



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

TRABAJO DE REVISIÓN (ENSAYO)

MARTHA CASTRO MORENO

8600856

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE COMERCIO INTERNACIONAL  
TRABAJO DE REVISIÓN (ENSAYO) – OPCIÓN DE GRADO  
SEMINARIO DE GRADO  
BOGOTÁ D.C, SEPTIEMBRE  
2016



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

COMO AFECTA EL INGRESO DE COMERCIANTES CHINOS AL SECTOR DE LAS CONFECCIONES Y TEXTILES EN EL SECTOR DE SAN VICTORINO EN BOGOTA D.C. ?

***Ensayo presentado Para Obtener El Título De Especialista en Gerencia en Comercio Internacional***

***Línea de Investigación: Grupo de Estudios Macroeconómicos. Demografía y Economía Laboral***

MARTHA CASTRO MORENO  
CODIGO 8600856

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE COMERCIO INTERNACIONAL  
TRABAJO DE REVISIÓN (ENSAYO) – OPCIÓN DE GRADO  
SEMINARIO DE GRADO  
BOGOTÁ D.C, SEPTIEMBRE  
2016

## RESUMEN

El presente documento tiene como objetivo analizar las consecuencias económicas y sociales que están afectando a los comerciantes nacionales en el Sector de San Victorino, especialmente en el Centro Comercial El GranSan, de Bogotá D.C. por el ingreso de comerciantes chinos que venden productos del sector textil y de confecciones.

Para conseguir identificar esos impactos económicos y sociales que se han implantado en los comerciantes de tradición en este sector, se acudió a la metodología cualitativa utilizando como herramienta de recolección de datos la entrevista, con respuesta abierta, a una muestra de diez (10) comerciantes nacionales ubicados dentro del centro comercial El GranSan, la cual representa aproximadamente el 1.4% de los 700 locales existentes, donde se analizaron las siguientes variables:

1. Precios de las principales prendas de vestir que se comercializan
2. Precio de arriendo y venta de los locales comerciales
3. Preferencias de consumo del comprador final

El sector de San Victorino, especialmente el mercado de “El Madrugón” es un punto de venta netamente nacional muy codiciado por los dragones asiáticos, pues las ventas son por volumen a un precio económico, donde la mayoría de las transacciones se realizan en efectivo. Los inmigrantes chinos pretenden adquirir la posesión del mercado mediante la compra o alquiler de locales comerciales para así ejercer el monopolio dentro del sector, pues compran o

arriendan locales pagando hasta cuatro o cinco veces el valor comercial usual, además de vender los productos a un precio inferior frente al productor nacional.

La mayoría de los negocios en este sector pertenecen a microempresarios, empresas familiares o madres cabeza de hogar y se han establecido desde hace más de 15 años, los cuales en la actualidad están en peligro de desplazamiento a raíz de la competencia desleal.

### **ABSTRACT**

The purpose of this document is to analyze the economic and social consequences that are affecting domestic traders in San Victorino sector, especially in the Centro Comercial "El GranSan", Bogota D.C. by traders selling Chinese textile products and apparel.

To identify those economic and social impacts that have been implanted in tradition traders in this sector, I have come to the qualitative methodology used as data collection tool interview with open answer to a sample of ten (10) domestic traders located inside the mall "El GranSan", which represents approximately 1.4% of the 700 existing commercial locals, where the following variables were analyzed:

1. Prices of the main clothing sold
2. Price of lease and sale of business locals
3. consumer preferences of the final buyer

The San Victorino Sector, especially the market for "El Gran Madruga" is a selling site where only domestic products are sold and this market is hit by Asian dragons, as sales are by volume at a low price, where most of sales are made in cash.

Chinese immigrants seeking to acquire possession of the market by buying or renting business locals in order to establish a monopoly in the sector, as buy or local lease paying up four or five times the usual commercial value, in addition to selling products at a price lower against the domestic merchant.

Most businesses in this sector belong to entrepreneurs, family businesses or single mothers and have been established for over 15 years, which today are at risk of displacement as a result of unfair competition.

Key Words: Immigrant, premium or goodwill , money laundering , unfair competition, safeguard , smuggling , tariffs, specific tariff , threshold, currency , value statement , plagiarism, satellite operation , monopoly , housing bubble.

## INTRODUCCION

Los pequeños microempresarios del Centro Comercial El GranSan se están sintiendo muy afectados por la continua llegada de comerciantes chinos al sector de San Victorino, pues temen ser completamente desplazados por los orientales que buscan ejercer el monopolio y adueñarse del sector a como de lugar.

Las principales consecuencias son económicas y sociales, ya que este sector genera mas de 60 mil empleos, en su mayoría informales que están en posesión de de microempresarios, empresas familiares y madres cabeza de hogar. El principal Mercado se denomina “El Madrugón”, en el centro comercial El GranSan, el cual se lleva a cabo los días miércoles y sábados desde las 04:00 a.m hasta las 10:00 a.m.; alberga más de 5 mil familias confeccionistas y emprendedoras y logra transacciones anuales por un valor de 150 millones de dólares, en su mayoría en efectivo y al menudeo por ventas al por mayor y al detal.

Para lograr evidenciar la problemática económica y social de este sector, se realizó una entrevista cualitativa con diez (10) preguntas de respuesta abierta a una muestra de diez (10) comerciantes nacionales de los casi 700 locales comerciales que están ubicados dentro del centro comercial El GranSan con el objetivo de escuchar sus opiniones y percepciones sobre el precio del alquiler y venta de los locales comerciales, el precio de las prendas de vestir y su notable disminución en las ventas diarias, la intención de los asiáticos en el sector y las preferencias del comprador final respecto de los productos chinos frente a los de fabricación nacional.

## 1. DELIMITACION DEL PROBLEMA

El sector de San Victorino, específicamente el Comercio de las confecciones y los textiles ha venido siendo afectado por la llegada de comerciantes asiáticos que buscan hacer su negocio y adquirir el monopolio del lugar.

La discusión en este sector tiene diferentes puntos de vista. Los asiáticos inicialmente se enfocan en analizar como funciona el negocio realmente, cuánto deben invertir en la compra de las bodegas o locales comerciales, cual es el perfil del comprador final y qué impuestos deben pagar al gobierno para así desplazar a los comerciantes nacionales. Una de las estrategias de negocios utilizadas es el pago de muy buenos arriendos por adelantado a propietarios colombianos; así como altas sumas de dinero por la acreditación del local comercial y compra de bienes inmuebles a precios muy superiores al mercado inmobiliario del sector.

De otra parte, las prendas de vestir y textiles que venden son a precios muy bajos, sin embargo afirman que no están haciendo competencia desleal, ya que difieren frente a los nacionales a la hora de comprar en el país oriental; pues mientras un asiático, por la facilidad de su idioma, compra directamente a los fabricantes saldos de remate a muy buen precio, los colombianos adquieren sus productos en ferias comerciales y a través de intermediarios incrementando sus precios de compra.

Otra razón es que casi no cierran sus negocios, sus locales están abiertos 365 días al año pues los dueños se rotan entre sí para descansar.

Los nacionales, en su mayoría microempresarios o madres cabeza de hogar que trabajan en la confección de prendas de vestir mediante operación satélite, están preocupados porque sus ventas han disminuido notablemente; sin embargo son conscientes que deben competir con productos de alta calidad y sensibilizar a sus compatriotas mediante campañas publicitarias transmitiendo que sus productos nacionales tienen un valor agregado para lograr así un cambio en las preferencias de consumo del comprador.

A pesar que el gobierno nacional realiza actividades y redadas en contra del contrabando, la evasión de impuestos y el lavado de activos, controles que son insuficientes para minimizar el efecto de este problema, es importante analizar de que forma la llegada de los chinos ha afectado las practicas comerciales de confecciones y textiles en el sector de San Victorino así como el precio por metro cuadrado de los locales comerciales y las preferencias de consumo del usuario final.

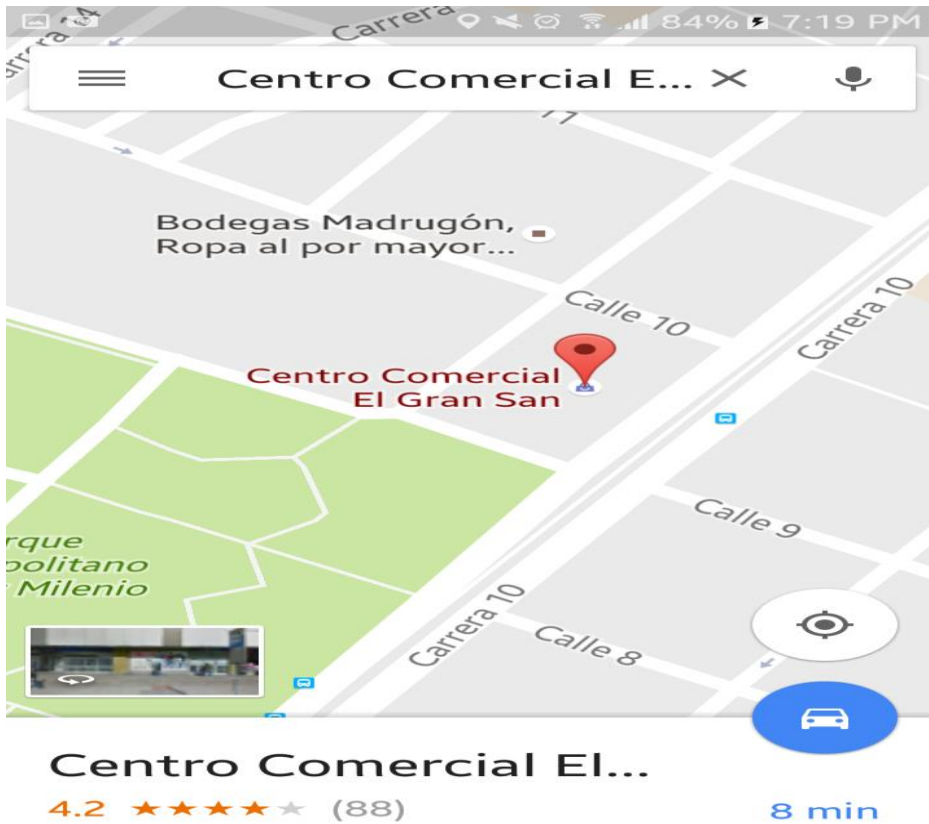
## **2. DESCRIPCION DEL SECTOR**

San Victorino es una plaza comercial que se ubica entre la carreras 10 y 12 con calles décima y doce del Centro de Bogotá desde hace más de 20 años. Se venden especialmente artículos del hogar, papelería, juguetes y en especial prendas de vestir.



## 2.1 PRINCIPAL MERCADO “EL MADRUGON”

**Imagen 1: Ubicación de las bodegas “El Madrugon” en el Centro Comercial El Gran San**



Fuente: Pagina Web “El GranSan” año 2016. Bogotá, Colombia

[www.elgransan.com](http://www.elgransan.com)

## Imagen 2: Ubicación del Centro Comercial El Gran San



Fuente: Pagina Web “El GranSan” año 2016. Bogotá, Colombia  
[www.elgransan.com](http://www.elgransan.com)

El mercado “El Madrugón” esta ubicado entre las calles 9 y 10 y dentro del centro comercial “El GranSan”, es un modelo de negocio que opera en Bogotá desde hace 15 años; abre sus puertas los miércoles y sábados desde la 4 am hasta las 10 de la mañana. En días normales maneja un público de más de 20 mil personas y de 200 mil en Diciembre. Alberga más de 5 mil familias confeccionistas y emprendedoras, generando empleo a más de 60 mil personas y logra transacciones anuales por un valor de 150 millones de dólares, se paga en efectivo y al menudeo, no se usan tarjetas de crédito.

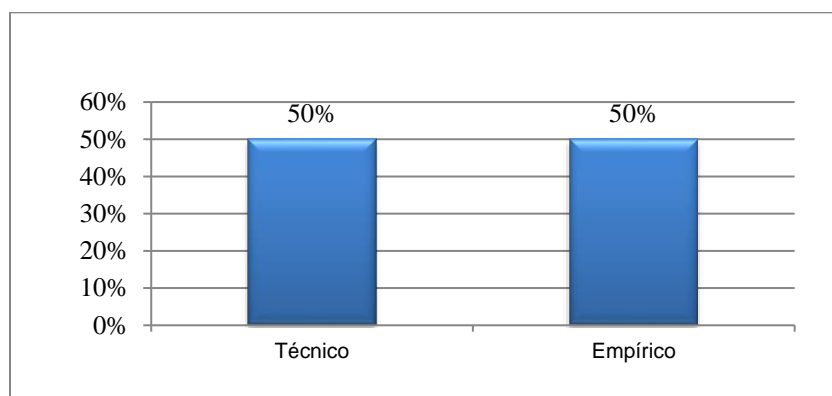
Un puesto de trabajo en el madrugón se alquila o se compra y solo se tiene derecho de usarlo los miércoles y los sábados, excepto del 10 al 31 de diciembre que su uso es diario; su valor de venta esta alrededor de los 15 millones y se paga por ocho mercados al mes. El arriendo vale aproximadamente de 300 a 600 mil pesos al mes, según su ubicación.

## **2.2 PERFIL DEL COMERCIANTE**

Los comerciantes en general no poseen un nivel educativo muy alto, sin embargo, manejan a la perfección sus negocios y son muy buenos emprendedores, en gran porcentaje son empíricos o máximo con un grado de educación de Tecnólogo. La mayoría de comerciantes son microempresarios, madres de cabeza de hogar o negocios familiares que confeccionan y también comercializan, lo cual facilita que todos los miembros tengan el mismo conocimiento del negocio y el gran interés por convertirlo en su unidad de sustento.

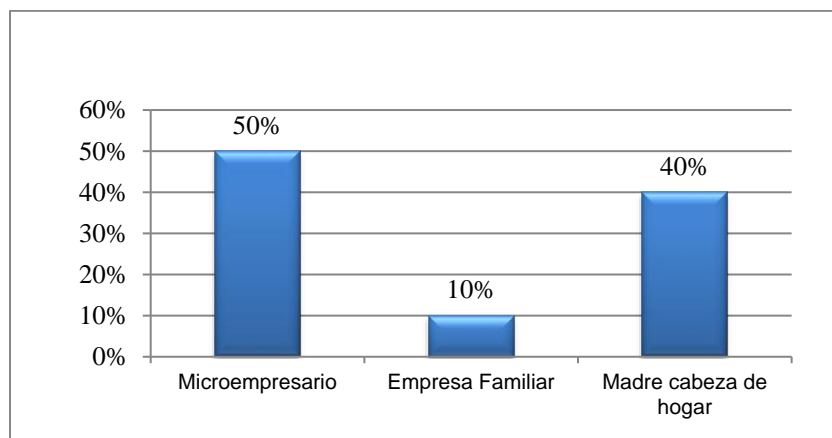
En las siguientes graficas se refleja el nivel educativo de los comerciantes y la unidad de negocio que desarrollan:

Figura 1: Nivel educativo de los comerciantes del sector



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con entrevistas realizadas a los comerciantes del sector

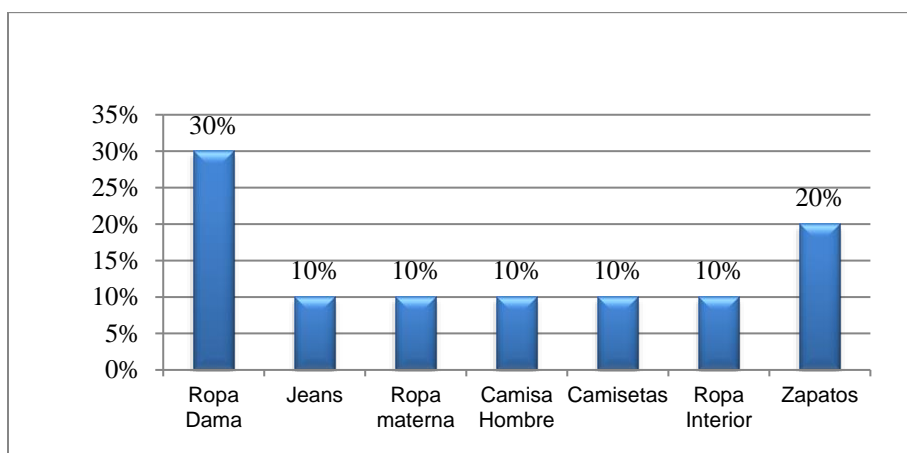
Figura 2: Tipo de Empresa del Comerciante



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con entrevistas realizadas a los comerciantes del sector

Los principales productos que se venden son prendas de vestir para dama, caballero, jeans, ropa interior y línea infantil. En la siguiente gráfica se puede observar una muestra de las principales prendas de vestir que se comercializan en el Centro Comercial El GranSan y su participación dentro del mercado:

Figura 3. Principales Productos que se venden en el Centro Comercial “El GranSan”



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con entrevistas realizadas a los comerciantes del sector

### 3. LOS OJOS ASIATICOS SOBRE EL MADRUGON

La meta de los chinos es apoderarse del Mercado “El Madrugón” y el Centro Comercial “El GranSan” e imponer el monopolio; es así como por ejemplo un local comercial que vale aproximadamente \$250 millones, están dispuestos a pagar hasta \$800 millones, así sus productos sean a un costo inferior, pues pretenden obtener

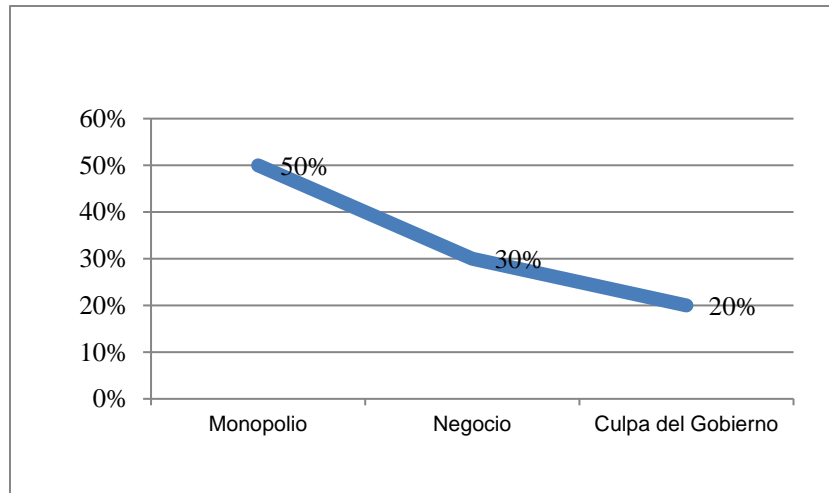
un margen de negocio menor pero con ventas a grandes volúmenes. Respecto a los locales en arriendo, pagan hasta dos años de arriendo por adelantado.

El pago de la prima del local es lo que más vale. Esta prima o Goodwill se refiere a la reputación del negocio, es decir la diferencia entre el valor de los activos y el valor del negocio. En este sector hay primas hasta de \$500 millones, pero ahora los chinos pagan primas por encima de \$1.000 millones.

Durante la entrevista llevada a cabo a los pequeños empresarios nacionales se evidenció que el 50% opinan que la intención de los orientales es monopolizar el mercado, pues aseguran que desde que las mercancías salen del país de origen ya tienen un margen del 13% adicional; otros piensan que es el negocio de las prendas de vestir lo que les interesa y unos pocos opinan que la culpa es del gobierno nacional, ya que no ha fijado las políticas claras para que tanto los comerciantes extranjeros y nacionales compitan en igualdad de condiciones empresariales, además de permitir el ingreso de los asiáticos a trabajar con visas de turismo en el sector.

De otra parte, los chinos aseguran que el margen que obtienen los nacionales es muy alto y que deben aceptar la competencia libre como se da en otros países.

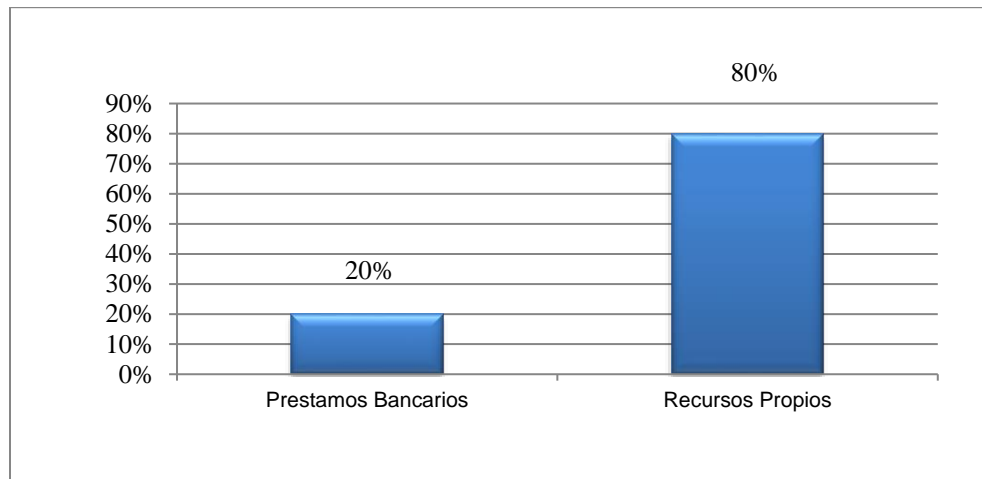
Figura 4. Intención de los Asiaticos en el Sector



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con entrevistas realizadas a los comerciantes del sector

En el Centro Comercial “El GranSan” solo permiten vender mercancía de fabricación nacional, se perciben lazos de unión entre los nacionales y se observan campañas publicitarias para comprar “solo colombiano”. Respecto a las fuentes de financiación de sus negocios se pudo constatar que el 80% de los comerciantes invierten sus recursos propios y el producto de las ventas diarias en la confección y comercialización de sus prendas de vestir mientras algunos pocos acuden a las entidades financieras, pues la mayoría de los casos son negocios familiares de tradición.

Figura 5: Fuentes de Financiación de los comerciantes



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con entrevistas realizadas a los comerciantes del sector

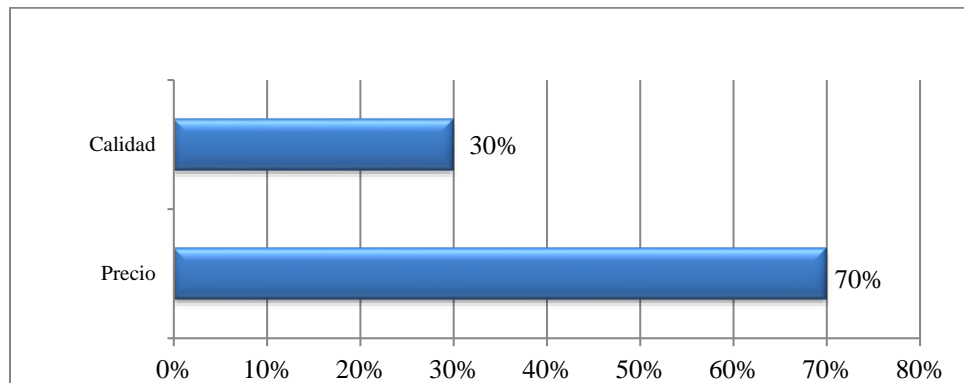
#### **4. EL PEQUEÑO EMPRESARIO CONFECCIONISTA, UNO DE LOS MAS AFECTADOS**

A pesar que los diseños, la confección y la calidad de las prendas fabricadas en Colombia se han posicionado en el mercado nacional a través de los años, la competencia de los productos chinos es cada vez más fuerte. El precio es el elemento mas relevante, pues estos productos ingresan a un precio mínimo, y en la mayoría de los casos el valor declarado en aduana no cubre ni el empaque y mucho menos las materias primas utilizadas.



El 80% de los comerciantes nacionales opinan que los productos son de muy baja calidad y a precio de “huevo”. Es por esta razón que el consumidor final en la mayoría de los casos prefiere el precio que la calidad:

Figura 6: Preferencias del consumidor final



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con entrevistas realizadas a los comerciantes del sector

Los problemas evidenciados en el sector son las importaciones masivas, el contrabando y el lavado de activos, los cuales además de golpear a la industria manufacturera nacional generan disturbios de orden público, protestas, distorsiones en el mercado nacional, dificultades económicas para los microempresarios, cierre de pequeños negocios familiares, disminución en las ventas y bajos o negativos rendimientos en la comercialización de las mercancías.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que los nacionales expresaron su inconformismo frente a la competencia china una vez evidenciaron que los productos importados directamente por los asiáticos eran vendidos a un precio inferior que los que ellos mismos ingresaban al país provenientes del mismo país de origen, pues el margen de ganancia que esperaba obtener el oriental era menor

a la utilidad que tenían en mente los nacionales al vender los mismos productos chinos. El inicio del negocio se originó por el voz a voz cuando algunos nacionales que viajaban al país asiático a comprar mercancía, manifestaron a los mismos extranjeros que la venta de prendas de vestir era rentable y por lo tanto una oportunidad de emprendimiento; de esta manera los chinos se sintieron cautivados por este mercado e iniciaron sus primeros contactos.

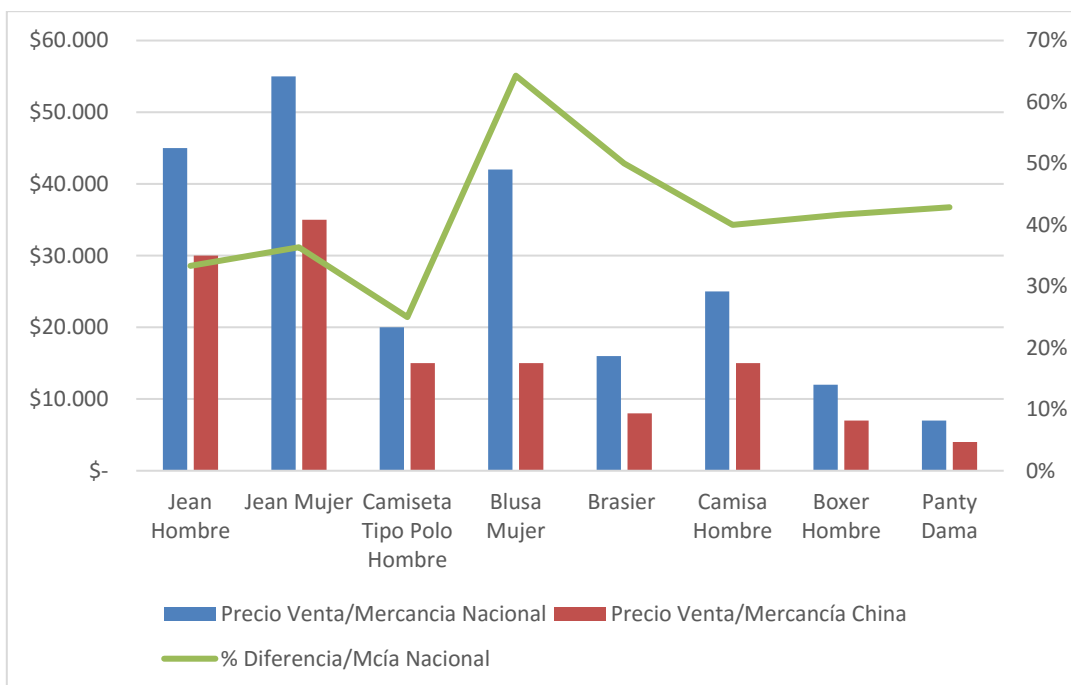
A continuación se pueden comparar los precios de algunas prendas de vestir que se venden en el Centro Comercial “El GranSan” frente a los precios de mercancías chinas vendidas por los asiáticos en los locales y bodegas ubicadas en la Carrera 11 entre calles 10 y 11, las cuales están muy cerca del centro comercial donde solo se oferta mercancía de producción nacional:

**Tabla 1: Precios de venta de las principales prendas de vestir**

<b>Producto</b>	<b>Precio Venta/Mercancia Nacional</b>	<b>Precio Venta/Mercancía China</b>	<b>% Diferencia/Mcía Nacional</b>
Jean Hombre	\$ 45.000	\$ 30.000	33%
Jean Mujer	\$ 55.000	\$ 35.000	36%
Camiseta Tipo Polo Hombre	\$ 20.000	\$ 15.000	25%
Blusa Mujer	\$ 42.000	\$ 15.000	64%
Brasier	\$ 16.000	\$ 8.000	50%
Camisa Hombre	\$ 25.000	\$ 15.000	40%
Boxer Hombre	\$ 12.000	\$ 7.000	42%
Panty Dama	\$ 7.000	\$ 4.000	43%
	<b>PROMEDIO</b>		42%

Fuente: Elaboración Propia basado en los precios cotizados en el sector

Figura 7: Precios de venta- Prendas de Vestir



Fuente: Elaboración Propia basado en los precios cotizados en el sector

Como se puede observar, los precios de las prendas de vestir son en promedio un 42% más económicos que los productos colombianos, pero al detallar sus materias primas como son el tipo de tela, hilos, algodón, son de una calidad inferior al producto nacional, sin embargo los comerciantes nacionales expresan en su mayoría que al consumidor final en muchos de los casos le interesa más el precio que la calidad, pero la decisión de compra depende del tipo de comprador, su nivel de ingresos, educación y tipo de prenda que van a adquirir.

En algunos locales comerciales de propiedad de los asiáticos que están ubicados alrededor del Centro Comercial "El GranSan", se evidencia que los vendedores son colombianos contratados por los orientales temporalmente mientras los extranjeros adquieren mayor dominio del idioma español, conocimiento de la cultura del

consumidor nacional y experiencia en las negociaciones. Una vez los chinos adquieren esta experticia, el empleo informal de los nacionales es descartado y los dueños operan directamente su negocio. En el sector, especialmente sobre los negocios chinos que se ubican sobre la Carrera 11 con Calle 10, se observan señales dejadas por los disturbios públicos como locales pintados en sus puertas de entrada y se siente un ambiente de hermetismo y desconfianza de los asiáticos, pues es muy difícil dialogar con ellos y está restringido entrevistar o investigar a estos ciudadanos, los cuales según información de los nacionales están muy bien protegidos por compañías de seguridad privada.

Entre las solicitudes de los nacionales al gobierno está que las autoridades impongan medidas de protección a la industria nacional de confecciones y textiles, compensaciones tributarias, mejores condiciones financieras y mayor accesibilidad a créditos.

## **5. LA BURBUJA INMOBILIARIA CREADA POR LOS DRAGONES**

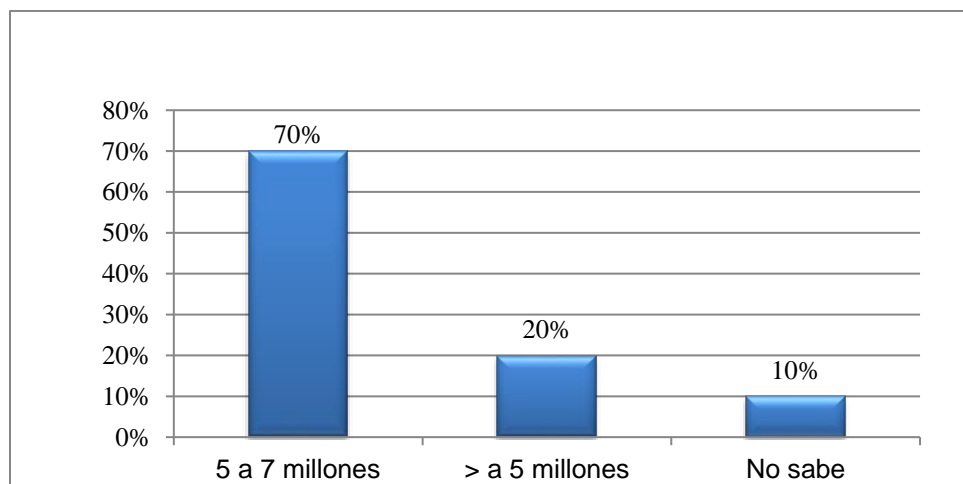
El negocio de la compraventa o alquiler de los locales en el Sector de San Victorino está a precios muy elevados; los chinos no son conscientes de los efectos inflacionarios que la compra o alquiler de los locales puedan generar y el gobierno ni ninguna entidad inmobiliaria los puede controlar.

Estos precios tan altos podrían llegar a generar un efecto domino cuando los inmigrantes chinos sean obligados por las autoridades colombianas mediante la incautación de mercancía de contrabando o simplemente el hallazgo de orientales ilegales, a abandonar el sector ya que la oferta de locales sería mayor a la demanda

y los propietarios enfrentarían la problemática de vender o arrendar sus locales a precios muy inferiores a los ya acostumbrados.

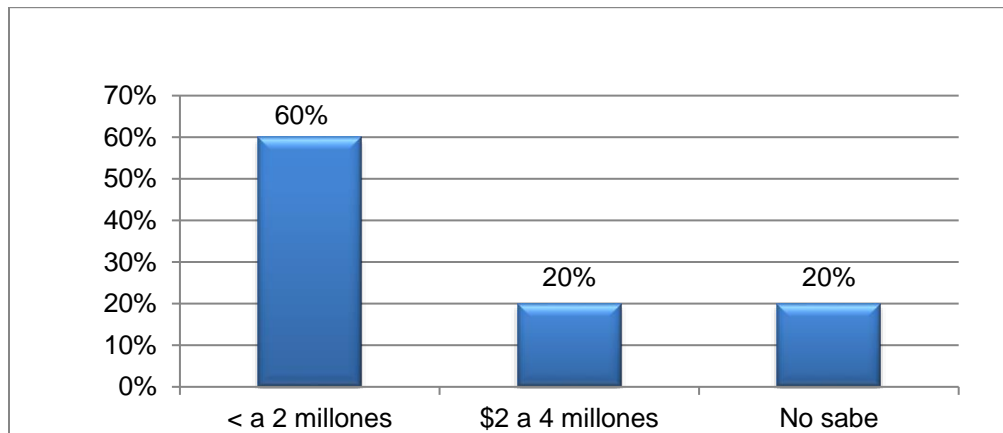
A continuación se puede observar el criterio de los colombianos sobre el precio de alquiler y venta de los locales comerciales al año 2016 frente a lo que se cotizaban estos mismos inmuebles hace cinco años:

Figura 8: Precio de arriendo de los locales comerciales/ año 2016



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con entrevistas realizadas a los comerciantes del sector

Figura 9: Precio de arriendo de locales comerciales (año 2011)

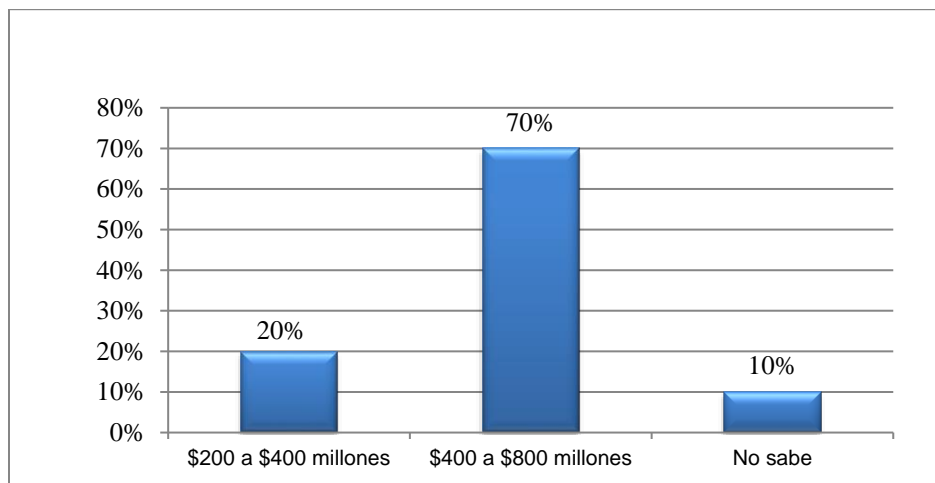


Fuente: Elaboración propia de acuerdo con entrevistas realizadas a los comerciantes del sector

Si se comparan los niveles inferiores de rangos, se puede deducir que entre el 60% y 70% de los microempresarios piensan que los precios de los arriendos han tenido aproximadamente un incremento anual del 30%, lo cual es muy superior al porcentaje del IPC autorizado anualmente por el Gobierno nacional.

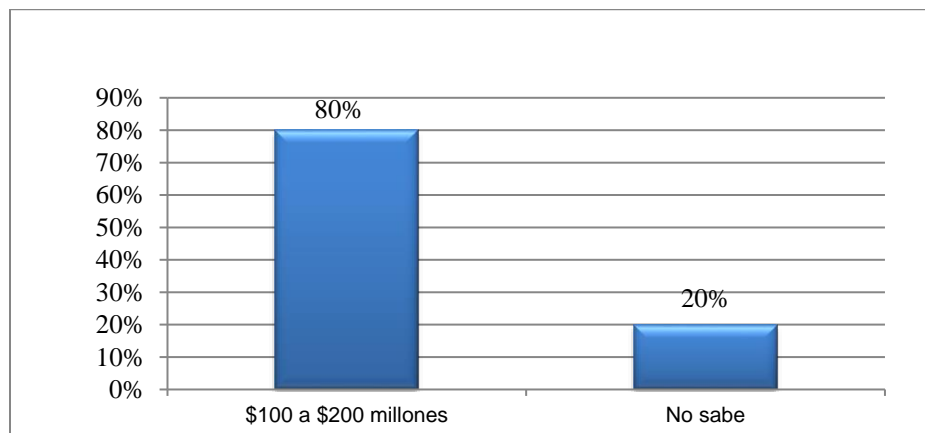
Si se analizan los precios de venta de los locales comerciales, la burbuja inmobiliaria generada es mucho mas preocupante ya que se evidenció que el 70% de los comerciantes opinan que estos precios han subido aproximadamente en un 60% anual según se puede observar en los siguientes gráficos:

Figura 10: Precio de venta de los locales comerciales (año 2016)



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con entrevistas realizadas a los comerciantes del sector

Figura 11: Precio de venta de los locales comerciales (año 2011)



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con entrevistas realizadas a los comerciantes del sector

## **6. LOS SALVAVIDAS DEL GOBIERNO DEBEN SER MAS EFECTIVOS**

### **El control al Contrabando**

La Policia Fiscal y Aduanera (Polfa), realiza continuos operativos a las bodegas comerciales, especialmente a aquellas que están localizadas sobre la carrera 9 entre calles 11 y 13, buscando atacar el contrabando y de esta forma ayudar a los confeccionistas o pequeños empresarios de San Victorino a garantizar que exista una competencia justa entre las compañías legalmente constituidas; sin embargo los comerciantes nacionales perciben que las redadas no han sido lo suficientemente efectivas y que los extranjeros están protegidos por las mismas autoridades cuando realizan el ingreso y descargue de los contenedores durante altas horas de la noche y parte de la madrugada de Domingo a Martes y son almacenados en las bodegas chinas del alrededor del sector.

Los comerciantes del centro se reúnen en mesas de trabajo quincenales con las autoridades para compartir información que ayude a atacar los centros de contrabando y hacen uso de las tecnologías de información y redes sociales para publicar los disturbios, noticias y actividades que se desarrollan en el sector.

Respecto de la legislación comercial, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), en Enero del 2013 expidió el Decreto 74 que realizó una modificación parcial del Arancel de Aduanas, como una medida de apoyar la industria textil y la del calzado para así poder competir con las importaciones a bajo costo.



Esta norma estableció un arancel Ad Valorem del 10% y uno Específico de USD5 por kilo, para las importaciones relativas a las prendas y complementos de vestir, de punto. Actualmente, con el fin de ampliar por dos años más la protección al sector, el Gobierno expidió el Decreto 456 del 28 de febrero del 2014, que estableció un umbral de USD10 por kilo relacionado con el valor FOB en el momento de la importación de los textiles y las confecciones. Si el precio de la mercancía está por debajo del umbral, se aplican los aranceles como se habían establecido en el Decreto 74 del 2013; pero si están por encima del umbral, el gravamen a los textiles y las confecciones será del 10% más USD5 por kilo

Sin embargo los comerciantes opinan que estas medidas no solucionan el problema de competitividad del sector textilero en el largo plazo y por el contrario podría estimular el contrabando.

### **Control cambiario y aduanero para evitar el lavado de activos**

La otra gran incógnita es como estos chinos están ingresando las divisas al país y si las están declarando? Donde está la presencia del gobierno en el lavado de activos?

Es fundamental que se trabaje exhaustivamente en controlar el ingreso de divisas al país por los viajeros orientales, pues el régimen colombiano permite ingresar hasta USD10,000 por pasajero, pero tal vez no se controla de manera estricta cuantos ciudadanos chinos ingresan dinero haciendo uso de esta normatividad y en cuanto tiempo y cuantas veces salen y regresan al país realizando la misma operación. Así mismo, debe vigilarse de manera conjunta con el Gobierno Asiático

para evitar las importaciones ilegales y la no canalización de divisas, lo cual minimizaría el enorme peligro que para la industria colombiana representan las importaciones de textiles y confecciones originarias de China a unos precios, no solamente sospechosos, sino ridículamente bajos. Por ejemplo, es difícil entender como pueden declarar y nacionalizar ante los funcionarios de aduana, brasieres a 130 pesos por unidad, o suéteres a 1.000.

El tema de precios a los cuales se declaran las prendas importadas y el potencial lavado de activos que se evidencia en esta situación, es un problema que se debe fiscalizar, pues las divisas que pagan las importaciones no pasan por el sistema financiero colombiano, pero si enriquecen a las empresas chinas independientemente de la eventual operación de lavado. Las declaraciones de valor que son obligatorias del régimen aduanero cuando la importación vale más de USD5,000, no son reales y transparentes, lo cual fomenta el lavado de activos y contamina el Comercio internacional con China. Es importante avanzar hacia un acuerdo aduanero con China que cubra el tema de lavado de activos y el tráfico de viajeros, pero mientras tanto se requiere rigurosa vigilancia del Estado.

### **Levanta la mano y ayúdale al Colombiano**

Detener el comercio con este gigante es muy complicado, pues existen intereses políticos y comerciales de ambos países. Lo que debe hacer el gobierno es garantizar que todos los comerciantes tengan las mismas reglas de juego frente a temas legislación laboral y comercial, frenar el contrabando, la subfacturación de productos, controlar la evasión de impuestos y el ingreso de asiáticos y divisas al país.

Al visitar el Centro Comercial “El GranSan” se observa que en todos los locales comerciales exhiben campañas publicitarias que invitan a los compradores a adquirir el producto colombiano además de existir un grado de hermandad y fraternidad entre los nacionales.

Imagen 3: Campaña publicitaria – Compre al Colombiano



Fuente: Propia

Debido a que el centro comercial es un bien de propiedad horizontal, los comerciantes han acordado entre sí, no vender ni alquilar locales a los asiáticos; sin embargo, las opiniones están divididas ya que los dueños de los locales del segundo y tercer nivel se quejan de las bajas ventas y los altos costos administrativos, por lo cual tienen la tendencia de vender sus propiedades a los extranjeros pues el negocio ya no es rentable y son conscientes del alto precio que pagan los orientales al adquirir o rentar los inmuebles.

También expresan que el Gobierno Nacional es en gran parte el ente culpable de la situación que se presenta en el sector, ya que no controla el ingreso de los asiáticos

al país y opinan que la visa de trabajo no es exigida pues los orientales que laboran en el sector en su mayoría tienen visa de turismo. Además, opinan que para el Gobierno es más favorable que los extranjeros ingresen al país ya que dejan gran cantidad de divisas a corto plazo, pero los comerciantes sí dimensionan que están generando desempleo y desplazamiento a largo plazo.

Continuamente se presentan enfrentamientos entre nacionales y asiáticos por la competencia desleal y los operativos que realiza la Policía Fiscal Aduanera, pero los propietarios nacionales expresan que los extranjeros contratan servicios de empresas de seguridad y protección nacionales a un alto costo para así sentirse protegidos de las agresiones y persecuciones de las cuales son objetivo durante los días miércoles y sábados, cuando se concentra la mayor cantidad de compradores por el ya conocido mercado “El Madrugaon”.

### **Control Migratorio a los gigantes**

Los nacionales de la República Popular de China requieren visa para el ingreso al territorio nacional. Sin embargo, dentro del marco del Acuerdo de la Alianza del Pacífico (Perú, Colombia, México y Chile) se estableció una visa única para turistas chinos válida para las cuatro naciones. Esto implica que si un viajero asiático cuenta con una visa de cualquiera de los cuatro países de la alianza, ya no tenga que sacar otra visa y se pueda mover con mayor libertad, lo que conlleva a que estos ciudadanos ingresen transitoriamente a cualquiera de los países de la AP y posteriormente a Colombia.

De otra parte, los ciudadanos orientales que tengan visado Schengen o de los Estados Unidos tampoco deben tramitar visa para ingresar a Colombia.

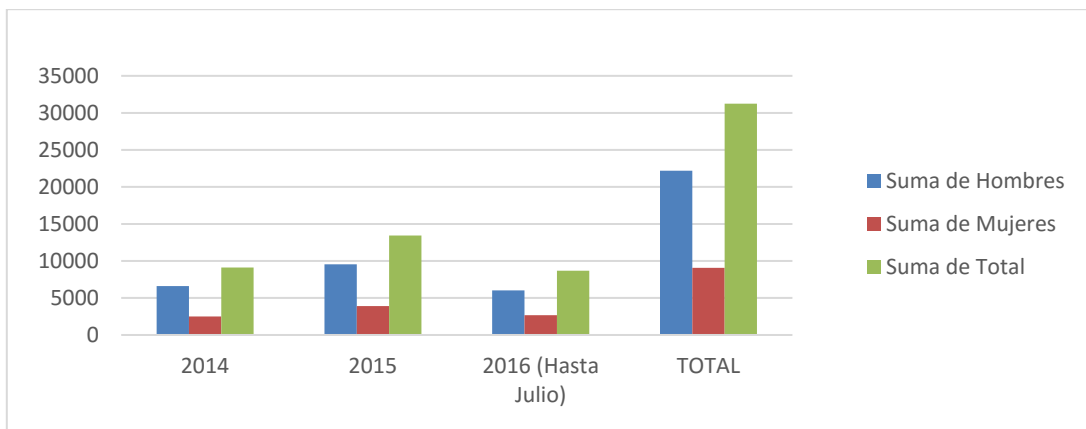
La siguiente tabla muestra el ingreso de los ciudadanos orientales durante los últimos dos años hasta Julio de 2016, discriminados por sexo:

Tabla No. 2: Ingreso de Chinos al país

Año	Mujeres	Hombres	Total
2014	2.498	6.616	9.114
2015	3.899	9.546	13.445
2016 (Hasta Julio)	2.671	6.016	8.687
TOTAL	9.068	22.178	31.246

Fuente: Elaboración Propia (Base Boletines Migratorios años 2014 a 2016- Migración Colombia <http://www.migracioncolombia.gov.co/>)

Figura 12: Ingreso de asiaticos al país (años 2014, 2015 y hasta Abril 2016)



Fuente: Elaboración Propia (Base Boletines Migratorios años 2014 a 2016- Migración Colombia <http://www.migracioncolombia.gov.co/>)

Según estas estadísticas se puede concluir que durante el año 2015 la tasa de inmigración de ciudadanos chinos aumento en un 47.52% frente al año inmediatamente anterior y en lo que va corrido del año 2016, en promedio se ha incrementado en un 29.23% frente al primer semestre del 2015. La mayoría de ciudadanos que ingresan son hombres con una tasa de crecimiento del 30.69% del año 2015 frente al 2014, sin embargo las mujeres representan también una alta tasa de inmigración, 56% en el año 2015 frente al 2014, pero representan un numero menor de extranjeras inmigrantes. De estas cifras, para las autoridades es muy difícil establecer el registro de cuántos llegan o se quedan de manera ilegal, y son muchos de estos los que actualmente se asientan como nuevos comerciantes en el sector de San Victorino.

Así mismo a marzo de 2016 el principal destino colombiano, reportado por los viajeros residentes en China, fue Bogotá (75%), después Medellín (7,8%), Cartagena (5,7%) y Barranquilla (3,4%), siendo los centros comerciales los destinos preferidos, destacándose que los viajeros internacionales procedentes del Gigante son jóvenes: 20% tiene edades entre los 15 y 29 años, el 35% está entre los 25 y 34 años; y el 29% tiene entre 35 y 44 años) Fuente: MIGRACION COLOMBIA, Ministerio de Relaciones Exteriores (2015). Boletín Migratorio, 2014, 2015 y 2016 [www.migracioncolombia.gov.co](http://www.migracioncolombia.gov.co)

### **Identificar y perseguir a las mafias de “Dragones Rojos”**

A comienzos del año 2013, el Gobierno Colombiano, para estrechar lazos comerciales con China, eliminó la visa para los ciudadanos asiáticos, lo que incrementó considerablemente el ingreso de los orientales.

Los chinos que ingresan ilegalmente al país lo hacen a través de las mafias de inmigración, mediante una carta de presentación que los califican como abogados de gran trayectoria o altos ejecutivos de grandes empresas; el valor de la visa es de aproximadamente \$10 millones. Los entran por Ecuador, Venezuela o por El Dorado, sobornando a las autoridades legales mediante el pago de altas sumas de dinero. Para lograr que China les dé la salida, usan cartas de invitación de alcaldes, centros de idiomas y empresas de papel.

## 7. CONCLUSIONES

Con base a las evidencias recogidas durante la entrevista a los comerciantes del Centro Comercial “El GranSan” se puede concluir que los principales factores socio-económicos generados por la inmigración de comerciantes chinos son: 1) El constante temor que existe entre los comerciantes al desplazamiento que vienen generando los asiáticos, pues se ha dado el caso que un solo chino compra 20 o 30 locales comerciales continuos, así como la agresiva invasión de confecciones y prendas de vestir chinas a precios exageradamente bajos, al punto que se puede llegar a generar el monopolio chino en el sector. Los asiáticos son muy estrategas, pues prefieren ganar muy poco en las prendas de vestir pero vender grandes volúmenes, e inclusive si el negocio les da pérdida, su consigna es continuar en el sector con el fin de lograr empoderamiento. 2) La disminución en las ventas y en los márgenes de ganancia obtenidos por los nacionales, pues a raíz de la competencia desleal han tenido que disminuir sus precios y competir con calidad creando campañas publicitarias, lazos de unión y persuasión en el comprador final para difundir que el producto nacional cuenta con un valor agregado, mejores materias primas y mano de obra colombiana; sin embargo, a pesar de las acciones tomadas, se observa que existe afectación al empleo informal pues la mayoría de los propietarios de los locales son microempresarios y madres cabeza de familia que invierten sus recursos propios y el producto de sus ventas en la confección mediante operación satélite y comercialización de prendas de vestir. 3) Las preferencias del comprador final han tenido una gran variación ultimamente, ya que sino no se cuenta con el nivel económico y determinado grado de educación y conocimiento para la adquisición del producto nacional, finalmente se decide por el precio más bajo sin importar la calidad, el origen de los productos y el apoyo a la industria nacional. El comprador de estratos bajos prefiere la mercancía china, ya que es una alternativa económica de cubrir su necesidad de vestuario y poder asignar más recursos para su alimentación y sustento. 4) La burbuja inmobiliaria



que se ha generado es muy fluctuante, ya que los precios de los arriendos de los locales han subido durante los últimos cinco años en un 30% anual, y el precio de venta del metro cuadrado se ha disparado aproximadamente en un 60% anual; lo cual hace que los bienes inmuebles del sector no puedan ser adquiridos sino por los chinos o compradores nacionales con alto poder económico. Este efecto de los altos precios inmobiliarios no lo puede controlar ni regular el gobierno nacional ni tampoco ninguna firma especializada en vivienda, pues la mayoría de las transacciones de compra o pago de alquiler por anticipado se realizan en efectivo sin dejar rastro alguno de los documentos como escrituras o contratos.

De otra parte, los comerciantes nacionales perciben que el apoyo del gobierno nacional no ha sido lo suficientemente efectivo, ya que no ha establecido las mismas reglas de juego tanto para los chinos como para los nacionales, el control al contrabando ha sido muy tenue, falta fiscalización en la evasión de impuestos e igualdad de reglas laborales y comerciales para todas las empresas ubicadas en el sector. Por el contrario algunos opinan que el problema se ha generado por la misma culpa del gobierno, pues en cierta forma se sienten traicionados y desprotegidos ya que prevalecen los intereses políticos y comerciales entre China y Colombia. También expresan que inmigración no ha establecido controles exhaustivos al ingreso de divisas y asiáticos al país, ya que la mayoría de los comerciantes chinos trabajan en el sector con visa de turismo y la mercancía que llega es ilegal.

En este sector comercial se percibe un ambiente denso, hermético y de mucha prevención y desconfianza a la hora de realizar cualquier investigación o entrevista, ya que los nacionales sienten que los asiáticos tienen mucho poder y son custodiados por empresas de vigilancia privadas y la misma policía nacional. Por

parte de los chinos, son completamente cerrados a dialogar sobre la problemática que se presenta y no dan ningun tipo de declaración.

En resumen, a los comerciantes colombianos no les queda otro camino que competir con calidad y precio, pues es evidente que los orientales quieren establecer su propio barrio chino como existe en otros países latinoamericanos y Estados Unidos.

Finalmente, se detecta la necesidad apremiante de que los gobiernos de los países legislen un acuerdo bilateral aduanero que ayude a realizar un fuerte control al lavado de activos, contrabando e ingreso ilegal de divisas al país.

**ANEXO 1. ENTREVISTA REALIZADA A LOS COMERCIANTES DEL  
CENTRO COMERCIAL “EL GRANSAN”**

Buenas Tardes, mi nombre es Martha Castro, estudiante de la Especialización de Gerencia de Comercio Internacional de la Universidad Militar Nueva Granada, mi objetivo es realizar una breve entrevista, solamente con fines académicos, para identificar los problemas desde el punto de vista socio- económico que ha traído la llegada de los chinos al Sector de las Confecciones y Textiles en este sector. Quiero agradecerle a Usted por su tiempo y disposición para contestar.

**PREGUNTAS**

1. ¿Cuáles son los principales productos que se venden en el Centro Comercial el Gran San ?

2. Es Usted Técnico o Empírico?

3. Cuanto lleva su negocio en este Centro Comercial?

4. ¿ Es Usted microempresario, empresa familiar o madre cabeza de hogar?

5. ¿Usted confecciona o solo comercializa?

6. ¿Tiene fuentes de financiación \_\_\_\_\_ de qué tipo?

¿Quién le financia los créditos?

7. ¿Cómo adquiere las materias primas? \_\_\_\_\_ Tiene crédito para sus compras?

8. Que piensa de los productos chinos?

- Son muy baratos?
- De baja calidad?
- Cual cree que es la razón por la cual están los chinos aquí?

9. Que prefiere el comprador final? Precio\_\_\_\_\_ ó Calidad\_\_\_\_\_

10. Cuánto vale un local en arriendo?\_\_\_\_\_ para venta\_\_\_\_\_

Cuál era el precio de arriendo hace cinco años\_\_\_\_\_ y de venta

\_\_\_\_\_

#### **FICHA TECNICA**

Numero de comerciantes  
encuestados

10

Fecha De Realización

Septiembre 18 de 2016

Realizada por:

Martha Castro

## LISTA DE REFERENCIAS

Castellanos, Daniela (2011, Noviembre). “El Madrugon” de San Victorino en Bogota. Recuper de: [http:// www.directobogota.com/component/content/article/31-especiales2/126-el-madrugon-de-san-victorino-bogota](http://www.directobogota.com/component/content/article/31-especiales2/126-el-madrugon-de-san-victorino-bogota)

Decreto 74 de 2013. (2013, Enero). MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. Bogota, Enero 23 de 2013.

Decreto 456 de 2014 (2014, Febrero). MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. Bogota, Febrero 28 de 2014

Entrevista realizada a una muestra de diez (10) Comerciantes del Centro Comercial “El GranSan” y visita realizada al sector de San Victorino en Bogotá.

Fleischer, F. (2012). La diáspora china: Un acercamiento a la migración china en Colombia\*/The chinese diaspora: Exploring chinese migration in colombia. Revista De Estudios Sociales, (42), 71-79.

Martinez, N. (2012). La colonia fantasma: Crónicas de inmigrantes chinos en Bogota. <http://www.china-files.com/es/link/22384/la-colonia-fantasma-cronicas-de-inmigrantes-chinos-en-bogota>

MIGRACION COLOMBIA, Ministerio de Relaciones Exteriores (2015). Boletín Migratorio, 2014, 2015 y 2016 [www.migracioncolombia.gov.co](http://www.migracioncolombia.gov.co)

Pagina Web “El GranSan” año 2016. Bogotá, Colombia [www.elgransan.com](http://www.elgransan.com)

Publicación de la Embajada de la República Popular China en Colombia, la Cancillería de la República de Colombia y la Asociación de la Amistad Colombo-China. China y Colombia 35 años de travesía Diplomática. Año 2016