



# Economía.

DÓLAR	\$ 975,82	HOY	\$ 38.924,18	\$ 68.306,00	MENSUAL	0,4%
EURO	\$ 1.067,40	MAÑANA	\$ 38.929,19		ACUM. 12 MESES	4,7%
SUPERMERCADOS		IMACEC		DESEMPLEO (DICIEMBRE-FEBRERO)		
FEBRERO		FEBRERO		ÑUBLE: 9,0% / DIGUILLÍN: 8,9%		

ESTUDIO PUBLICADO POR NÚCLEO MILENIO ICLAC REVELÓ QUE EXISTEN 31

## “Malls chinos” se duplicaron en Ñuble en cinco años

**Estudio planteó que la expansión en la región continúa, donde aún hay cinco comunas que no cuentan con un recinto.** Consumidores valoran variedad, precios y horarios; pero el comercio en comunas pequeñas y medianas ya acusa el golpe, apuntando a una “competencia desleal”.

ROBERTO FERNÁNDEZ RUIZ  
 robertofernandez@ladiscusion.cl  
 FOTOS: MAURICIO ULLOA GANZ

Un total de 31 “malls chinos” existían en Ñuble en 2023, cifra que duplica el número de este tipo de tiendas que había en la región en 2018 (15). Así lo reveló el estudio de caso “La evolución espacio-temporal de ‘malls chinos’ en el continuo urbano-rural en la Región de Ñuble”, publicado en marzo de 2025 por Núcleo Milenio Impactos de China en América Latina (Iclac) con el apoyo de Rimisp – Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.

Según la investigación desarrollada Carol Chan, Benjamín Jara y Valentina Fuentes, el aumento en el número de “malls chinos” en la región se comenzó a observar previo a la pandemia, sin embargo, en dicho periodo el incremento se aceleró. De esta forma, si en 2015 había solo una tienda, en 2016 ya eran cinco; mientras que, en 2017 el número subió a 12 y en 2018 llegó a 15. Luego, en 2021 saltó de 16 a 20 locales, para llegar a 24 en 2022 y a 31 en 2023.

“La expansión de los ‘malls chinos’ sigue un patrón centro-periferia, iniciando en la capital regional, luego en las capitales provinciales y finalmente en comunas rurales. Observamos que la expansión continúa, con nuevos establecimientos abriendo en áreas cada vez más remotas. Sin embargo, no todas las comunas cuentan aún con un ‘mall chino’; las más aisladas o rurales todavía no han sido alcanzadas por este fenómeno, aunque existe una demanda latente por parte de los residentes locales”, indica el informe.

Así, Chillán concentra el mayor número, con 12 malls chinos, mientras que, comunas medianas, como Chillán Viejo, San Carlos, Quirihue y Yungay cuentan con dos, y las pequeñas tienen uno, con la excepción de cinco comunas (San Fabián, Niquén, Trehuaco, Ránquil y Portezuelo) donde no hay presencia.

Sin embargo, señala el estudio, “la expansión continúa de los ‘malls chinos’ hacia comunas más pequeñas y rurales sugiere que este fenómeno aún no ha alcanzado su punto máximo en la región de Ñuble. La apertura de nuevos establecimientos en áreas previamente no atendidas indica una estrategia de crecimiento sostenido y una respuesta a la demanda de los consumidores locales”.



Chillán concentra el mayor número, con 12 malls chinos,

### Factores de la expansión

En cuanto a los factores que explican este rápido crecimiento, el estudio plantea que “nuestros hallazgos indican que el crecimiento en Ñuble comenzó antes de la pandemia de Covid-19, aunque reconocemos que este evento global pudo haber acelerado su expansión. Esto sugiere que factores adicionales, como dinámicas económicas locales y patrones migratorios, han influido en la proliferación de estos establecimientos”.

Al respecto, Benjamín Jara, uno de los autores del estudio, postuló que, “por una parte, hay una búsqueda de oportunidades económicas en mercados que no eran prioritarios para las grandes cadenas y grupos financieros. Vemos que la expansión ocurre primero en Santiago en la década de los 2000 y en la década de los 2010 pasa a otras ciudades y capitales regionales; la expansión a las capitales provinciales ocurre alrededor de 2017-2019 precisamente porque hay oportunidades no explotadas en esas localidades. El arquetipo de ‘mall chino’ es relativamente fácil de escalar, apropiado

para pequeños inversionistas y adaptable a la infraestructura y necesidades locales”.

### Modelo de negocio

Si bien el investigador Benjamín Jara afirmó no conocer evidencia directa de que el estado chino esté subsidiando a estas empresas, manifestó que, “por la experiencia de otros países, sabemos que muchas de estas inversiones más que estar subsidiadas por el estado chino son impulsadas por grupos industriales que buscan diversificar inversiones globalmente”.

Maricel Ravanal, administradora de la tienda china Ilahui, que en 2022 abrió sus puertas en el paseo Arauco, de Chillán, se ha convertido, en la práctica, en una facilitadora para varios miembros de la comunidad china a la hora de hacer trámites y solicitar permisos y patentes, dada la barrera del idioma y las diferencias culturales.

Ravanal explicó que “los chinos son muy trabajadores, con una mentalidad muy distinta a la nuestra, con metas claras, como ser empresarios, por ejemplo, entonces, desde niños

comienzan a juntar plata, por lo tanto, quienes desean emprender fuera de su país, primero trabajan y ahorran en su país hasta reunir el capital suficiente, y luego el gobierno chino les concede un préstamo por el mismo monto, entonces, viajan, se instalan acá y al cabo de seis meses de operación del negocio, el gobierno chino evalúa los resultados, entre ellos, la generación de empleos a nivel local, y si le ha ido bien, le condonan la deuda y le entregan un monto similar adicional, para que siga creciendo y generando empleos en el lugar donde están, porque ellos tienen prohibido ser cargas para el país que los acoge, es más, entre las cláusulas con el gobierno chino se les exige generar puestos de trabajo”, es decir, contratar chilenos. Precisamente, el estudio citado subraya que la mayoría de los trabajadores de estos comercios son chilenos.

Y ese monitoreo continúa con los años. “El gobierno chino siempre está en contacto con los compatriotas que están acá, no solo monitoreando sus ventas, sino que también atento a prestar ayuda, por ejemplo, recuerdo lo que ocurrió en Aisén, donde se quemó un local completo con dos chinos adentro; en esa ocasión, el gobierno chino les cubrió todos los gastos médicos y los ayudó a levantar el negocio”, relató.

Aclaró, además, que los emprendedores chinos no contratan a otros chinos, sino que establecen sociedades. “Son todos socios del negocio, generalmente son familiares o amigos”, dijo. Eso explica que ellos trabajen los feriados irrenunciables, por ejemplo. “Ellos se rigen por su calendario, trabajan todo el año, pero tienen una vez en el año diez días libres, para el Año Nuevo Chino y esos días cierran el local o bien, se turnan”, precisó.

Aunque estos emprendedores “trabajan como chinos”, Ravanal acotó que “los trabajadores, en el caso de Ilahui, reciben un sueldo de \$550 mil, a diferencia de otras tiendas, y tienen sus descansos legales, se pagan las horas extra como corresponde y si trabajan un feriado se les paga el doble”.

Esta chillaneja “de corazón blanco”, como la califican miembros de la comunidad china por su buena voluntad para ayudarlos, criticó que “se dicen cosas que no son ciertas” y aseguró que “los chilenos muchas veces se aprovechan de ellos” y que deben enfrentar la discriminación



en distintos ámbitos.

Sostuvo que un gran número de chinos ha escogido Chile a partir de una evaluación previa, que considera distintos aspectos, por ejemplo, las buenas relaciones comerciales entre China y Chile, países que tienen un tratado de libre comercio vigente. “Ellos son muy estudiosos, analizan el mercado, ven el tema comercial y

logístico, la aduana, por eso escogen a Chile”, describió.

Por otro lado, indicó que no todos los productos que venden son chinos. “Si ven un producto con un buen margen, también lo incorporan. En nuestro caso, por ejemplo, tenemos proveedores chinos y también chilenos”.

Efectivamente, en algunos “malls chinos” de Chillán es posible encontrar alimentos y artículos de aseo de origen chileno.

### Impacto en el comercio local

Recientemente, la Multigremial Nacional solicitó al Servicio de Impuestos Internos y al gobierno fiscalizar estos establecimientos, afirmando que algunos atentan “contra la libre competencia y dañan la competitividad de las empresas de menor tamaño”.

De igual forma, también han surgido voces que critican el supuesto incumplimiento de las leyes laborales por parte de los malls chinos, particularmente en cuanto a las jornadas de trabajo o el respeto de los feriados irrenunciables, sin embargo, a nivel local no existen estadísticas de la Dirección del Trabajo que confirmen dichas aseveraciones. Lo que sí detectó el estudio es que “la gran mayoría tenía inscritos formalmente a sus empleados”, acotó Jara.

“Aún necesitamos hacer estudios de mayor profundidad para saber si los beneficios netos de la presencia de los ‘malls chinos’ son positivos, tanto a nivel de estructura económica, como de percepciones de consumidores y locatarios comerciales. No es la primera vez que grandes comercios causan preocupación en los minoristas de comunas pequeñas, la expansión de otras cadenas de supermercados en zonas rurales también ha traído mayor competencia en las últimas décadas. El impacto más universal que vimos en este estudio ha sido la extensión horaria de los ‘malls chinos’, que ha obligado a locatarios a extender sus propios horarios y no cerrar en horas de almuerzo. También observamos que la amplia variedad de productos que ofrecen evita que las personas tengan que visitar tiendas especializadas en comunas más grandes. Si bien generan preocupación en locatarios, aún necesitamos más estudios para entender si los beneficios superan los efectos negativos”, aseveró el investigador.

Jara mencionó, además, la positiva aceptación de los consumidores chilenos que tienen estos recintos. “En comunas donde aún no han llegado estos comercios hay una demanda latente y anticipación por parte de la gente. Son vistos por la gente como comercios que les simplifican la vida. Una característica importante que vimos en nuestro estudio es que la gran mayoría de los malls chinos de Ñuble tienen grupos similares de categorías y lo que cambia es la profundidad y los precios”, dijo.

Por su parte, Alejandro Lama, presidente de la Cámara de Comercio de Chillán-Ñuble, advirtió que la expansión de los “malls chinos” está generando un impacto principalmente en las comunas pequeñas y medianas de Ñuble, lo que calificó como una “competencia desleal”.

“El gobierno chino subsidia estos negocios, porque venden productos manufacturados en China, entonces, no solo se beneficia el que está trabajando acá, sino que también las empresas chinas, a las cuales se les está expandiendo el mercado de una manera brutal, y dados los

grandes volúmenes, pueden ofrecer precios muy bajos. Entonces, al importador chillanejo que antes traía cosas de China, ahora se encuentran con el fabricante compitiéndoles directo acá”, sentenció el dirigente gremial.

Lama reconoció que “es recurrente la queja de los gremios en las comunas por la expansión de los malls chinos, porque con uno de estos locales, con el surtido que llega, en comunas donde hay 12 mil habitantes, por ejemplo, el comercio tradicional siente el golpe; en cambio, en Chillán, el efecto es más diluido, por la presencia de mayor comercio”. En ese sentido, hizo un paralelo con lo que ocurrió en la capital regional, en los años noventa, con la llegada de las grandes cadenas. “Fue imposible competir, entonces, había que reinventarse o desaparecer”, recordó.

Para el timonel del comercio local, lo que ocurre hoy “es una competencia desleal desde nuestra mirada gremial, porque antes, todos los negocios se abastecían básicamente de los mismos proveedores, de la misma cadena, y competíamos en igualdad de condiciones, pero ahora eso no se da. Por ejemplo, si un emprendedor quisiera vender cristalería, no tiene ninguna posibilidad de acceder a esa mercadería al mismo precio que el proveedor le vende a los malls chinos. Eso es una competencia desleal, además, porque la operación de ese comercio está subvencionado”, denunció Lama, quien comentó que “ese ciudadano de nacionalidad china, que es una suerte de funcionario, que viene a trabajar 24/7, que le pagan cerca de mil dólares mensuales, tiene un compromiso con el gobierno chino de trabajar todo el año a tablero vuelto; ahí no hay imposiciones ni jornada laboral, porque no se declara como un empleado, entonces, la ley no aplica”.

No obstante, Lama reconoció que estos establecimientos representan un beneficio para el consumidor, por los bajos precios, la variedad de oferta y su horario de atención. “En la medida que el mall chino entregue boleta, pague los impuestos correspondientes y respete las leyes laborales, la diferencia de competitividad es menor, pero cuando esos productos a veces salen a la venta en la calle, de manera informal, en que no sabemos cómo y no se pagan impuestos, ahí estamos en presencia de un negocio paralelo, por ejemplo,



El impacto más universal que vimos en este estudio ha sido la extensión horaria de los ‘malls chinos’

**BENJAMÍN JARA**  
 INVESTIGADOR



Ellos son muy estudiosos, analizan el mercado, ven el tema comercial y logístico, la aduana, por eso escogen a Chile”

**MARICEL RAVANAL**  
 ADMINISTRADORA DE LA TIENDA CHINA “ILAHUI”

cuando vemos personas vendiendo paraguas en los días de lluvia; yo no estoy culpando a un mall chino en particular, pero convengamos que hay detrás una cadena de abastecimiento, es el caso del barrio Meiggs, en Santiago, que está sembrado de negocios chinos que venden al por mayor”, argumentó.

Frente a este escenario -continúa-, en que la expansión de estos recintos continuará, “yo lamento que los comercios tradicionales no van a poder seguir compitiendo, van a tener que buscar otro tipo de productos que no estén dentro de la matriz de los locales chinos, hay que reinventarse, no pueden seguir vendiendo lo mismo, por ejemplo, focalizarse en la línea de repuestos de autos o de ópticas, básicamente, tender hacia la especialización”, cerró.

### Intereses

Al respecto, el profesor de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María, Renato Segura, apuntó, en primer lugar, a las diferencias entre el comercio en Occidente y en China. “En el comercio occidental participan empresas públicas. En el comercio chino las empresas son públicas y responden a una planificación central basada en su interés en los recursos naturales de los países con los cuales generan el intercambio”, sostuvo.

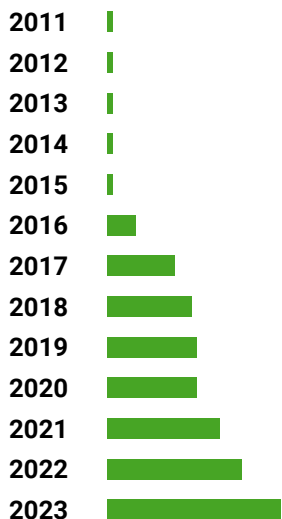
Planteó que “el gobierno chino no proporciona estadísticas detalladas de lo que destina para sostener el modelo de los malls chinos, provocando que sea difícil cuantificar las cifras exactas y las estrategias que esconden dichas cifras. Las empresas chinas en Ñuble operan como privadas, apoyadas por bancos estatales de china. Estos son los que proveen de créditos blandos y asistencia para apoyar los proyectos de inversión extranjera. Empujan para invertir y expandir su mercado de malls. De acuerdo con la experiencia del desarrollo del comercio de China con otros países del planeta, como África, el gobierno chino vuelca su interés en participar de la propiedad de las instituciones financieras ligadas a créditos de consumo en los países donde comercia. El objetivo final es aumentar la presencia en distintos sectores de la economía, en especial en aquellos donde puedan generar mayor dependencia de su modelo de comercio. Esto les permite mejorar su posición estratégica para acceder a los recursos naturales”.

Asimismo, indicó que, “la experiencia internacional muestra que China no se entromete en la gestión de los gobiernos locales, pero, en cambio, la línea divisoria entre las relaciones comerciales entre lo público y lo privado queda muy diluida, siendo difícil de reconocer”.

“Finalmente, en el aspecto económico la mirada desde un enfoque tradicional occidental revela que la presencia de los malls chinos contribuye al desarrollo económico de las poblaciones donde se instalan. Sin embargo, en términos cuantitativos, no se observan efectos positivos en términos de la calidad de vida de las comunidades involucradas. Tampoco son un aporte relevante al momento de medir la creación de nuevos empleos”, sostuvo.

“En resumen, las inversiones de los malls chinos son prácticamente neutras en lo que se refiere a la actividad económica y el empleo, lo que refuerza la idea que detrás de dichas inversiones existen intereses que no son propios del modelo tradicional de comercio que reconocemos en occidente”, puntualizó.

## EVOLUCIÓN NÚMERO DE “MALLS CHINOS”, REGIÓN DE ÑUBLE. (2011-2023)



FUENTE: Jara, B., Fuentes, V. & Chan, C. (2025). La Evolución Espacio-Temporal de “Malls chinos” en el Continuo Urbano-Rural en la Región de Ñuble, Chile.

## NÚMERO DE “MALLS CHINOS”, REGIÓN DE ÑUBLE, POR COMUNA (2023)

Comuna	Número de Malls Chinos
Bulnes	1
Chillán	12
Chillán Viejo	2
Cobquecura	1
Coelemu	1
Coihueco	1
El Carmen	1
Ninhue	1
Ñiquén	0
Pemuco	1
Pinto	1
Portezuelo	0
Quillón	1
Quirihue	2
Ránquil	0
San Carlos	2
San Fabián	0
San Ignacio	1
San Nicolás	1
Trehuaco	0
Yungay	2
Región de Ñuble	31

FUENTE: Jara, B., Fuentes, V. & Chan, C. (2025). La Evolución Espacio-Temporal de “Malls chinos” en el Continuo Urbano-Rural en la Región de Ñuble, Chile.