



Error al crear la imagen

Todo comenzó con 600 mascarillas.

Nunca en su vida había comprado tantas. El día antes de regresar a China, Felipe Arancibia metió en su maleta ocho cajas que había adquirido en Chile. Había salido de Shenzhen rumbo a Santiago el 14 de enero, cuando el coronavirus de Wuhan apenas salía en las noticias. Pero quince días después, el brote amenazaba con convertirse en pandemia: se había extendido a Tailandia, Japón, Estados Unidos y Francia, entre otros 16 países, y según cifras oficiales, para entonces 361 personas habían fallecido.

Arancibia tiene 40 años, vive en Shenzhen, está casado con una ciudadana china, tiene un hijo y se dedica a las exportaciones. Mientras habla a través de una videollamada golpea un *punching ball*.

—Yo estaba en Chile cerrando un negocio de patas de pollo y mi señora me encargó mascarillas. Ella tuvo que quedarse todas las vacaciones en Shenzhen y me decía que estaban agotadas —recuerda.

El 23 de enero, Hubei, la provincia a la que pertenece la ciudad de Wuhan, entró en cuarentena. Más de 50 millones de personas quedaron confinadas en sus casas, y en una gran parte del país el gobierno decretó la obligación de transitar con mascarillas. Desde entonces que comenzaron a escasear. Al regresar a Shenzhen, Arancibia se encontró con un país muy distinto.

—Como venía de viaje, me dejaron en cuarentena. Empezaron a restringir el movimiento en las ciudades y a cerrar fronteras. Los chinos crearon una aplicación para rastrear los desplazamientos. Cada vez que ibas a un lugar, escaneabas un código que registraba tu hora de entrada y salida. Pero, en general, nadie quería salir. Si veías a alguien en la calle, cruzabas pa-



Felipe Arancibia inspeccionando la fábrica de mascarillas donde cotizó precios para la Cenabast.

ra el frente para no toparse —cuenta.

Arancibia agrega que durante esos días, en que se festejaba el Año Nuevo chino, las fábricas se paralizaron indefinidamente para frenar el avance del virus. Varios pedidos que él había hecho antes quedaron en espera y su empresa de importaciones y exportaciones prácticamente no tuvo ingresos. Y entonces pensó en las mascarillas.

—Tenía que buscar la forma de hacer plata para pagarle a la gente que trabaja conmigo. Así que llamé a mi hermana, que vive en Chile, y le pedí que me buscara mascarillas allá. Encontró un millón, pero cuando estábamos listos para cerrar el trato, otro chino se metió entre medio y las compró —explica.

La primera semana de febrero, el gobierno chino admitió que necesitaba importar mascarillas con urgencia. Los 20

millones de unidades diarias que se fabricaban en el país, según cifras oficiales, no daban abasto para una demanda de casi 300 millones de personas obligadas a cubrirse la boca, que vivían en las regiones más afectadas por el virus. Y fue así como empezaron a importar.

—Los chinos quebraron el *stock* del mundo —agrega Arancibia—. Hay *traders* que se hicieron millonarios. Imagínate que yo, por importar un millón de mascarillas desde Chile, iba a hacer 50 palos. Saca la cuenta si traes 20 o 50 millones.

El negocio no solo estaba en el volumen, sino que también en el precio. Si antes el costo en fábrica de una mascarilla era de aproximadamente 20 pesos —cuenta—, en el *peak* de la demanda llegó a transarse a más de 15 veces su valor.

—Acá hay una psicosis. Sales a la calle y no ves personas sin

mascarillas. Solo en la empresa donde trabaja mi señora son dos mil personas, por lo que necesitas al menos dos mil unidades al día.

Para la segunda semana de febrero, en Chile ya casi no quedaban mascarillas disponibles. Gran parte de ellas —dice Arancibia— habían sido enviadas a China. La noticia del quiebre de *stock* apareció en la prensa. Pese a eso, él encontró 38 mil unidades en Santiago, de esas quirúrgicas de tres pliegues. Pagó 2.380 pesos por cada caja de 50 y el 2 de marzo las recibió en su oficina. Dice que apartó 3 mil para darlas en beneficencia y las otras 35 mil se vendieron en cinco minutos: según sus cálculos, invirtió 3 millones y ganó 6.

A los pocos días, el mismo vendedor chileno lo contactó para ofrecerle más cajas, pero esta vez habían subido a 9 mil pesos. Arancibia no las quiso.



Desde aquel 2 de marzo, Felipe Arancibia trabaja en doble turno. Por la diferencia de horario, en el día visita fábricas de mascarillas y en las noches, cuando en Chile todo comienza a funcionar, se conecta con sus clientes, los que también están en España, Colombia y México. Su oficina está en un departamento que arrienda cerca de donde vive, en una comunidad llamada "Four seasons garden". Allí emplea a cuatro personas que le ayudan en la cadena de logística, desde clientes que necesitan cotizar un producto hasta los envíos. O al revés, si algún chino necesita algo que importar, él activa sus redes en el mundo.

Arancibia llegó a China en 2015, después de un viaje que comenzó cuatro años antes, cuando salió de Chile siguiendo a una polola española con la que había tenido una relación de seis meses. Pero al llegar a Europa supo que ella estaba en pa-

reja con otra persona. Tras eso se fue a Francia, donde intentó ingresar a la Legión Extranjera, dice. Luego anduvo por Alemania, Dinamarca, Noruega, Corea del Sur y China, donde conoció a su esposa.

Arancibia muestra su oficina a través del teléfono. Mientras lo hace, cuenta que tiene una pyme que se llama “Felipes Importadores”, cuya matriz está en Hong Kong, con sucursales en España, Corea, Brasil y Chile. En estos cinco años, desde allí ha despachado decodificadores, lentes, luces led, vasos para empresas, cortamasas para una compañía de pastas industriales, organizadores de zapatos, *scooters* eléctricos e incluso muñecas sexuales, que en su experiencia son furor en Japón. Normalmente —explica—, la oficina tiene más movimiento, pero desde que se decretó la emergencia por el coronavirus, siempre está solo.

Es el 2 de marzo y mientras todos duermen en Shenzhen, él manda correos a Santiago. Hoy es un día importante:

—Mi embarcador va ahora al aeropuerto y me tienen que traer 350 mil mascarillas que importé desde Bolivia —dice.

Después de vender las 38 mil que compró en Santiago, un contacto brasileño le dijo que un amigo, de un amigo, de un amigo, podía conseguir más unidades en Santa Cruz de la Sierra. Esta vez, Arancibia no actuó como el comprador, sino que fue el intermediario. Se las ofreció a un inversionista chino y le cobró el 5 por ciento de la comisión, el mismo porcentaje que se lleva siempre, cuenta. Le pidió a su hermana en Chile que fuera a supervisar el envío en Santa Cruz y el trato se cerró el 21 de febrero. El negocio era una locura. Pocos meses antes, esas mismas mascarillas habían viajado desde la provincia de Jiangsu a Bolivia y ahora estaban listas para regresar al mismo



El 2 de marzo, Felipe Arancibia recibió en China 38 mil mascarillas que había importado desde Chile. Apartó 3 mil para darlas en beneficencia y las otras 35 mil las vendió en cinco minutos: según sus cálculos, invirtió 3 millones y ganó 6.

ARCHIVO FELIPE ARANCIBIA

mercado de donde habían salido, pero mucho más caras.

Esa noche, mientras el cargamento aguardaba en una bodega para ser devuelto, en Santa Cruz comenzó un carnaval que duró cuatro días. El detalle puede parecer una frivolidad, pero complicó el negocio.

—Resulta que el boliviano apagó el teléfono el 21 de febrero a las 6 de la tarde y no contestó hasta el miércoles siguiente. Ese día, mi embarcador fue a buscar la carga y en la aerolínea le dijeron que no había espacio para enviarla. Pasó el viernes y el sábado, y no habían embarcado. El cliente me pidió que le devolviera la plata y el negocio pasó a ser mío —explica.

Arancibia tuvo que asumir un costo que no tenía previsto: pagó 28 mil dólares por el producto, 16 mil por el transporte y comprometió otros 20 mil en comisiones para los cuatro intermediarios que habían participado en el negocio. Todos, incluido él —dice el “Reporte de comisiones”— ganarían 5 mil dólares. Nada de esto hubiese pasado —asegura— si las mascarillas hubiesen salido ese viernes en que cerraron el trato.

Finalmente, el 2 de marzo las cajas fueron embarcadas: 1.225

kilos en total. El itinerario contemplaba una escala en Madrid para luego seguir a Shenzhen, pero en el camino el paquete se dividió y un lote quedó varado en España.

Aunque en China ya no están pagando los 340 pesos en que se transaban poco antes —agrega—, el negocio aún estaba por sobre el costo.

—Ya estoy chato. Esas mascarillas se han paseado por todo el mundo, quiero venderlas ahora —dice, mientras saca cuentas en voz alta y le pega al *punching ball*.



Felipe Arancibia toma una caja. En el video solo se ven sus manos. Muestra el envase y se lee una marca: “Sugama”. Adentro hay 50 mascarillas de tres pliegues y en el borde los datos de confección: “Fabricado por Yangzhou Super Union Import & Export, en Jiangsu, China, en junio de 2019”. Para ir a Bolivia y luego volver Shenzhen, las mascarillas han viajado 37.600 kilómetros en nueve meses. Arancibia abre la caja, toma un cubreboca y lo corta por la mitad, dejando ver las tres capas de la tela. Luego, le reenvía el video a posibles com-

pradores.

Han pasado tres días desde que llegó el cargamento y las mascarillas cada vez valen menos. La disminución de los contagios y la baja tasa de mortalidad que ha informado el gobierno chino en los últimos días, han “aplanado la curva” a tal nivel, que las fábricas que hasta entonces solo vendían al sistema de salud, han comenzado a enviar al mercado interno.

—Bajamos el precio. Empezamos a venderlas a 300 pesos cada una, pero después las ofrecimos a 290 y así. Las hemos ido comercializando de a poco. Por ejemplo, el otro día vendí 2 mil mascarillas a 278 pesos cada una —explica.

Arancibia no deja de pensar en el carnaval de Bolivia cada vez que tiene que negociar un monto más barato.

Durante estos días ha vendido alrededor de 70 mil mascarillas y, según dice, donó cinco lotes de 2 mil unidades cada uno para la comunidad donde vive, un colegio, la iglesia, los budistas y al consulado de España, que las hizo llegar a Europa.

—Iba a mandarlas a Chile, me comuniqué con el consulado, pero no me pescaron. Me mandaron a hablar con Beijing y después con Shanghai, donde me dijeron que solo veían temas comerciales.

Aunque en China los precios van a la baja, en el mundo suben. La expansión del virus en Europa y América ha aumentado la demanda por estos implementos. Arancibia cree que nunca en la historia de la humanidad se han fabricado tantas como ahora. Y aunque él no ha podido vender las suyas, el negocio puja desde distintos frentes. Cuenta que una firma que no tiene el permiso para exportar lo contactó para enviar 50 millones de unidades y que un cliente chileno, a quien en 2016 le envió 12 mil chalecos reflectantes para automovilistas



El 26 de marzo, Arancibia visitó una fábrica de mascarillas en Longgang. Antes de la pandemia —explica— allí se fabricaban 400 mil unidades al día y ahora ampliaron el negocio a 5 millones por semana.

tas, en plena “fiebre” por esta prenda, lo llamó para que fuera a validar una fábrica a la que le había encargado 3 millones de mascarillas N95, que según la OMS protegen con mayor seguridad del virus.

Arancibia dice que le ofrecieron 10 mil dólares por el trámite, que consistía en ir a la ciudad de Anqing, a 360 kilómetros del epicentro de la pandemia, lo que conllevaba un gran riesgo de contagio. No solo en la misma ciudad, sino que en los aeropuertos y en el avión. Muestra unas fotos y unos videos que hizo durante la inspección: las máquinas, las operarias, el producto final y una secuencia en modo *selfie*, donde posa con una mascarilla recién confeccionada. No sabe en cuánto negociaron cada unidad, ni a quiénes piensan venderse en Chile.

Por entonces, los precios en Chile variaban entre los 500 y mil pesos cada una. La mayor parte de las farmacias no tenía

stock y en internet, la caja que Arancibia había comprado en 2.380 pesos la primera vez en Santiago, se estaba vendiendo en promedio a 35 mil. El 14 de marzo, además, el ministro de Salud, Jaime Mañalich, había hecho un llamado público a usarlas en el metro.

A los pocos días de regresar de la fábrica, Arancibia recibió un nuevo llamado de su cliente.

—Me preguntó cómo estaba para ir a quedarme a la fábrica por dos meses, porque les iban a entregar 300 mil unidades cada semana, hasta completar el pedido. Les dije que sí, pero que les tenía que cobrar lo que yo ganaba al mes vendiendo, porque tenía que pagarle a mis trabajadores, pero no me volvieron a llamar.

Tanto ese negocio como el de los 50 millones de mascarillas se cayeron.

—No me alucino con tantos números. Siempre se caen. Me interesa vender mis mascarillas y pagar mis cuentas. Hablé

con los comisionistas y logré reducir las utilidades para ponerlas a un precio más económico. Al principio estaba asustado, pero ahora me relajé: si en dos días no se venden en China, voy a mandarlas a Chile —dice Arancibia.



Desde su casa hasta Longgang hay dos horas de viaje. Arancibia maneja rumbo a otra fábrica de mascarillas. Es 21 de marzo y le han llegado noticias desde Chile. A través de un cliente que tiene acá, hace unos días contactó a un municipio de Santiago que decidió encargarle 100 mil unidades, pero el negocio no prosperó.

—Querían pagar a 30 días, pero acá no se puede —explica.

Luego de eso —continúa Arancibia— a través de un cliente que tiene en Santiago, contactó a la Central de Abastecimiento del Sistema Nacional de Servicios de Salud (Cenabast) y le pidieron cotizar 5

millones.

—Necesitaban urgente, pero les dije que acá antes había que producirlas. Les ofrecí las mías a precio costo, a 244 pesos, mientras conseguimos las otras.

Arancibia agrega que rápidamente encontró una fábrica dispuesta a hacer el encargo, a un precio más barato que las mascarillas que él había traído de Bolivia, y que desde la Cenabast le pidieron iniciar los trámites a través de Mercado Público. Pero el negocio, dice, nuevamente no prosperó.

—Querían pagar a 30 días. Empezaron a hablar cuestiones que no tengo idea, y que no tengo por qué saber. Se supone que estamos en emergencia y hay lucas para comprar al contado. Me decían que en Chile las leyes no permiten eso, pero yo les recordaba que no estaban comprando en Chile.

En el fondo —explica él— “querían que yo me hiciera cargo de pagar por la fabrica-

ción del producto y el envío, y luego cobrar”.

—Este era un negocio por 2 millones de dólares, de dónde iba a sacar esa plata —se pregunta, mientras maneja a Longgang—. Yo les había bajado mis costos operacionales al 1 por ciento, porque la idea era ayudar, pero si yo le decía al chino que le iba a pagar en un mes, me iba a mandar a la chucha. ¿Para qué esperar por un comprador si hay otros 25 que quieren pagar ahora ya? —se vuelve a preguntar.

Aunque las mascarillas siguen estando a un precio muy elevado en comparación al que tenían antes de la pandemia, Arancibia cree que el valor de fábrica está dentro de lo justo. Han subido las materias primas, las compañías están con poco personal, el mundo está demandando cantidades desbordantes y, como si fuera poco, las líneas aéreas prácticamente han dejado todos sus aviones en tierra, por lo que el transporte ha subido sus precios y tiempos de espera.

Como se necesita inmediatez, los barcos han quedado prácticamente descartados para este tipo de entregas y lo único que está dando cobertura asegurada son las empresas de *courier*, como UPS y DHL, que también están trabajando al límite.

Desde DHL Express detallan que en estos últimos dos meses han transportado más de un millón de mascarillas desde China a Chile.

—Efectivamente, gran parte de los aviones comerciales que transportan carga han cancelado algunas de sus rutas, lo que ha afectado la operación de la industria. Para mantener un flujo constante de mercancías, tomamos las medidas necesarias, que en el caso de Chile consistió en la contratación de aviones cargueros. Nuestro impacto en tiempos de transportes ha sido de un día adicional



SERGIO ALFONSO LÓPEZ

En tres días más llegarán a Chile 6 mil mascarillas que Arancibia donó para dos centros de salud, en Illapel y Curicó. En la foto, pasajeros del Metro de Santiago durante la cuarentena.

en tránsito, dependiendo de las diversas medidas específicas de cada país y gobierno —explica Christophe Tortel, gerente de Retail y Marketing.

El envío —agrega— continúa igual que siempre: Hong Kong, Cincinnati, Miami y Santiago. Todo en cinco días.

—Tener una ruta —explica Arancibia— es un bien tan preciado como el producto mismo.

—Puedes tener las mascarillas, pero a lo mejor no hay nadie que te las lleve —dice, mientras ingresa a Longgang.

La fábrica que visitará es la misma compañía que había conseguido para la Cenabast, pero como el negocio se cayó, viene ahora en representación de otro importador, un cliente de España, que le ha pedido cotizar si los chinos están en condiciones de confeccionar 15 millones de mascarillas.

Las suyas, en tanto, siguen bajando de precio.



Los rodillos chillan como una bisagra seca. Tres capas de telas —dos celeste y una blanca— se

van uniendo en una larga línea. Luego, la máquina corta trozos precisos que caen a una caja plástica. Hay cinco estaciones de trabajo en el mismo proceso. En la sala del lado, otras cinco más para pegar los elásticos. Una china, enfundada en un traje esterilizado, pone los trozos cortados en una huincha transportadora, el brazo mecánico sube y, en una milésima de segundo, baja con precisión: clic, clic, clic, y así sin pausa.

Cada clic es una mascarilla terminada. Al final de la línea, una trabajadora las junta todas, mientras que al lado un operario sella las bolsas.

—Estamos en la fábrica, la materia prima está por allá, estas son máquinas semiautomatizadas y ahí está la gente empacando —dice Arancibia, en *off*, mientras graba.

El video fue realizado hace una semana y media en Longgang. Antes de la pandemia —explica—, en esa compañía se fabricaban 400 mil unidades al día y ahora ampliaron el negocio a 5 millones por semana. También están instalando líne-

as de producción del modelo N95.

—Conseguí un presupuesto por 15 millones de unidades y lo mandé a España. Ese envío aún está en espera —dice desde su oficina.

Es 26 de marzo. Arancibia recuerda que luego de regresar de allá, hace cinco días, Cenabast lo volvió a contactar por correo, junto a otros proveedores, para que cotizara más productos: 5 millones de mascarillas N95, 10 millones de tres pliegues, 220 mil escudos faciales, un millón de litros de alcohol gel y 32 millones y medio de guantes de látex en distintas tallas. “Se está barajando solicitar un avión para ir a buscar insumos a China”, cuenta Arancibia que le escribieron en el correo. Eso mismo fue anunciado oficialmente por el Gobierno.

Arancibia agrega que su equipo trabajó 48 horas seguidas para enviar un reporte detallado de cada uno de los productos, junto a sus respectivas fotos, certificaciones, valores, empaques y dimensiones. Encontró mascarillas de tres pliegues

a 250 pesos y N95 a 950 pesos. Pero esa misma tarde en que envió la información, desde la Cenabast le dijeron que comprarían en “plaza”, es decir, a importadores chilenos que traían productos desde China.

La decisión —cuentan desde la Cenabast— tiene que ver con el riesgo que significa pagar por adelantado las mascarillas “sin tener la certeza de si van a llegar, ni la calidad del producto”, agrega Valentín Díaz, director de la Central. Lo otro es la logística.

—La FACH nos explicó que enviar un avión para ellos significaba disponer de tres dotaciones de pilotos y personal de apoyo. Se demoraban 36 horas en ir y 36 en volver, y luego esas tripulaciones comenzaban una cuarentena, lo que impedía que pudiesen volar dentro del país para distribuir vacunas o medicamentos. En definitiva, no era una buena idea —explica.

Díaz detalla una cronología de cómo la Cenabast se ha ido preparando desde fines de enero para enfrentar el coronavirus. Cuenta que iniciaron un proceso de compra vía “trato directo”, porque necesitaban los productos de manera urgente y “las licitaciones son procesos lentos”.

—Tienen que estar 20 días levantadas en el portal, luego se van a revisión de la Comisión de Adquisiciones y después la toma de razón de la Contraloría. En fin, se hacen muchos problemas.

Por entonces —agrega Díaz—, China e India habían cerrado sus exportaciones de productos de seguridad. En la Cenabast había un *stock* de 480 mil mascarillas de tres tipos distintos, que estaban allí desde el verano de 2017 por la emergencia de los incendios forestales. Entremedio, todas las mascarillas necesarias para el sistema de salud habían sido distribuidas directamente desde los proveedores

a los recintos.

—¿Cuántas alcanzaron a comprar en febrero?

—Una cantidad pequeña. A mediados de ese mes compramos 2 millones 600 mil mascarillas de tres pliegues a un proveedor que las logró sacar de China. Por esas pagamos 500 pesos cada una, más o menos. A mediados de febrero no había ninguna mascarilla en Chile, y que nosotros hayamos comprado esa cantidad fue una gracia.

Desde entonces han estado negociando con proveedores locales. En mascarillas de tres pliegues, por ejemplo, han conseguido precios que fluctúan entre los 319 pesos y los 335, por unidad. Aunque el valor es alto en comparación a los 20 pesos que se cobraba en noviembre del año pasado —aclara Díaz—, “para lo que está costando ahora, es razonable”.

—Nosotros no compraremos mascarillas a 500 ni a 600 pesos —advierte.

La Cenabast reconoció el intercambio de información con Arancibia, pero que no siguieron avanzando. Este último agrega que luego de eso les hizo una advertencia: “Yo visité una fábrica hace dos semanas para empresarios chilenos que están comprando en China. No les ha llegado ni el 20 por ciento (de mascarillas). Los envíos se van a detener pronto y las fábricas no podrán cumplir con los despachos. Por favor, tengan cuidado”, les escribió.



Felipe Arancibia manda un número de seguimiento del servicio de UPS. Es 31 de marzo y en la pantalla se despliega una información: las cajas, que salieron hace tres días de Shenzhen, están ahora en Estados Unidos. Son 10 mil mascarillas para un cliente y 6 mil para beneficencia.

—Conversando con un cliente en Chile, este me dijo que en

los hospitales estaban haciendo sus propias mascarillas y decidí mandarles algunas como ayuda. No tengo ni uno, pero prefiero que estén allá y no en la bodega.

Arancibia eligió un Cefam de Illapel y un SAR en Curicó para hacerles llegar los productos. Cuenta que los videos en redes sociales, donde se ve a las enfermeras confeccionando sus mascarillas, lo asustaron. Más aún, al conocer las cifras de los funcionarios que están contagiados: 165 hasta el cierre de esta edición. Esta semana, además, el Colegio Médico publicó una encuesta en la que partici-

“Es una locura que la gente quiera hacerse millonaria en una pandemia”.

paron 2.227 trabajadores de la salud. Ante la pregunta “¿Cuáles de los siguientes elementos de protección personal para atención de público faltan en tu lugar de trabajo?”, un 78 por ciento dijo mascarillas N95 y el 46,97 por ciento, mascarillas quirúrgicas. Una situación que desde la Cenabast se apuran en negar.

—No tengo ninguna denuncia. Las de redes sociales son anónimas, tienen poca seriedad. A mí no me ha llamado ningún director de Servicio de Salud, ningún director de hospital, ni mucho menos la subsecretaría de redes para decirme que faltan mascarillas. El día de ayer recibimos 250 mil N95 y las estamos distribuyendo a

contar de hoy. No ha fallado el *stock* de elementos de protección personal en la red —asegura Valentín Díaz.

Desde el 10 de febrero hasta ahora —agrega— se han repartido 2 millones 700 mil mascarillas en la red de salud. El *stock* actual en bodega —detalla— es de 295 mil unidades. Para las próximas dos semanas se espera que lleguen 6 millones más, mientras una licitación por otras 5 millones se tramita en Mercado Público, la que recién será adjudicada en dos meses.

Según datos del Servicio de Aduanas, desde enero a marzo han ingresado al país 130.207 kilos netos de cajas con estos productos. Es difícil calcular a cuántas unidades equivale eso. En tres días más, las 6 mil mascarillas que Arancibia envió a Chile estarán listas para llegar como ayuda a Illapel y Curicó. A ese lote, sumó esta semana otras 100 mil que comercializará en Santiago. Aclara que no busca lucrar con la crisis sanitaria, sino que recuperar el dinero invertido vendiéndolas a un valor inferior al del mercado.

—La estoy enviando a precio costo, solo le sumé el envío y las comisiones que tengo que pagar. Eso hace que cada caja de mascarillas cueste aproximadamente 20 mil pesos, unos 400 pesos por unidad.

La cifra es muy cercana al máximo que la Cenabast ha pagado en estos meses y más barata que los 500 pesos en que compró en febrero.

—Es una locura que la gente quiera hacerse millonaria en una pandemia —agrega Arancibia.

Es de noche en China, y en Estados Unidos las mascarillas están listas para embarcarse a Chile. Cuando lleguen habrán recorrido una ruta de 57 mil kilómetros, desde su fabricación hasta el destinatario final. Una vuelta y media alrededor del planeta en nueve meses. S