
Redes sociales: Boicot mexicano al "made in USA"

13/11/2016



A través varios mensajes que rápidamente se viralizaron, fueron difundidos llamados a los mexicanos a comprar de preferencia "a pequeñas empresas y autónomos".

"Señores, si tanto miedo le tienen a Trump y a la subida del dólar, pónganse a consumir bienes y servicios mexicanos", señaló uno de los mensajes que fueron acogidos con simpatía inclusive por el sector privado.

"No esperemos la crisis de Estados Unidos. Una forma de ayudar a recuperar y mantener la economía del país es comprar productos mexicanos", señalaron los convocantes.

"Hagamos lo que nos corresponde o al menos intentémoslo: fuera tiendas extranjeras de nuestra vida. Ni es Trump ni Hillary, reactivemos poco a poco nuestra economía", se lee en un tercer mensaje cuyos autores se escudaron en el anonimato.

Los textos donde se llama a la rebelión de los consumidores contra los productos de Estados Unidos señalan que "ya se vio que la población de Estados Unidos es más racista y xenofóbica de lo que imaginábamos".

Luego se pregunta si "aún así le vamos a seguir mandando nuestro dinero o mejor lo dejamos a los comerciantes y emprendedores de nuestras colonias, estados y nación".

La convocatoria hace un listado de marcas, empresas y cadenas de tiendas que deben ser boicoteadas.

"En lugar de pantalones Levi's compren Montero, que son de más calidad, en el extranjero se venden carísimos y, por cierto, se manufacturan en (el estado de) Aguascalientes (centro del país)", se indica en los mensajes.

También se recomienda dejar de comprar en las cadenas de supermercados estadounidenses Walmart o

Costco.

En su lugar, se sugiere acudir a productores locales o pequeños negocios de los barrios como las carnicerías. En el caso de ropa, la opción que se plantea es reemplazar las marcas más reconocidas de la moda por "prendas hechas a la medida por el sastre del barrio" y al viajar escoger "hoteles locales" en lugar de cadenas extranjeras, como Hilton o Marriot.

Por medio de WhatsApp y Facebook fue lanzado también un comunicado que se atribuye a la organización Anonymous México donde se exhorta a "comprar los regalos a pequeñas empresas y autónomos". Por ejemplo, se menciona a "la vecina que vende por catálogo o por Internet, el artesano que hace bisutería, la amiga que tiene una tienda en el barrio, el pastelero que hace los turrones".

"Hagamos que el dinero llegue a personas comunes y no grandes multinacionales. ¡Apoyemos a nuestra gente!", se lee en la propaganda difundida por Internet que llama a la insurgencia de los consumidores contra Donald Trump, que ha prometido imponer aranceles de hasta 35% a muchos productos mexicanos.

México vende más del 80% de sus mercancías a Estados Unidos, la mayor parte gracias a los beneficios tributarios contemplados en el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica (TLCAN), suscrito también con Canadá desde enero de 1994, el cual el magnate anunció que renegociará o cancelará si no le satisfacen las tratativas.

Capitanes de industria se mostraron satisfechos por estos llamados y dijeron que llevan "años pugnando por fomentar el consumo de lo hecho en México", aunque criticaron las propuestas de Anonymous por considerar que alienta "la informalidad".

Héctor Herrera, dirigente de la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin), Manuel Herrera, señaló que la coyuntura "nos presenta una gran oportunidad y es muy gratificante ver cómo este tipo de mensajes nacen de manera natural de los ciudadanos".

Esto demuestra que "la gente se está despertando", dijo el dirigente y afirmó que "quien compra un producto hecho en México beneficia a muchas familias del país, el desarrollo de la economía nacional y contribuye a fortalecer el mercado interno".