercial

**Economías estético-artísticas:** Trovadores, poetas, magos, malabaristas, cuentistas.

# Mercancías “digitales” de origen Chino



# Venta de mercancías en los vagones



Batería de energía

# Venta de mercancías en los vagones



Memoria Kingston

# Conclusiones

- ▶ El crecimiento de la economía China tiene una innegable presencia en las ambas versiones de la globalización, hegemónicas y “desde abajo”
- ▶ El avance de las cadenas productivas de mercancías informales ha transformado cualitativamente el mercado informal del STC Metro
- ▶ El mercado de mercancías informales de Metro tiene una relación estrecha con la creación de necesidades digitales
- ▶ Es necesario sistematizar la información etnográfica a efecto de tener, al menos, una aproximación del peso de las mercancías de origen China en el mercado de la oferta y la demanda informal bajo la ciudad

# Contacto

▶ [sernalerick@gmail.com](mailto:sernalerick@gmail.com)

▶ [eserna@colmex.mx](mailto:eserna@colmex.mx)

▶ MUCHAS GRACIAS