LITORALPRESS

Fecha: 25-06-2025
Medio: La Segunda
Supl. : La Segunda
Tipo: Noticia general
Título: Del vino a robots criollos: los 20 chilenos que encabezan la ofensiva empresarial en China

Pág. : 10
Cm2: 699,2
VPE: $ 1.552.892

Tiraje: 11.692
Lectoría: 33.709
Favorabilidad: No Definida

Algunos llevan décadas y han hecho sus vidas allá

Del vino a robots criollos: los 20 chilenos que encabezan la ofensiva empresarial en China

Un hijo de Andrónico Luksic estudió allá y el de Carlos Larraín se quedó en Shanghái y puso 2 bares. Pero se ha vuelto caro, y el tema de los hijos es complejo.

Felipe O'Ryan

En los años 80 había barrios específicos en Shanghái, la capital económica de China, para los llamados "expatriados": extranjeros que se iban a vivir allá por negocios o estudios. Empresas chilenas como Arauco —la forestal de Empresas Copec— dicen ser de las primeras que aterrizaron en ese país con pequeñas oficinas de representación a fines de los años 70. Otros aseguran que Codelco fue la primera que llegó con un chileno al gigante asiático: hoy la oficina de Shanghái es su mayor filial comercial en el exterior, y ese país representa casi el 35% de su portafolio.

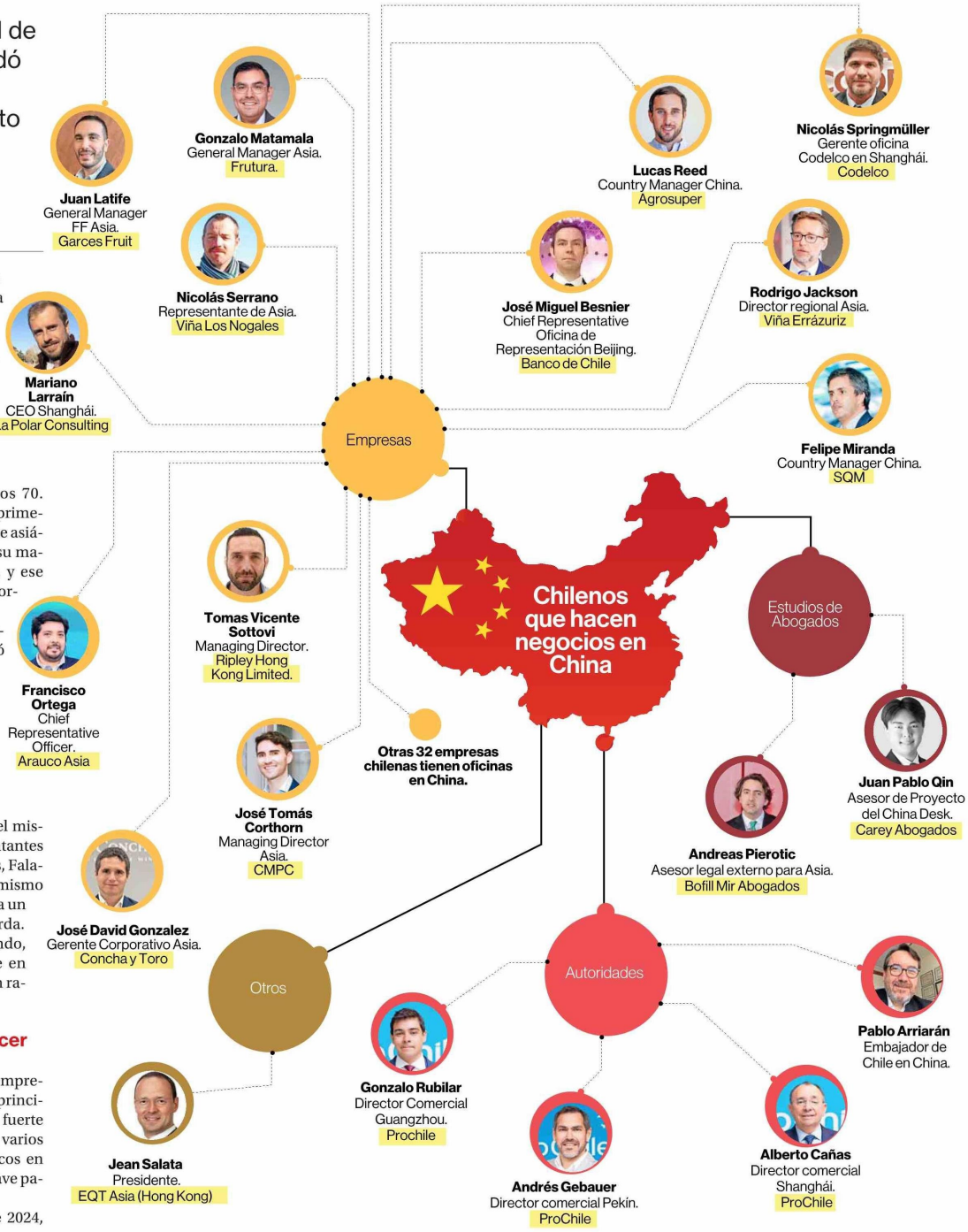
Pero la verdadera ola de chilenos que aterrizó en China comenzó alrededor de 2005 o 2006. Ahí llegó, por ejemplo, el entonces representante de Viña Errázuriz, **Rodrigo Jackson**. Era una colonia pequeña, de unos 30 o 35 connacionales, cuenta. Muchos se iban con sus familias y vivían en el mismo condominio. "Hace 20 años éramos pocos. Vivíamos todos en el mismo condominio, chilenos representantes de Cencosud, Homecenter, fruteros, Falabella y otros. Todos vivíamos en el mismo lugar porque estábamos asociados a un colegio para nuestros hijos", recuerda.

Pero las cosas han ido cambiando, y algunos chilenos allá creen que en nuestro país no se dimensiona cuán radical ha sido ese cambio.

Diferencias culturales y hacer negocios allá

Hoy, según ProChile, hay 46 empresas chilenas con oficinas en China, principalmente en Shanghái. La ola más fuerte llegó a partir de 2008, según creen varios residentes allá. Los Juegos Olímpicos en Beijing de ese año fueron un hito clave para la apertura del país al mundo.

Sólo en el primer trimestre de 2024,



LITORALPRESS

Fecha: 25-06-2025
Medio: La Segunda
Supl. : La Segunda
Tipo: Noticia general
Título: Del vino a robots criollos: los 20 chilenos que encabezan la ofensiva empresarial en China

Pág. : 11
Cm2: 701,0
VPE: $ 1.556.874

Tiraje: 11.692
Lectoría: 33.709
Favorabilidad: No Definida

según las autoridades chinas, la cifra de extranjeros que entraron y salieron de China aumentó en 305% vs 2023, hasta 13.074 millones. Antes, en 2007, fueron sólo 4,3 millones. Y en ese periodo se dieron 466 mil visas: un alza de 119% respecto al año pasado.

"El poder político de China está en Beijing. Ahí está el presidente Xi Jinping. Pero en Shanghái está el poder económico, donde quienes quieren hacer negocios deben estar. También tienes la zona de Guangzhou o Cantón, que es lo mismo— Cantón tiene origen francés y así se refieren los occidentales a esa región—, donde también hay varias empresas porque era la entrada original para productos importados, que normalmente llegaban por Hong Kong. Nuestra fruta, vinos y alimentos entran por ahí", explica el exembajador de Chile en China, **Luis Schmidt**.

Cerca del 70% de la fruta fresca chilena llega por Guangzhou, según ProChile.

Nicolás Serrano, representante en Asia de la Viña Los Nogales, es uno de los chilenos radicados en Guangzhou. Comunicarse con él es difícil. "En la tarde, entre las 7 pm y las 10 pm, hay 1.050 millones de chinos conectados a internet. No hay banda ancha que resista", comenta por WhatsApp. Tiene que usar una máscara para su conexión, para simular una IP extranjera, ya que en China están bloqueadas aplicaciones como WhatsApp, X, Facebook y otras plataformas estadounidenses. En el grupo oficial de chilenos en Shanghái de WeChat (el equivalente chino de WhatsApp), por otro lado, hoy ya hay 393 personas.

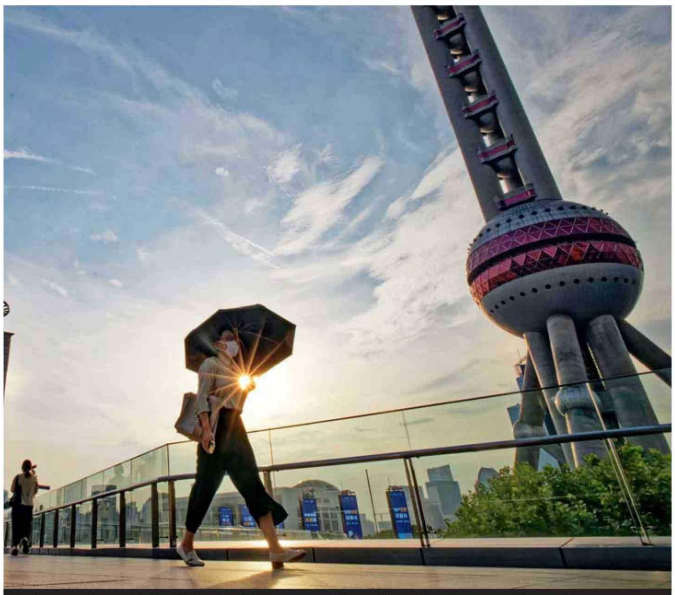
Ésta es sólo una de las muchas diferencias tecnológicas y culturales a las que se acostumbran los chilenos allá.

Serrano recuerda lo diferente —y hasta chocante, en el buen sentido— que puede ser la cultura de negocios china para un occidental.

"Es todo un poco más lento. Primero hay que construir una relación más personal. Cuando visitabas una empresa, el chino te recibe con un cartel, ¡Bienvenido Osoji!, de luces LED. Hasta te aplauden. Nos daba vergüenza con un amigo, la verdad", recuerda entre risas el ejecutivo, que también ha trabajado con la empresa chilena de robótica Osoji.

Después viene un almuerzo o comida "inevitable", dice Serrano. "Uno puede estar cansado, querer irse a dormir, pero es como un tribal que para ellos es importante", agrega.

Otras diferencias culturales son más delicadas. Los chilenos allá son reacios a hablar al micrófono sobre las restricciones a la libertad de prensa o expresión en el gigante asiático. Ajustarse a las reglas de Beijing también es fundamental para hacer negocios en el país.



Beijing es la capital política de China, pero Shangái es donde se quedan quienes quieren hacer negocios. El grupo de WeChat de chilenos en esa ciudad tiene 393 miembros.

46
empresas chilenas tienen oficinas en China según ProChile.

Un tema clave: la familia y los hijos

Andreas Pierotic, asesor legal externo para Asia de Bofill Mir Abogados, dice que en China aún no hay chilenos "que de verdad ronquen". Incluso las grandes empresas chilenas, como Agrosuper o Garcés Fruit —la mayor exportadora nacional de cerezas a China— son compañías medianas a escala local.

"La élite chilena se ha educado en Europa, en Estados Unidos. Aún no se valora saber el idioma chino", dice. Un ejemplo más rupturista, quizás, es Tomás Luksic, hijo del empresario Jean Paul Luksic, quien estudió en China entre 2018 y 2020, pero hoy trabaja en Londres.

Y es que para las empresas tampoco es fácil instalar oficinas en China. Un chileno a cargo de operaciones frutícolas dice que Shanghái se ha vuelto más caro de lo que se cree. "Mandar a un chileno senior con su familia a abrir una operación acá es caro. Sobre todo por el costo de los colegios, ya que deben asistir a establecimientos internacionales, cuyas matrículas anuales rondan los US$25.000 (unos $23 millones). Los colegios públicos son para los chinos. Además, cuando los niños crecen, hay que decidir si volver mientras tengan una edad en la que aún puedan readaptarse a Chile, o quedarse. Es un sacrificio personal y empresarial importante", explica.

Pero otros chilenos se integran plenamente y se quedan a largo plazo. Es el caso de **Mariano Larraín** —hijo del expresidente de RN, Carlos Larraín—, hoy CEO de La Polar Consulting en Shanghái. En 2013 abrió la tienda de vinos "La Cava de Laoma" y le fue tan bien que en 2023 inauguró un segundo local: un bar comunitario en la calle Xinhua, que funciona como "hub" de reuniones para chilenos

> Hace 20 años éramos pocos. Vivíamos en el mismo condominio, chilenos representantes de Cencosud, Homecenter, fruteros, Falabella y otros. Todos estábamos asociados a un colegio para nuestros hijos".
> **Rodrigo Jackson, Viña Errázuriz**

> En la tarde, entre las 7 pm y las 10 pm, hay 1.050 millones de chinos conectados a internet. No hay banda ancha que resista".
> **Nicolás Serrano, viña Los Nogales**

> El poder político de China está en Beijing. Pero en Shanghái está el poder económico, donde quienes quieren hacer negocios deben estar".**Luis Schmidt, exembajador en China**

> China es un país muy estratégico para Agrosuper, ya que es el mayor importador de carne de cerdo del mundo. Por ello, se ha convertido en nuestro principal mercado".
> **ucas Reed, Agrosuper**

Las empresas allá

Entre las 46 empresas chilenas con oficinas en China, según ProChile, casi la mitad son viñas. También hay actores importantes de materias primas como CMPC, CAP, Codelco, SQM y Agrosuper. Su country manager allá es **Lucas Reed**. La empresa exporta desde 2010 e inauguró su oficina en 2013. Tienen 20 personas, de las cuales solo dos son chilenos.

"China es un país muy estratégico para Agrosuper, ya que es el mayor importador de carne de cerdo del mundo. Por ello, se ha convertido en nuestro principal mercado para envíos de esta proteína, con 8.300 toneladas mensuales promedio en los últimos seis meses", dice Reed.

En el mundo vitivinícola, Concha y Toro es por lejos la más relevante. Casillero del Diablo es una marca ampliamente reconocida por los consumidores chinos.

"La oficina fue inaugurada en 2012 en Shanghái, y actualmente cuenta con un equipo de más de 35 personas en China continental, además de profesionales en otros mercados clave del continente. Su objetivo principal es estar cerca de los clientes y consumidores, adaptando las estrategias al contexto local", señalan desde Concha y Toro. Su representante allá es **José González**, gerente corporativo de Asia, quien reside en Shanghái desde hace 10 años.

"En términos generales, las oficinas comerciales de Chile en el exterior cumplen un rol estratégico como plataforma de apoyo integral para las empresas chilenas que buscan posicionarse y expandirse en mercados internacionales", explican desde ProChile, que tiene directores comerciales en Beijing, Shanghái, Chengdú y Guangzhou.

Otras empresas optaron por instalarse en Hong Kong, otrora el centro financiero desde donde las compañías chinas salían al mundo bursátil. Es el caso de Ripley, que tiene allá un equipo de 44 personas. En ese mismo distrito administrativo también vive Jean Salata, el segundo chileno más rico del mundo, número 15 en Hong Kong, con una fortuna de US$5.900 millones.