

Fecha: 27-03-2022
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Actualidad
Título: CREMAS COSMÉTICAS CORÉANA, LA REINVENCIÓN DE RICARDO LESSMANN: "No hay ningún negocio que no sea desafiante"

Pág.: 4
Cm2: 1.287,2

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida

Empresario Ricardo Lessmann Cifuentes (70) acumuló en su carrera más de 60 viajes a Corea, fruto de la relación que por 35 años mantuvo con ese país trabajando, vinculado a la automotriz Hyundai. Y fue durante 30 años presidente de la Cámara de Comercio Chileno Coreana, cargo que ocupó desde 1991 y hasta septiembre de 2021. La semana pasada, el martes 15 de marzo, recibió un galardón que sintetizó esa trayectoria: la Medalla Orden al Mérito del Servicio Diplomático, por sus "servicios meritorios sobresalientes en mejorar las relaciones y promover la amistad bilateral", reconocimiento concedido por el Presidente de la República de Corea, Moon Jae-In, por intermedio de la Embajada de Corea en Chile. A la ceremonia de condecoración, realizada en el Club 50, asistieron unas 60 personas, incluido por cierto el embajador de Corea del Sur en Chile, Kyungtae Hwang, el ex presidente de Chile Eduardo Frei Ruiz-Tagle; el esenador Andrés Zaldívar, empresarios, ejecutivos y diversos representantes de las comunidades chilena y coreana.

"Esta es una condecoración directa del Presidente de la República de Corea, por mi trabajo en la relación Chile Corea durante los últimos 35 años. Una parte es lo que hice con Hyundai, pero lo importantes es el acercamiento que busqué como presidente de la Cámara, un trabajo continuo tratando de promover el comercio entre los dos países. Me tocó ir con los presidentes Bachelet y Piñera en las delegaciones comerciales, la promoción de los productos coreanos.

Para el laboratorio Coréana, esta es la primera operación en América Latina, y también para Lessmann es la primera vez que gesta un negocio con sus hijos.

Cuando partimos no había nada. El TLC entre ambos países nació de una reunión que tuve yo con el Presidente Eduardo Frei Ruiz-Tagle en La Moneda, en los 90, cuando vino el *chairman* de Hyundai. Invité al embajador coreano de la época y este le dijo al Presidente Frei si le interesaría negociar un tratado. Así nació", rememora.

El año pasado, la relación de Lessmann con Hyundai cambió, luego de que Automotores Gildemeister (AG), la firma que gestó en los 80, se acogiera al Capítulo II en Estados Unidos (ver recuadro). Pero eso no terminó con la relación de Lessmann con Corea. Al contrario. En completa reserva, ya desde el año pasado que está gestando otro proyecto también vinculado con esa nación asiática, esta vez en la industria de la belleza. Lessmann creó la sociedad importadora C-Trade SpA y selló un acuerdo con el laboratorio Coréana—firma que está en una avanzada para extender sus operaciones hacia occidente—, para la importación y distribución exclusiva de sus cremas faciales y corporales para tres mercados, Chile, Perú y Uruguay.

En C-Trade, la propiedad se divide en quintos de participación: 20% Lessmann, y 20% cada uno de sus tres hijos, Eugenio, Cristóbal y Sebastián—porcentaje manejado por Lessmann, quien también es CEO de la nueva compañía—, mientras otro 20% corresponde a un ejecutivo de AG que en junio dejará la automotriz y llegará a trabajar con Lessmann.

Para el laboratorio Coréana, esta es la primera operación en América Latina, y tam-

CREMAS COSMÉTICAS CORÉANA, LA REINVENCIÓN DE RICARDO LESSMANN: "No hay ningún negocio que no sea desafiante"

Desde 2019 viene gestando este nuevo negocio, que cristalizó en la sociedad C-Trade, donde también participan todos sus hijos. Esta firma llegó a un acuerdo exclusivo con el laboratorio Coréana para distribuir sus productos en Chile, Perú y Uruguay, y cuyo siguiente salto es Europa, "a la península ibérica, España y Portugal", afirma el empresario, quien acaba de recibir una condecoración, la Medalla Orden al Mérito del Servicio Diplomático, que concede el Presidente de la República de Corea. Aquí repasa su vida empresarial marcada por Hyundai. "Voy a seguir trabajando con Elliot en la medida en que ellos requieran", dice. • AZUCENA GONZÁLEZ



Ricardo Lessmann creó con sus hijos la firma C-Trade, que representa a la firma Coréana. Explica que la letra C representa Chile, Corea y China, pues también planea traer productos de ese origen.

bién para Lessmann es la primera vez que gesta un negocio con sus hijos. "Estaba pendiente", confirma el empresario.

La operación en Chile y lanzamiento partió en octubre de 2021, mientras la internacionalización hacia los otros dos mercados, el empresario la estima para este año, bajo la modalidad de encontrar *partners* locales, pero donde C-Trade sea la mayoría. Misma fórmula que ya visualiza para el siguiente salto. "Quiero ir a Europa, ya lo tengo conversado. A la península ibérica, España y Portugal", revela, descartando otros mercados de Latinoamérica. "A todos los conozco. Son países difíciles", dice.

"¿Cómo partió todo? Como todas las cosas de la vida, las casualidades se van dando. Yo había estado en Londres y ya tengo una tienda Harrods encontré en un rincón K Beauty, puros productos coreanos que registré en mi mente", cuenta Lessmann. Y cuando en 2019 había estado en Corea, un antiguo amigo que había trabajado en Hyundai, le insistió en que si quería hacer un negocio bueno con productos corea-

nos, le pusiera atención a esta cosmética, lo que motivó que le encargara a su hijo Cristóbal que analizara este proyecto, y derivó en una negociación que hicieron totalmente telemática, por la pandemia. "El destino me lo puso antes", dice Lessmann, quien detalla que se entusiasmó porque se trata de productos de una compañía que está entrando en todo el mundo, los cosméticos son un giro con márgenes razonables y que en Chile representan un mercado que incluyendo cremas faciales y para el cuerpo, está en unos US\$ 350 millones a US\$ 400 millones.

Lessmann apunta a que, en régimen, cuatro a cinco años, alcancen un "diezmo", como dice, el 10% de la torta, con productos incluso veganos que van a segmentos masivos y *premium*. "No hay ningún negocio que no sea desafiante. Cuando partí con Hyundai, hace 35 años, marcas americanas me preguntaban qué iba a hacer. Y cuando tuve la primera instalación en A. Vespuccio, un director de General Motors, me preguntó '¿para Hyundai tiene esto? Sí, porque

voy a vender más', le contesté", rememora.

Los canales de comercialización de Coréana han sido la propia página web (Coréana Chile); los *market place* más importantes (Mercado Libre, Falabella, Paris, Ripley) y también la venta *retail* presencial a través de DBS (Beauty Store) y están por entrar a Cruz Verde, afianzando la presencia nacional. Hasta ahora, dice Lessmann, "nos ha ido bien. Yo esperaba que fuera más lento y está saliendo mejor y fácil. El K, de Corea, es hoy una marca registrada muy valiosa".

Todo hasta ahora le ha significado una inversión de unos US\$ 2 millones. "No hay deudas, ni préstamos de ningún tipo. Capital propio", aclara.

Negocios propios y a través de Minvest

La familia Lessmann ya tenía otros negocios, aunque —aclara el empresario—, algunos son manejados íntegramente por sus hijos, y otro por su esposa, Cecilia Meyer. Mientras Sebastián Lessmann se dedica hace años a las firmas Nova Promo y Nova Product (merchandising y marcas, respectivamente), el empresario y su señora —"manejado por ella y lo hace extraordinario", aclara Ricardo Lessmann—, tienen Agrícola Millahué, campos lecheros en la zona sur. Uno, ubicado a 20 kilómetros de la plaza de Osorno y otro en Entre Lagos. En total unas 2 mil vacas lecheras, con una producción de unos 11 millones de litros al año que entregan a Watt's.

Otra sociedad de Lessmann, Inversiones Millacán, agrupa sus inversiones inmobiliarias residenciales y comerciales. Y además, sigue vigente la sociedad Minvest, que era el *holding* dueño de la automotriz y donde participan las familias Lessmann (30%), Puntos Gildemeister (45%) y Baumann (25%), que tiene otros negocios inmobiliarios. También, a través de Inmobiliaria y Automotores Gildemeister, estos socios siguen siendo propietarios de la parte construida del terreno en Pudahuel, donde operan las instalaciones de Hyundai. "Nosotros somos los dueños y se lo arrendamos", detalla Lessmann. La otra mitad no construida de ese paño es de la firma automotriz, lo mismo que el edificio ubicado en avenida Av. Las Condes.

Lessmann detalla que aquí es el negocio en el que siguen juntos con las otras ramas familiares, y "la amistad que nos unió toda la vida y que nos sigue uniendo", dice. "Yo siempre he tenido ganas y energía de hacer cosas y me encuentro como me encontraba cuando partí con el negocio de Hyundai. Fallé. Me está renovando trabajar con gente joven. Aquí en C-Trade son todos *millennials*", dice.

Automotores Gildemeister: "La vida es como un tren. Esta fue una estación más"

Para entender la vida empresarial de Ricardo Lessmann hay que remontarse a su padre, Eugenio Lessmann, oriundo de Múnich, Alemania, quien tras vivir su juventud durante la Primera Guerra Mundial, con 21 años, en 1929, se vino a Chile a trabajar como técnico con el distribuidor en esos años de Mercedes Benz en el país, la firma Gutfarmann y Maurer. "Mi padre nació en 1908, creció durante la Primera Guerra, lo pasó muy mal. Por eso siempre decía que había una guerra para aprender a valorar el pan duro", refiere Lessmann. Tras llegar a Chile, Eugenio Lessmann se enteró de que el dueño de aquella firma distribuidora había muerto, pero en vez de regresar a Alemania, optó por quedarse, e instaló un taller mecánico donde hoy está el hospital de la UC en Mariposa.

Lessmann, que con su padre siempre habló alemán —"mi segundo idioma es alemán y el tercero es inglés", precisa—, estudió en el Colegio Alemán, pero ya a los 10 años me iba a trabajar los veranos debajo de los autos. Mi padre quería que yo estudiara mecánica y que me fuera a Alemania a hacer la práctica en un fabricante alemán. Pero yo le dije 'no me voy', pues quería ingeniería comercial", cuenta.

Así lo hizo, en la UC, entre el 1970 y 1975, aunque no sin esfuerzo, pues cuando su padre murió, en 1974, tuvo que, a la par, seguir con el negocio, el Garage Lessmann, ahora en Pío Nono 235. Con la ayuda de su amigo y compañero de estudio Fernando de Solimínac, comenzó a trabajar como gerente comercial del padre de este, Hernán de Solimínac, que manejaba la importadora de Mazda, Ford y Pegaso, hasta 1980. Allí saltó a Gildemeister SAC, distribuidora de Caterpillar y otras marcas de maquinaria minera. Primero fue gerente de carromatos, luego gerente de maquinaria, hasta que en 1985, buscando máquinas de chancado de minerales, llegó a la oficina de Hyundai Corp. en Santiago. Le contestaron que no tenían el

producto, pero fue la instancia en que Lessmann conoció los modelos de autos Pony de Hyundai, cuyo distribuidor, Autonor, había quebrado en el 82, y la fábrica coreana no había decidido qué hacer. Lessmann le planteó traer los repuestos, pero la respuesta fue negativa, hasta que en octubre de 1985 lo contactaron, pues venía a Chile de Corea un gerente de Hyundai Motor Company. Fue allí cuando Hans Dieter Baumann acompañó a Lessmann en la idea de perseverar en esta negociación para traer los Hyundai.

No fue sencillo ni automático, pero Lessmann —que era un ejecutivo, no socio de Gildemeister SAC— comenzó a enviar todos los meses a Corea datos del mercado automotor chileno, por fax. En marzo de 1986 le dieron el vamos para que fuera a Corea a conversar, lo que hizo acompañado de Baumann. Lessmann quería firmar un contrato de distribución, pero los coreanos le pidieron primero tener taller, montar el negocio y después firmar. "Hicimos la inauguración en octubre, en Alameda 2488, que se cerró hace tres años. Yo lo mantuve por cariño", rememora.

En una época en que las estrellas del mercado chileno eran los autos americanos, Lessmann hizo el siguiente ejercicio. "Si uno paraba a un taxista, y preguntaba qué tal el Pony, decía 'llevo 400 mil kilómetros y no ha fallado nada. Yo pensé '¡ahí hay futuro'. Hyundai era un grupo enorme, tenía astilleros, maquinarias", cuenta. Eso, hasta que en el año 90 los de Gildemeister le plantearon que el negocio se cerraba, porque su rubro era la maquinaria. "Yo no estaba de acuerdo", cuenta Lessmann. Plantó irse, y final-

mente arribaron a un acuerdo: que se quedara con el negocio automotriz —Automotores Gildemeister (AG)—, con el 30% y un pacto de accionistas con limitantes en reparto en utilidades y en la gestión para los otros socios, pues esta quedaba para Lessmann como presidente ejecutivo, lo que partió el 2 de mayo de 1991. Debutó vendiendo unos 50 autos al mes, los Pony y los Stelkar. "El negocio se fue para arriba como espuma".

El 1 de abril de 2021 AG anunció que entraba al Capítulo II en Estados Unidos para resolver su endeudamiento. Tras el proceso, el fondo Elliot —que era el tenedor de los bonos y mayor acreedor— tomó la propiedad. Ni Lessmann ni las otras familias socias quedaron con porcentaje en la compañía. "Nos diluimos totalmente", revela. No obstante ello, Lessmann hoy sigue siendo el presidente de directorio de la sociedad radicada en Estados Unidos, matriz de la operación de AG, como parte del acuerdo. "Elliot tenía mucho interés en que yo me quedara, por el conocimiento y la relación", explica. También le pidieron que se quedara de presidente de Gildemeister Perú y es parte del directorio de Amicar (la sociedad con Dorco). Su hijo Cristóbal también continúa en AG liderando la división Fortaleza.

La solución para la viabilidad de la compañía era lo que había que hacer. Cuando uno hace algo, quiere que eso viva, no que muera. Lo que más le ha tratado es apoyar en lo que puedo para que la compañía siga proyectándose y tenga el futuro que siempre pensé, que es crecer más. Voy a seguir trabajando con Elliot en la medida que ellos requieran y me necesiten. Estoy

apoyando todo lo que puedo", dice.

Lessmann prefiere no proyectar. "Estamos partiendo. No me quiero poner más allá de los dos años. No tengo problema en seguir apoyándolos. Yo no me meto en la operación, ni pregunto. No existe nada peor que el antiguo dueño o gerente se empiece a meter. No corresponde. Mi rol es estar informado de lo que pasó en la compañía, revisar los estados financieros y las presentaciones que se hacen al directorio". Revela que en 2021 ya hubo resultados en azul: "El negocio automotriz está pasando por un *boom* extraordinario. Hay pocos autos, a precios altos. No hay mundo mejor".

Del paso de AG por el Capítulo II —compañía que llegó a vender US\$ 1.500 millones— y si los socios evaluarán algún plan B, como capitalizar o buscar otros socios, plantea: "El Capítulo II fue la mejor alternativa que había, porque queda saneado legalmente, preacordado ordenadamente. La vida es como un tren, en que uno va pasando por muchas estaciones. Esta fue una estación más. Estoy orgulloso de lo que hice y preocupado de que la gente que estaba en la compañía siguiera con continuidad de trabajo. Qué más destruyera hubiera sido bajar la cortina. Terrible. La compañía se merece la oportunidad que tiene hoy día y yo, en lo que pueda colaborar, voy a hacerlo para que la tenga". Y nuevamente revela: "Estaba presupuestado desde hace más de 15 años que yo me retiraba en 2020 de la operación. Eso estaba en el pacto de accionistas. Lo definí yo, pensando en que iba a llegar a los 70 años. Yo puse esa cláusula". Y concluye: "Las decisiones se tomaron según lo que en ese momento se consideró que era lo correcto. Frente a mis socios, brutalmente tranquilos. El negocio fue generando utilidades en 30 años, una parte se reinvertió y otra se retiraba. Fue la astucia comercial nomás".

