

Expansión imparable: cómo los malls chinos conquistan Chile

El perfil del comerciante chino que llega a Chile ha evolucionado. Mientras que en los años 90 y 2000, era común que se dedicaran principalmente a la gastronomía, hoy el panorama ha cambiado significativamente. Ahora predominan los malls que ofrecen una amplia variedad de productos a precios muy competitivos.

Estas tiendas se han vuelto populares en las regiones y están ganando terreno en la capital. En octubre se espera que el icónico local de Falabella en Lyon se convierta en uno de los malls chinos más grandes del país.

Para Guillermo Armelini, académico del Centro ESE de la Universidad de los Andes, el éxito de este modelo de negocio se puede resumir en la fórmula de las «3B»: Bueno, Bonito y Barato. Además, el experto destaca que «la comunidad china ha logrado desarrollar un sistema de distribución basado en la importación directa desde China, entre empresas familiares, lo que les ha permitido asegurar la logística, reducir los costos financieros al evitar la intermediación bancaria y conseguir precios competitivos gracias a los grandes volúmenes de importación».

Otro cambio relevante es la mejora en la calidad de los productos, «hoy en día, los productos chinos han elevado considerablemente su estándar de calidad, lo cual es evidente tanto en categorías de retail como en sectores más sofisticados, como el de los automóviles», añade Armelini.

Este fenómeno tiene el potencial de seguir creciendo, ya que «han desarrollado un modelo que combina precios bajos, gracias a una excelente gestión logística, con productos de calidad y una experiencia de compra agradable, gracias a la innovación tanto en los productos como en el diseño de los locales», concluye el académico del ESE, de la Universidad de los Andes.