

Malls chinos en Santiago de Chile. Inserción, posicionamiento y expansión comercial china en el barrio Unión Latinoamericana¹

Chinese malls in Santiago de Chile. Insertion, positioning and chinese commercial expansion in the Unión Latinoamericana neighborhood

Fecha recepción: marzo 2022 / fecha aceptación: mayo 2022

Jorge Moraga R.², Rodrigo Manríquez S.³, Giselle Invernón D.⁴ y Tomás Zamora K.⁵

DOI: <https://doi.org/10.51188/rrts.num27.648>

Resumen

El barrio Unión Latinoamericana, en Santiago de Chile, es el principal nodo de distribución de mercancías chinas en la zona centro-sur de Chile. Contiguo a la Estación Central de trenes de la ciudad, congrega la mayor comunidad de chinos del país, hoy con hegemonía de la provincia Zhejiang. Este artículo describe las prácticas sociales más relevantes en su instalación, posicionamiento y notable expansión en los últimos años, pese a las restricciones de la pandemia de Covid-19. Los tintes etnográficos que componen el texto insinúan la importancia de su disposición a generar redes legitimadas en una cadena de deudas, en torno a las cuales se acoplan los actores nativos, en una relación indispensable para la existencia del grupo. El establecimiento de ese vínculo, en especial cuando involucra autoridades locales, es uno de los fundamentos de las jerarquías intraétnicas, representadas en el barrio por el poder de “grandes hombres” de esta comunidad china. El éxito de sus redes, expresado en sus centros comerciales, se explica no solo por sus solidaridades y sumisiones internas, sino también por una potente relación extracomunitaria con agentes del Estado, otros migrantes y nativos chilenos.

Palabras clave: Chinos de ultramar (华侨 *huaqiao*); Migración china en Chile; Cadena global de mercancías; Empresarios chinos (个体 *getihu*; 伤人 *shangren*); Reciprocidad; Familias chinas (家 *jiā*)

1 Este artículo se enmarca en la investigación realizada en el Proyecto UCEN Resolución N° 28/2020 “Redes comerciales chinas en Chile: un estudio sobre características, tensiones y acomodados cultural”, del Instituto de Investigación y Postgrados de la Facultad de Derecho y Humanidades de la Universidad Central de Chile. Agradecemos a Wu Yi Fan, doctorante de la Universidad de Barcelona, su participación en la última etapa de esta investigación, en particular visitas a terreno realizadas en 2022.

2 Antropólogo, Instituto de Investigación y Postgrados, Facultad de Derecho y Humanidades, Universidad Central de Chile. Lord Cochrane 417, Santiago de Chile. Correo electrónico: jorge.moraga@uccentral.cl. <https://orcid.org/0000-0002-3230-9526>

3 Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile. Lord Cochrane 417, Santiago de Chile. Correo electrónico: rodrigojaviermanriquezsanchez@gmail.com

4 Antropóloga. Universidad Católica del Norte. Le Paige 380, San Pedro de Atacama, Chile. Correo electrónico: giselledge@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0002-4307-1912>

5 Estudiante en práctica de Antropología, Universidad Alberto Hurtado, Almirante Barroso 10, Santiago, Chile. Correo electrónico: zamora.kollmann@gmail.com

Abstract

The Unión Latinoamericana neighborhood in Santiago, Chile is one of central-south Chile's main distribution hubs for Chinese goods. Located next to the Estación Central train station, the area is home to Chile's largest Chinese community, primarily from the Zhejiang province. The ethnographic overtones in the text hint at the importance of their willingness to create networks based on a chain of debts, which Chilean actors join, thus forming relationships essential to the group's existence. Those bonds, especially when local authorities are involved, are fundamental to intraethnic hierarchies, as represented by the power of "strong men" in this Chinese community in the Union Latinoamericana neighborhood. The success of these networks, as expressed in their shopping centers, is attributable to their solidarity and internal summisiveness as well as strong extra-community relationships with State agents, other immigrants and native Chileans.

Keywords: Chinese migration in Chile, Overseas Chinese (华侨, *huaqiao*); Global commodity chain, Chinese entrepreneurs (个体 *getihu*; 伤人 *shangren*), Reciprocity, Chinese family (家 *jiā*)

Introducción

En el marco de las "nuevas migraciones" chinas, como se suele nombrar las originadas tras la "Reforma y Apertura" (改革开放-*Gǎigé kāifàng*) iniciada en 1978 por Deng Xiaoping (Nyiri 2005; MaMung 2000; Trolliet 2000; Pieke et al., 2004), especial preponderancia han tomado los llamados "consorcios familiares", que por lo general corresponden a PYMES (pequeñas y medianas empresas) con extensiones transnacionales (Wu et al, 2019). Estos nuevos chinos de ultramar (华侨, *huaqiao*, *overseas*) se caracterizan por una alta flexibilidad en los mercados que abordan, tanto por su capacidad para adaptar mercancías siguiendo la especificidad de la demanda en variadas partes del mundo, como también por sus formas comerciales, con mecanismos flexibles de préstamos y pagos, o por la inclusión de criterios de parentesco y amistad en las transacciones comerciales, que generalmente sobrepasan el cálculo económico (Simpfendorfer 2011; Wu et al 2016).

Como ya se ha registrado, en Chile la mayoría de sus mercancías ingresa por los puertos de Arica y la Zona Franca de Iquique (ZOFRI), donde comienzan un tránsito hacia Bolivia, Paraguay y luego el sur de Brasil (Tassi et al, 2012; Garcés, Moraga y Maureira, 2016; Müller, 2017; López-Guerrero 2018, Pinheiro-Machado, 2008; Pinheiro Machado 2018; Moraga e Invernón 2019). Pero un fenómeno de similar potencia se observa en Santiago, en especial en el barrio Unión Latinoamericana, foco comercial en acelerada expansión, hegemonizado por comerciantes chinos que canalizan el flujo de mercancías de los puertos de San Antonio y Valparaíso. En los últimos 10 años, en el barrio se han instalado 27 centros comerciales, llamados popularmente "malls chinos". De ellos, solo siete existían antes de la pandemia de Covid-19 (ver Figura 1 y Figura 2). ¿Cómo se explica tan relevante expansión?, en especial al constatar las cifras económicas del país en general, o la experiencia de otros grupos inmigrantes de Asia del Este, como el de Corea, por ejemplo, que vivió un masivo cierre de sus comercios en Santiago de Chile (Véliz, 2022)⁶. En el caso chino, este

6 El comercio coreano del barrio Patronato, por ejemplo, registraba 400 patentes el año 2016. Según datos de la Municipalidad de Recoleta, el primer semestre del 2021 quedaban en funcionamiento poco más de 200 (Véliz, 2022: 11).

nodo de distribución no sólo se ha expandido, sino que ha transformado el tipo de comercio, las relaciones sociales y laborales y la espacialidad pública del sector (Chan 2018; Ramírez y Chan 2018; Chan, Ramírez y Stefoni 2019). Corroborando la centralidad china, la Municipalidad de Santiago mantiene un proyecto para crear allí el primer barrio chino de Chile.⁷

Para intentar responder la pregunta e indagar en el fenómeno, conviene hacer un breve recuento del contexto. En primer lugar, es necesario considerar las diferencias que marcan entre sí los propios chinos del barrio. Los primeros de la RPC llegaron de la provincia de Jiangsu, especializados hasta la actualidad en tiendas de ropa para camas (edredones, fundas, sábanas). Hoy no representan más del 10%. También habita una población menor de la provincia de Fujian, que los dirigentes chinos estiman en un 20%, dedicada en su mayoría a los salones de máquinas tragamonedas. Y, por cierto, guangdoneses, los históricos en Chile (Chou 1996, Moraga 2018, Galaz-Mandakovic y Moraga 2021), que acá son numéricamente menos que los de Fujian. Mantienen algunos restaurantes, tiendas de ornamentos para el hogar y ferreterías, esta última línea manejada por un pequeño grupo, paisanos de la ciudad de Kaiping.

El cambio más relevante ocurrió en torno al 2010, cuando comenzaron a llegar con notoriedad los nativos de Zhejiang, quienes hoy representan más del 70% del mundo chino en el sector, según las opiniones de sus líderes y también se constata en terreno. Poco a poco lograron la hegemonía no solo comercial, sino reconocimiento político, y con ello, incidencia decisional en el territorio. Este reconocimiento desembocó en acuerdos con instituciones del Estado chileno y con líderes y agrupaciones no oficiales, informales, incluso estigmatizadas como delictuales. Por nombrar ejemplos, la Fundación Pro-Chile, aparato estatal enfocado en el comercio exterior, designó a Zhejiang como socio relevante para el empresariado chileno. Varios municipios chilenos con presencia zhejiangesa han firmado acuerdos de “hermandad y cooperación” con ciudades de esa provincia china. Tanto o más relevantes son los acuerdos con actores no oficiales, pues han permitido la convivencia y el establecimiento de un orden “desde abajo” con vecinos del sector. El barrio tiene una alta actividad delictual, con bandas organizadas de distinto tipo. Algunos son rateros que operan entre el tumulto o se dedican al robo menor en locales establecidos. Los más organizados controlan el espacio público de algunas calles y cobran por el derecho a instalar un puesto de venta a los vendedores informales. Los chinos, aparte de los grupos de WeChat que convocan para la autodefensa en casos críticos (como en el levantamiento social de octubre

7 La población china en Chile se concentra en las regiones Metropolitana, de Valparaíso, Tarapacá y Arica y Parinacota, donde habita más del 80%. Las 1.855 visas temporales y sujetas a contrato de trabajo registradas en todo el país hasta el 2003, contrastan con las 32.225 expedidas entre 2000 y 2019, con una clara tendencia al aumento a partir de 2010 (Migración y Extranjería 2022). De ellos, un porcentaje relevante es población que circula, que no se ha radicado en Chile. La estimación oficial, construida a partir del Censo 2017 y de los permisos de residencia postcensal, contabiliza 13.528 chinos viviendo en Chile al 31 de diciembre de 2021 (Migración y Extranjería 2022). Pese a que en los consulados chinos en Chile (Santiago e Iquique) no mantienen cifras oficiales, las organizaciones de esa nacionalidad calculan que hasta diciembre de 2021 habría unos 25.000 chinos radicados en Chile. Es destacable que del total de visas, cerca del 75 % corresponde a “patrones o empresarios por cuenta propia”.

de 2019 en Chile, durante el cual ocurrieron saqueos en tiendas del sector), crearon una guardia privada, pagada con aportes de la misma comunidad, con la anuencia municipal, compuesta por un grupo de vigilantes vestidos con uniformes negros, cámaras de grabación sobre sus cascos, walkie-talkies y bastones eléctricos. El punto es que esta policía privada, controlada por zhejianeses, funciona dentro de límites territoriales acordados con otros grupos que controlan el barrio. La “jurisprudencia” china, por ejemplo, funciona solo desde la calle Salvador Sanfuentes hacia el sur (Ver Figura 3). Las calles situadas hacia el norte, incluyendo la Alameda (principal avenida del centro de Santiago), son controladas por agrupaciones informales que “protegen” la venta callejera, a quienes la prensa local ha denunciado como “mafias”.⁸

La llegada de los zhejianeses se relaciona con la crisis económica que golpeó España a fines de los años 2000. En ese país vivían casi 200 mil chinos, el 90% de Zhejiang (Beltrán 2003, Moraga 2010). Su elite, propietarios de pequeñas y medianas empresas en China, comenzó entonces a mirar con mejores ojos hacia Sudamérica, donde algunos decidieron expandirse. En este caso a Chile, país que ofrecía un tratado de Libre Comercio vigente hasta la actualidad, que permite el ingreso sin impuestos de un sinnúmero de mercancías y servicios.

A esa coyuntura se suma el mandato social de un imaginario, en parte alimentado por el discurso oficial en China, que impregna Zhejiang con una tradición migratoria -que en realidad toma fuerza cuantitativamente sólo desde los años 1980, cuando se constatan los primeros qioaxiang (侨乡, pueblos con alta migración) (Beltrán 2003)- y una disposición al empresariado familiar que se ancló con facilidad a la política de permisos laborales de las reformas en China. Cabe recordar que esta provincia fue una de las primeras con autorización para crear pequeñas empresas familiares privadas (*getihu* 个体户). Esta dinámica empresarial, que algunos entusiastas del capitalismo han observado en toda China con una profundidad de al menos mil años (Gates, 1996), respondería en este caso a un habitus propio de Zhejiang. Un ethos con fundamentos en la “teoría pragmatista” (事功学, *Shìgōng xuéshuō*) de la Dinastía Song del Sur (1127-1279), que a partir de la escuela Yongjia (antiguo nombre de Wenzhou) propugnaba un gobierno con una de sus bases en el comercio (Cai 1999, pp. 28-31). Contexto no menor, que traspasa a sus huaqiao, quienes en los últimos 40 años dejaron de ser los despreciados del discurso oficial, para convertirse en ejemplos de patriotismo (Hsu, 2007). En ese mismo período, los zhejianeses han consolidado redes de pequeños y medianos comerciantes con reconocido peso simbólico y económico en el mundo (Luo 1997; Beltrán 2003; Moraga 2010; Moraga, 2012; Lin, 2006; Lin 2010; Lin 2011; Wu et al 2016). Hoy controlan o gravitan en los mercados mundiales de innumerables productos, desde encendedores y botones, hasta zapatos o variadas prendas de vestir, artefactos sanitarios, griferías y maquinarias agrícolas, por nombrar algunos. Si en la actualidad en China más del 90% de las empresas privadas son pequeñas empresas familiares, en Zhejiang sube casi al 100% (Lin 2006; Lin 2010; Lin 2011; Wang 2016). Se trata de familias que operan generalmente fuera de los sistemas de préstamos bancarios, al margen de las relaciones contractuales y del igualitarismo

⁸ Un recuento comparativo sobre las relaciones sociales en otros barrios chinos latinoamericanos se encuentra en Eng, 2021 (Eng, 2021).

de la ley universal. En Chile destacan las del departamento de Lishui, y dentro de éste, del cantón de Qingtian. Sus tránsitos migratorios apuntan en primer lugar a Europa, como hemos señalado, e incluyen redes parentales en sitios tan distantes como Dubai, Belgrado, Moscú, o un mosaico de países africanos y del Medio Oriente. En sus manos está la administración y control de los circuitos de proveedores de la mayoría de los malls del barrio que hoy nos ocupa.

Se ha escrito bastante sobre las formas en que la movilidad espacial, el proceso migratorio y las redes comerciales se mueven a través de las fronteras transnacionales, como lo hace casi toda la producción enmarcada en el transnacionalismo migrante (Portes, Guarnizo y Landolt 2003; Glick-Schiller et al 1999, entre otros). Sin embargo, se sabe muy poco de las legitimidades culturales y estructurales que este impulso vive en origen y menos de sus espacios de negociación y las tensiones en las sociedades de llegada.

En el contexto descrito resulta pertinente preguntarse en torno a las lógicas que explican la inserción, instalación y expansión de estos malls chinos ¿En qué consisten sus prácticas, cómo ensamblan, se acomodan o se ven obstaculizadas en los espacios locales chilenos? ¿cómo dialogan con las estructuras sociales en la sociedad de llegada?

Objetivados por esta mirada, hemos realizado observación etnográfica y entrevistas en el barrio entre marzo de 2017 y marzo de 2022. Para este texto, específicamente, procesamos 19 entrevistas en profundidad a dueños, administradores, locatarios, abogados y trabajadores de malls chinos, así como a algunos dirigentes de esta nacionalidad con presencia en el sector.

El barrio Unión Latinoamericana

El barrio Unión Latinoamericana es un sector comercial popular ubicado a un costado de la Estación Central de trenes, y a pocas cuadras de los terminales de buses interurbanos, principales puntos de contacto del sur del país con la capital. Desde fines del siglo XIX constituye uno de los principales sitios de ingreso de migración interna hacia la urbe y a la vez, un centro proveedor de mercancías para pequeños y medianos comerciantes que distribuyen hacia regiones. En ese barrio, que en un origen fue sólo la calle Meiggs y que luego se ha expandido por el Este hasta la Av. España y hacia el Sur hasta calle Gay, se encuentran casi todos los malls chinos de la ciudad.

Allí se comercializaban, entre los años 20 y 60 artículos de bazar, juguetes, paquetería, ropa y comida. Fue en los años 70 y 80 que en la calle Meiggs surgió el comercio de útiles escolares y artículos estacionales como adornos de Navidad o Fiestas Patrias, situación que se mantiene hasta el día de hoy, con aumento sostenido del número de locales y centros comerciales chinos. Para Navidad, por ejemplo, se calcula que unas 150 mil personas llegan diariamente a hacer sus compras al barrio,

que en la actualidad concentra más de 3.000 patentes comerciales, de las cuales los chinos mantienen más de 440 en el cuadrante descrito⁹ (Figura 3).

En América Latina los malls son reconocidos como un espacio social de consumo, enunciados por algunos como las “nuevas plazas públicas” (Salcedo y De Simone, 2012,12), “simulacros de espacios públicos” y “paraíso generalizado del consumo” (Moulian, 1987, p.57). Han sido resignificados una y otra vez por defensores del modelo neoliberal en el continente y duramente criticados por las ciencias sociales latinoamericanas de izquierdas que hacen énfasis en el impacto negativo que tienen en las sociedades civiles en el marco de la modernidad capitalista y liberal de consumo (Moulian, 1987).

La aparición de los malls en Chile data de la década del 80, constituyendo un modelo exitoso de negocios que ha logrado extender sus capitales a países vecinos (De Simone, 2012). Entre los primeros shopping center o proto-mall se cuentan los llamados Caracoles y Patios Comerciales que tuvieron como característica fundamental la conectividad peatonal con su entorno en zonas de alta concentración urbana o de futuras urbanizaciones (Salcedo y De Simone, 2012, p.4). Generaron un modelo que luego se extendió a toda la ciudad y a regiones. Le siguieron los actuales malls urbanos que se expandieron por toda la ciudad a partir de comienzos de los 90, y en la actualidad albergan millonarias ventas del retail. En sus espacios se encuentran grandes cadenas de supermercados, megatiendas de materiales de construcción, decoración y deportes, las principales marcas internacionales de vestuario y tecnología, aparte de filiales de alimentos chatarra y cines, entre otras ofertas. Configuran grandes centros de consumo, encuentro y recreación de la cotidianidad urbana.

Sin embargo, el barrio de los malls chinos no es un sector acomodado, ni apto para la recreación, ni para ir de paseo. Al contrario, es una zona históricamente habitada por segmentos populares de la población chilena. Es un sector con altos índices de delincuencia, que durante las noches, con el comercio puntualmente cerrado a partir de las 20 horas, se transforma en un descampado, pues pocos peatones se atreven a transitar, con escasas viviendas residenciales.

Sin embargo, la escena durante el día es de gran movilidad humana y de mercancías: innumerables clientes atestan las calles, en un constante ir y venir, entremezclados con los trabajadores del sector, principalmente chinos y haitianos que empujan carretillas y montacargas con cajas, bolsas o innumerables paquetes, en labores de carga y descarga o bien llevando mercancías desde las bodegas a las tiendas. También es posible apreciar un gran número de motos eléctricas, muchas veces sin placas de inscripción, también atestadas de bultos, conducidas por mujeres y hombres jóvenes de origen chino, que se abren paso a gritos entre la muchedumbre de vendedores ambulantes que atestan las calles Abate de Molina, Salvador Sanfuentes, Unión Latinoamericana y Sazie, entre otras.

En determinadas calles del barrio, un mismo espacio durante el día puede tener diferentes funciones según la hora, y se van generando patrones y tipos de actividades, en un contexto que a ratos se torna agresivo. Allí se cruzan intereses

⁹ La información sobre las patentes comerciales del barrio fue obtenida en entrevistas a dirigentes de las cámaras de comercio chinas presentes en el sector. El número de espacios comerciales y tiendas chinas fue registrado en el trabajo de campo de esta investigación, que incluyó la georreferenciación de todos sus locales.

de diferentes grupos sociales, intensiones, desesperos, economías informales, prácticas de sobrevivencias consolidadas, mercados en expansión, demandas de diferente tipo y una movilidad de cosas y personas que reitera una y otra vez la rápida mutación del barrio.

El plano regulador de Santiago, en los 80, permitió establecer bodegaje sin ninguna restricción. Las mercaderías comenzaron entonces a llegar rápidamente a las tiendas, por lo que podían vender más barato, al evitar el costo del desplazamiento de la carga hacia otras zonas de la ciudad. El sector de Unión Latinoamericana se convirtió en el foco de interés para el empresariado chino que comenzó a instalarse con la fórmula de vender sus productos sin intermediarios. El slogan más común era: “Directo de la fábrica al consumidor”, que aún se lee en algunos de sus frontis, ofreciendo mercancías a muy bajo costo en comparación con quienes dependían de intermediarios.¹⁰ La descarga de las mercancías también sirve como ejemplo de las negociaciones con los actores locales. La ley permite esta actividad sólo hasta cierta hora de la mañana, tras la cual los camiones debieran dejar libres las calles. Sin embargo, existe el acuerdo tácito de no penalizar al infractor si éste “invita a un café” al policía que lo sorprende, “café” que eufemísticamente nombra al pago de \$10.000 pesos (poco más de U\$10 dólares), según comentan los chinos. Como se ha consignado en más de una ocasión en torno a los mundos chinos, el “acuerdo particularista” prima sobre el “espíritu de la ley”, y no causa mayores resquemores entre los paisanos (Castellucci, 2007; Moraga e Invernón, 2019). Disposición social que convive con el interés genuino de sus líderes, empeñados en divulgar las leyes chilenas y estimular su cumplimiento. En ese aspecto, a los comerciantes chinos les cuesta comprender la lógica de algunas normativas comerciales, tributarias, de edificación, de formación de sociedades o contractuales chilenas. Un ejemplo de ello es la emisión de boletas para el pago de impuestos, que no existe en China. Por ello reciben asesoría legal con las entidades fiscalizadoras, como la Superintendencia de Electricidad y Combustibles, el Servicio de Impuestos Internos, o el Departamento de Migraciones, en reuniones organizadas por sus asociaciones. El rol de los líderes es clave, pues implica el desarrollo de contactos e inserción en estructuras oficiales nativas, un capital social indispensable que redundará necesariamente en su propio reconocimiento interno.

Los malls chinos y los “grandes hombres”

Los malls chinos surgieron a partir de 2010. Los primeros en el sector fueron: Universo Chino, Asia Pacífico, Galería Dragón de Oro, Portal Exposición, Mall Asociación Gremial de Empresarios Chinos (Parma) y Centro Comercial Zhejiang (Figura 1).

Luego de esa fecha, durante la pandemia de Covid-19, estos primeros Centros Comerciales se multiplicaron, de tal manera que en la actualidad suman 27 (Figura 2). Estos compiten el espacio con empresarios chilenos y de otras nacionalidades en el ámbito de lo formal, y en el informal con vendedores callejeros de mercancías,

¹⁰ Resulta ilustrativo comparar esta mayoritaria presencia de comerciantes chinos en Chile con otros sectores comerciales en Latinoamérica. Por ejemplo, esto no ocurre en Bolivia, donde pese a la gran presencia de mercancías chinas, el comercio en las ferias populares se encuentra controlado por las agrupaciones nativas, que no dificultan la entrada de chinos. El tratado de libre comercio entre Chile y China, que entró en vigencia el 2006, también es un estímulo para la migración de comerciantes chinos hacia Chile.

en especial zapatillas también de origen chino, vendidas por migrantes negros haitianos que se instalan en las calles aledañas a los frontis de sus negocios, en un permanente huir de la policía. En especial la acera sur de la Alameda, entre las calles Unión Latinoamericana y Exposición, es el espacio ocupado por estos vendedores. Las zapatillas son proveídas por importadores chinos, que las ingresan al país sin marcas, para sortear los controles de aduanas. Otro paisano provee luego las etiquetas respectivas, antes de ser comercializadas.

Figura 1.
Centros comerciales chinos en 2018.



Fuente: elaboración propia. Créditos: Tomás Zamora y Carola Pulgar.

Figura 2.
Malls y Centros Comerciales chinos en 2022.



Fuente: elaboración propia. Créditos: Tomás Zamora y Carola Pulgar.

Figura 3.
Distribución de Espacios Comerciales Chinos en el Barrio Unión Latinoamericana 2022.



Fuente: elaboración propia. Créditos: Tomás Zamora y Carola Pulgar.

El mall Universo Chino, ubicado en la calle Alameda N° 2939, fue uno de los cuatro primeros en instalarse, con una inauguración de gran revuelo, cobertura de prensa y televisión, y con la participación de los funcionarios municipales junto a los dueños del mall. Sus locatarios fueron recibidos en los primeros meses de trabajo con difusión de sus productos a través de un circuito cerrado de televisión (Moraga, 2018, p. 139).

Muy cerca de allí, en la esquina de Alameda con calle Maipú se encuentra el mall Asia Pacífico, que inició actividades en 2017. El edificio, refaccionado en función de ofrecer una máxima comodidad a locatarios y clientes, con negocios orientados principalmente a las ventas al por mayor. Su diseño incluye un gran sótano, dos pisos de locales para la venta y estacionamiento de varios pisos al costado del edificio (por calle Maipú). También contempló en su origen un patio de comida y se planificó un hotel de varios pisos. “El dueño de este mall es de Anhui, con familia de la RPC que desde Taiwán emigró a Chile hace más de 30 años. Su familia es dueña de la cadena de tiendas Fashion Park” (entrevista a dirigente chino). Él específicamente comenzó sus trabajos en Chile como bodeguero en los negocios de su familia taiwanesa, ahorró, mejoró y tuvo su fábrica de textiles en Chile y su empresa de importaciones, para luego incursionar en este negocio inmobiliario.

Por el frente de ambos malls, en la acera sur de la Alameda, casi a una cuadra de distancia se encuentra la Galería Dragón de Oro, considerada por la clientela chilena como el paraíso de las ventas de zapatos al detalle y al por mayor. Una gran cantidad de empresarios chilenos del rubro, con locales en comunas más pudientes, se surten allí de mercancías, para luego triplicar los precios al revenderlas en tiendas de comunas más pudientes, como Providencia, Las Condes y Vitacura.

El mall Portal Exposición funciona desde el año 2010 y se ubica en la calle Garland 89, en la esquina con Salvador Sanfuentes, a pocos metros de la Estación Central y de una estación de Metro. Cuenta con más de 110 locales que venden textiles, accesorios, tecnología y ofrecen una gran diversidad de servicios. Es reconocido por las carteras y complementos chinos, los productos de belleza y los zapatos, con diferentes niveles de calidad y precios.

En Sazie y Conferencia se encuentra el Centro Comercial Zhejiang, inaugurado el 2015. Su fundador es un empresario de Qingtian, Zou Jianbing, quien también preside desde 2013 la Cámara Comercial de Zhejiang. Es uno de los “grandes hombres” del barrio, quien ha logrado acumular un importante capital económico y simbólico, es una persona con mucho “peso” y “cara” (面, *mianzi*)¹¹. Como tal, mantiene relaciones con importantes autoridades tanto en China como en Chile. Ha sido uno de los organizadores de la “ExpoVino” en Qingtian, evento que reúne cada año a más de 750 compañías de vinos de todo el mundo, al cual invitó con todos los gastos pagados a los alcaldes de Talca y Curicó, entre otras autoridades, aparte de movilizar su *guanxi* (关系, relaciones) para lograr la asistencia del embajador y los cónsules de Chile en China. Sus donaciones son, sin duda, casi incontestables por la magnitud del gasto, resaltando su superioridad entre los paisanos. Es uno de esos

¹¹ El concepto de *mianzi* 面, traducido como “cara” remite a la principal fuente de capital simbólico de la cultura china, se refiere a la dignidad y prestigio que posee una persona.

“hombres que son como dioses” (Godelier, 1996). Como tal, sus aportes durante la pandemia de Covid-19 en Chile han sido significativos: en 2020, por ejemplo, donó 1.400.000 yuanes (más de U\$200.000 dólares), en recursos distribuidos por la embajada China en Chile, lo cual refirma el nivel de sus contactos. Su nombre es de peso, tanto así que ha sido entrevistado como empresario ejemplar en la oficial “Revista Comerciantes de Zhejiang”, publicada luego en el China Daily. Como benefactor, en su casa suele recibir a zhejianeses recién llegados a Chile, en tal cantidad que debe hacer “varias rondas de preparación de comida al día”, según expresa en ese medio. En su casa duermen paisanos en literas e incluso en el suelo. Sólo su despacho se mantiene sin gente, según explica con orgullo. Su mall en Santiago lo administra el tercer hermano, que antes intentó negocios en Italia, España y Portugal. El Sr. Zou y su familia mantiene una inmobiliaria y negocios de vestuarios en Europa, con ramas en Serbia y en el Medio Oriente. Actualmente su nombre cobró fama en China pues planifica construir un centro internacional de comercio de más de 20 hectáreas en la ciudad de Aral, la llamada “Perla del sur de Xingjiang”. Repitiendo un patrón cultural reconocido, una vez que un chino traspasa cierto umbral de riqueza, comienza a ostentarla, en un derroche agonístico (Moraga 2010; Mauss, 2008) que incluye la afición por difundir el arte y la cultura, por lo general en sus versiones oficiales. Entre otros eventos, el Sr. Zou organizó el 2012 la visita de un grupo folclórico de Chile a la ciudad de Lishui (Zhejiang).

Otro centro comercial destacado es el Mall Parma, en la esquina de San Alfonso con Grajales. Abrió sus puertas el 2010 y es administrado por otro “gran hombre”, Xu Yiping (Luis Xu), un profesional del diseño, oriundo de una aldea del condado de Qingtian, cuya familia en China se dedica a la producción y comercialización de textiles. Los locatarios de este mall en su mayoría forman parte de las redes familiares y amigos del Sr. Xu, quien, en continuidad con las pautas que entregan posición social entre los chinos, también formó su propia agrupación: la Asociación Gremial de Cultura y Comercio de China en Chile, que reúne a la comunidad de Qingtian-Lishui. Sus donaciones a la comunidad chilena por la Pandemia de Covid-19 han sido divulgadas ampliamente por los medios nacionales. Aparte de las ayudas a sus paisanos, a quienes entrega gratuitamente medicamentos chinos para compartir el Covid, suele officiar como “juez” en la resolución de conflictos en la comunidad. Su proyecto emblemático ha sido la construcción de un Barrio Chino en una calle del sector, que incluye la instalación de pórticos chinos y jardines. Durante años ha realizado lobby ante la Municipalidad de Santiago, lo cual ha incluido invitaciones pagadas a China a casi todos los concejales, el alcalde y otras autoridades del poder edilicio. Entre otras muestras de su reconocimiento “político”, logró el nombramiento oficial como “Ciudades hermanas” entre Lishui y Santiago.

En ambos casos destaca la necesidad del gasto excedentario de estos “grandes hombres” y el rol de la triangulación de un tercero en la conformación de las legitimidades internas. La representación ante la comunidad china se legitima por el reconocimiento de las autoridades locales chilenas y también por los vínculos con funcionarios poderosos en China, lo cual ratifica y da solidez a su posición intracomunitaria.

Otro mall destacable, si bien no se encuentra en el barrio, es el Mall Chino de la calle San Diego, el cual es necesario mencionar pues fue el primero de su tipo en la comuna de Santiago, ubicado en la esquina con Alonso de Ovalle. Surgió por acuerdos con funcionarios de la Municipalidad de Santiago, en un edificio que en un primer momento había sido cedido a artesanos lisiados. En sus comienzos eran solo familias de Qingtian, representantes directos de sus fábricas en China. En la actualidad se mantiene con una administración china y otra chilena en paralelo, lo cual ha permitido disminuir el número de conflictos entre diferentes tipos de locatarios (chinos y latinoamericanos) y sus trabajadores, en especial derivados de interpretaciones divergentes de las leyes laborales. En su interior funciona la Asociación de Comerciantes de Qingtian, que también alimenta vínculos políticos basados en la generación de deudas y regalos con funcionarios de la Municipalidad de Santiago y otras autoridades chilenas, especialmente por medio de invitaciones a China.

Empresa familiar, bancos y aduanas

En el caso del modelo comercial chino se combinan varias condiciones que aseguran el éxito, hasta el momento, en Chile. En primer lugar, las ventas al por mayor (con la mejor oferta de precios bajos por unidad de mercancía) condición que los diferencia del *retail* chileno. Los productos llegan a sus sitios de venta por la vía de importadores chinos, quienes distribuyen por lo general a otros locales y a vendedores de ferias, que compran grandes cantidades. El importador Hao Han Su, por ejemplo, según relata un agente de aduanas, “es uno de los principales importadores de jarrones de porcelana y de loza china y el distribuye a diversos locales y a los feriantes. Los de la feria hacen su agosto con los chinos. Los principales compradores de muchos productos chinos son los feriantes”.

En los acuerdos con los clientes, un empleado de tienda confirma la flexibilidad de los chinos cuando se ha cultivado la confianza, espacio en el que opera el trato de palabra y no el contrato ni la inmediatez de la transacción monetaria: “ellos siguen vendiendo y anotando sus cosas en un cuaderno. Te venden a ti, tú eres su cliente y ellos ven, confían en ti. Y en un cuaderno van llevando, te van llevando una especie de cuenta corriente. El día que tú decides no pagarles, él dice oye, pero porqué no me vienes a pagar. No me ha venido a pagar”.

Otros factores que inciden en su éxito, aparte de evitar intermediarios, se relaciona con su inserción en circuitos de producción familiar, en los cuales priman los acuerdos comerciales al margen del sistema bancario. Así lo explica uno de los entrevistados:

“China le vendía a un intermediario, y ese le vendía a otro u otros intermediarios y/o con la intervención de un banco, y en seguida eso llegaba a Chile. Esas intermediaciones suponían un gran aumento de costos, encarecían un producto muchas veces 30 o 40 por ciento. Finalmente nosotros (en Chile) recibíamos un producto que, fruto de esta intermediación llegaba a un valor mucho más alto que el que tenían en China. Al intermediar bancos, al intermediar otras personas el pago que se le hacía al productor en China se tardaba 90, 120 días, 150 días.

El cambio significó que en lugar de que yo le venda a un intermediario y este a su vez le venda, le revenda a otro y que llegue al consumidor final a un costo mucho más alto. Mejor hagamos lo siguiente: Yo en mi familia produzco los bienes. En mi familia tengo una empresa de carácter familiar en que produzco prendas de vestir. Y en lugar de yo venderle a alguien prefiero que alguien de mi familia se vaya y se instale en el mercado final. Yo así me salto toda la cadena de intermediarios para llegar a ese consumidor final”. (Entrevista al abogado del Mall Parma)

Por otro lado, se observan también cambios en las maneras de ejercer algunos roles en los malls. Por ejemplo los administradores ahora no son exclusivamente chinos, como en los inicios. Hay en la actualidad chilenos, como es el caso, entre otros, del Mall Ni Hao. Esta situación ha mejorado la eficiencia de los malls, al contar con expertos nativos que asesoran sobre las formas de operar en Chile.

Generalmente los comerciantes más grandes reinvierten y forman sociedades inmobiliarias. Un ejemplo de ello es el edificio y centro comercial que administra Inmobiliaria Parma. Como señalamos, gran parte de los tenderos son amigos o familiares del administrador. Desde allí algunos se han expandido a otras ciudades de Chile y han ido dejando a un amigo o a otro familiar en el local principal. “Ellos se han ido a otras ciudades. Claro, esos que llegan acá se han ido. Van llegando de China y se han ido haciendo cargo ellos de los negocios ahora”. (Entrevista a achino dministrador de mall).

La verdadera explosión de nuevos Centros Comerciales se explica en gran medida por estas razones y por la concentración de capital que han logrado paisanos de Zhejiang con redes transnacionales consolidadas, específicamente las de Qingtian, Lishui y más recientemente de Yiwu, un reconocido centro de venta de mercancías especializado en clientes de países no desarrollados, en gran número africanos, del Medio Oriente o Europa del Este. Estas nuevas construcciones, que en algunos casos han demolido manzanas completas para instalar sus negocios, por lo general llevan simplemente por nombre “Mall Chino” o “Nuevo Mall Chino”, y solo algunos tienen nombres de fantasía. Entre los más importantes destacan Ni Hao Market, HiperAsia, Yiding, Munditel, Lihua Ltda., Mi Buen Amigo Merkasia, entre otros.

El éxito en su expansión se debe entonces, en resumen, a dos factores. Por una parte, la efectividad de sus cadenas de apoyo intraétnicas, por lo general familiares, y por otra, a sus relaciones con redes nativas, oficiales y no oficiales.

“A medida que ellos generan más riqueza, la pirámide que se construye de carácter familiar tiene posibilidades de seguir creciendo, de seguir incrementándose. Es la familia en definitiva la que crece”, explica un informante que trabaja asesorando a empresarios chinos. Y agrega: “Desde ese punto de vista, no hay una interés de evasión tributaria ni de eludir el pago de impuestos. Por falsear datos, sino que lo que hay es una realidad comercial o un modelo de negocios que es distinto al modelo de negocios tradicional en Chile... No es que se vea la empresa como la unidad económica. La unidad económica es la familia. Entonces lo que se fomenta es el desarrollo de la economía familiar”.

En este escenario el empresario chino despliega su negocio. Recibe productos de su familia, desde China, y los pone a la venta, generalmente al por mayor. Según añade el abogado de un mall:

“La utilidad de ese negocio queda acá en Chile. Y a China se devuelve el costo de producción, que es menor. Eso es lo que se devuelve y se devuelve una vez o dos veces al año. Sin interés financiero. Sin costos de intermediación. Porque en definitiva son los costos, los costos ya están asumidos en China. Es lo que a la familia le costó producir esto, que es un valor mucho más bajo. La producción familiar y el fácil acceso a materias primas permitiría producir a bajo costo porque falta toda la cadena de intermediación que encarecía el costo del producto y que hoy día, vendido directamente, significa una economía en términos de costos mucho mayor y eso es lo que cuesta mucho al sistema de fiscalización en Chile comprender. En estas condiciones Aduanas frecuentemente plantea que existe subvaloración. Ese es el concepto que se usa. Pero acá no hay intervención del Estado en la producción de los bienes y servicios de China. En ese escenario es donde se plantea el cuestionamiento en Aduanas, los precios. Y es ahí donde me toca intervenir a mí. Yo demuestro que eso es lo que pagué. Lo que me cobraron es lo que pagué. Con eso se satisface la exigencia de transparencia en el mercado. Aduanas te pide, a ver, pero demuéstreme usted dónde está la carta de crédito que usted abrió para su compra... No, es que yo no, no uso banco. Pero ¿Cómo no va a usar banco? No. Si no uso banco. Pero ¿Cómo? Y ¿Dónde? ¿Cómo pagó? No, es que nosotros, mi cliente paga una o dos veces al año. El junta dinero y una vez al año, o 2 veces al año va, viaja a China o hace una transferencia a través de una casa de cambios, hace una transferencia y manda el dinero a China. Llevan la cuenta allá: Mira, tanto te mandé. Tienes que mandarme tanto. Y eso es”.

Sin embargo, un agente de aduanas da cuenta de otras prácticas de algunos importadores chinos, que hacen difícil de aplicar la ley chilena. Por ejemplo, “llenen contenedores con productos diversos que venden en los malls y declaran que es muy difícil definir lo que lleva el stock de los productos. Traen por ejemplo toda esta bisutería, todas las chucherías que traen, pulseras, relojes, anillos, gargantillas y te meten, no sé, paraguas, quitasoles, cremas y una serie de cosas, y ellos dicen que no es fácil declararlo. Pero eso es mentira, si para eso basta con un simple software, basta un simple software de control de existencias y tú sabes perfectamente bien cuántas cremas estás metiendo adentro de un contenedor, cuántos perros de ropa estás metiendo, cuántas tazas plásticas, tazas de loza... en fin, todo lo puedes detallar perfectamente bien, pero lo hacen como una manera de evadir el pago de los impuestos, porque lo declaran por valores ínfimos. Una taza la declaran como que vale 50 centavos de dólar y después tú vas a comprar la taza y te vale 5 lucas (cinco mil pesos chilenos, equivalentes a poco más de 5 dólares), o sea, no hay parangón. Las camisas también, las camisas. Llega mucha ropa de China, mucha ropa, la camisa te la declaran... eh, no sé po, vale 10 centavos de dólar una camisa de algodón y luego tú la vas a comprar a Falabella y te encuentras a 70 lucas. Entonces hay un margen diferencial impresionante, o sea el Estado Chileno está dejando de percibir una cantidad de impuesto por concepto de IVA, pero enorme, enorme”.

Esta práctica se ha hecho común, pues como no hay personal para revisar todos los contenedores, algunos empresarios prefieren pagar la multa en caso de ser descubiertos. “Ahora qué acontece, que la aduana a través del departamento de inteligencia, marca, marca al chino que hizo un fraude: esa es la empresa *importadora tres palitos*, entonces la próxima importación que haga se lo van a abrir, sí o sí, el container”, explica el agente.

La actividad comercial de los malls genera una gran necesidad de mano de obra, que emplea una cantidad importante de latinoamericanos, en su mayoría venezolanos, haitianos, cubanos, colombianos y ecuatorianos. En los tratos laborales, los patrones fijan salarios mínimos según las funciones requeridas, por medio de acuerdos de palabra que en paralelo contemplan contratos no siempre fieles a la realidad del servicio prestado. En general, sobresalen los acuerdos particulares entre locatarios chinos y migrantes indocumentados, tomados eventualmente a prueba, con la promesa de ser contratados al vencer dicho periodo, lo cual permite la regularización de la permanencia en Chile:

“Yo duré tres meses, trabajaba desde las once hasta las ocho [...] por ser vendedora y por ser mujer me dijo que trabajara menos tiempo. Me daba una hora de colación [...] Mi situación era en el momento en que ya entré a trabajar con ella yo ya había pedido el asilo. Ella me preguntó que cuál era mi situación migratoria, yo le dije que yo había pedido asilo, refugio y que bueno me tocaba esperar que me llegaran los papeles porque ese es un proceso largo. Y ella me dijo que bueno que mientras no me llegaran los papeles ella no podía hacerme contrato, porque sin RUT ella no podía hacer contrato. Y bueno yo le dije que estaba bien, que no había ningún problema. Y me dijo bueno al tener tus papeles yo te hago tu contrato. Esos 3 meses que estuve allá estuve sin papeles porque no me habían salido” (Entrevista a trabajadora del Mall Asia Pacífico)

En el caso particular de la entrevistada pudimos corroborar que en efecto se cumplieron los acuerdos establecidos. Al día de hoy se desempeña como responsable de una de las tiendas de su empleadora china, con contrato indefinido, debidamente firmado y con aumento de salario según el incremento de sus responsabilidades. Este tipo de situaciones generalmente llegan a buen puerto y estarían abriendo la posibilidad de que ese trabajador sienta una deuda de gratitud inmensa hacia su jefe chino. Este vínculo genera un conflicto de lealtades para el trabajador cuando consigue un mejor empleo y opta por renunciar al mall. Se pudo constatar que algunos latinoamericanos sorteaban el escollo proponiendo a sus propios parientes, ya en travesía hacia Chile, o recién llegados, para que los sustituyeran en el local chino. Así intentan saldar la deuda de gratitud con el empleador, pues queda implícita la responsabilidad moral por las acciones de quien dejan en sus puestos de trabajo, proyectando el vínculo ya construido con el mundo chino.

Para el pago de los trabajadores, es común el anticipo de dinero, lo que en ocasiones genera conflictos, en especial con los empleados chilenos, que apelan a la legalidad local, desconociendo los acuerdos verbales: “Les van pasando dinero y

van anotando en su cuadernito todos los dineros que le van pasando. Trabajador: necesito 3 mil pesos. Ya. 3 mil pesos, 5 mil pesos. Llega fin de mes: le dicen bueno. Tu sueldo era de 400 mil. Te descuento esto, te pago tanto. Y el trabajador le dice no, usted me tiene que pagar los 400, no pues si aquí está. Vamos a la Inspección del Trabajo. Ese cuadernito que tiene ahí no tiene ningún valor probatorio en la inspección del Trabajo” (Entrevista a trabajador latinoamericano).

En definitiva existen diferentes tipos de acuerdos para generar el empleo y cumplir con los pagos, en dependencia de si el trabajador es chino, chileno o latinoamericano, denotando predisposiciones y acuerdos particulares distintos según cada tipo de trabajadores.

Por otro lado para los dueños, administradores y locatarios de estos malls, es celosamente guardado el secreto comercial que les permite sobresalir y mantenerse activos en el mercado. La seguridad propia y ajena (de los usuarios o clientes de sus locales) es un tema crucial. Cada mall tiene contratado a tiempo completo a una misma empresa chilena de seguridad, que le da servicios al menos a cinco de estos recintos. Entre sus trabajadores es común observar a jóvenes latinoamericanos, contratados con todos sus papeles en regla. Cada local a su vez tiene un botón de pánico en el mesón de la caja registradora, donde generalmente si el local es chino, siempre se encontrará a su dueño o su administrador chino a cargo de la manipulación del dinero. La desconfianza de los locatarios chinos es tal que se respira en el ambiente cuando se va a comprar. Situación que obedece a los problemas de seguridad del sector, donde, como describimos, operan bandas especializadas de diferente tipo, desde el tráfico de drogas, “mecheros”¹² y asaltantes callejeros, hasta grupos que extorsionan exigiendo pago de dinero a cambio de protección.

Al respecto, como hemos señalado, ratificando la capacidad de los comerciantes chinos de establecer acuerdos no sólo con la policía y actores oficiales de variado tinte, algunos de sus líderes han logrado verdaderos pactos de convivencia en el espacio público con grupos informales, en ocasiones al margen de la ley, que ocupan estas calles.

Algunas propuestas y conclusiones

Los malls chinos del sector de Unión Latinoamericana en Santiago de Chile constituyen el principal nodo de distribución de la cadena global de mercancías chinas en esa ciudad, articulando redes hacia la zona central del país. Sus dueños, administradores y locatarios tienen experiencia previa en el rubro empresarial, específicamente en el área comercial y forman parte de extensas redes de empresas familiares. Por lo general comparten un origen común, Zhejiang, aunque también en menor medida hay paisanos de otras provincias, como Jiangsu y Guangdong. Antes de llegar a Chile muchos han trabajado en Europa, en especial en España, con redes de parientes en sitios tan variados como el Este de Europa, Africa y el Medio Oriente.

¹² Nombre popular para el ladrón que roba en locales establecidos, por lo general pequeños artículos, actuando con disimulo.

En el texto destacamos algunas tensiones y acoples con estructuras socioculturales locales, describiendo las prácticas más comunes que explican su instalación, posicionamiento y expansión. Constatamos que el éxito de su expansión se debe, en resumen, a dos grandes factores. Por una parte, la efectividad de sus cadenas de apoyo intraétnicas, por lo general con fuerte anclaje en lealtades familiares, y por otra, a sus potentes relaciones con redes nativas, oficiales y no oficiales.

Junto a su capacidad de adaptación a las exigencias del mercado y a la vida local en el barrio, es destacable que estas redes operan muchas veces al margen de los requisitos de la economía formal, por medio de préstamos fuera del sistema bancario, con tratos laborales que no siempre se ajustan a las leyes locales. A esto se suma su flexibilidad en la entrega de mercancías, construyendo lazos que muchas veces trascienden el intercambio puramente monetario.

A partir de lo expuesto, es posible proponer que las prácticas de estos sujetos chinos ponen en alta tensión algunos supuestos que la teoría económica liberal considera inscritos universal y naturalmente en todos los seres humanos. Aspectos tratados no sólo por la antropología sustantivista, sino también por otras escuelas sociales de economía: por ejemplo, la concepción del trabajo más allá de la relación salarial y su pago no sólo mediante dinero, la existencia de redes económicas que operan omitiendo e incluso negando la impersonalidad del mercado, la legitimidad de la noción de préstamo con intereses, o la moderna concepción del contrato a plazo fijo.

Con respecto a los propietarios los grandes centros comerciales, proponemos que esta elite potencia su posición dominante a partir de estrategias basadas en la "lógica del don". En el barrio, los "grandes hombres" reproducen y acomodan lógicas de poder legitimadas en China, país donde ya son empresarios consolidados. El caso analizado permite proponer dos de sus principales estrategias de posicionamiento: 1) la generación de deudas simbólicas y materiales en sus relaciones sociales, mediante las cuales ratifican su superioridad y establecen una cadena de reciprocidades difícil de evadir, que obliga a su continuidad, tanto en sus aspectos solidarios como de sumisión. Y 2) la competencia por el reconocimiento de las autoridades oficiales y no oficiales en Chile, por medio de pactos y acuerdos que legitiman el poder intraétnico.

Lo anterior permite plantear la existencia de ensamblajes y divergencias entre las lógicas del prestigio agonístico/aristocrático y la lógica contemporánea occidental del reconocimiento democrático. Obviamente la oposición entre cierto *ethos* social agonístico y cierto *ethos* democrático, igualitario, es demasiado simple. Aparentemente, el sistema agonístico se encuentra en los antípodas del derecho moderno, sin embargo, es asimismo evidente que su lógica opera a través de prácticas que generan respeto y equilibrio en su interior. Por lo tanto, a modo de proyección de este trabajo, proponemos la existencia de profundos lazos comunicantes entre estas estructuras "primitivas" y el derecho moderno.¹³ El paso desde la triangulación "concreta" del mito y las familias, a la "abstracta" del Estado abarca un extenso desarrollo que requiere una mayor investigación en torno a las legitimidades que en ese sentido se observan en los chinos de Chile.

13 Una inquietud similar propone Alain Caillé y Mark Anspach con respecto a la concepción del sí mismo y las políticas del reconocimiento basadas en el don o en la filosofía política (Caillé, 2004: 9; Anspach, 2004: 57-62).

Referencias bibliográficas

- Anspach, M. (2004). Violence et don. La Preuve par Troie. *Revue du Mauss*, 23, 57-62. <https://www.cairn.info/revue-du-mauss-2004-1-page-57.htm>
- Beltrán, J. (2003). *Los ocho inmortales cruzan el mar*. Bellaterra.
- Cai, K. (1999). Wenzhou renwen jingshen chutan. *Bulletin of Zhejiang Normal University* (Social Science Edition), Vol. 2, pp. 28-31.
- Caillé, A. (2004). De la Reconnaissance. Don, identité et estime de soi. *Revue du Mauss*, 23, 5-28. <https://www.cairn.info/revue-du-mauss-2004-1-page-5.htm>
- Castellucci, I. (2007). "Rule of Law with Chinese Characteristics". *Annual Survey of International & Comparative Law*, 13(1), 35-58. <http://digitalcommons.law.ggu.edu/annlsurvey/vol13/iss1/4>
- Chan, C. (2018). Imagining and Linking Latin America: Chinese Regional Mobilities and Social Networks in Chile. *Journal of Latin American Geography*, 17(2). 23-45.
- Chan, C., Ramírez, C. y Stefoni, C. (2019). Negotiating precarious labour relations: dynamics of vulnerability and reciprocity between Chinese employers and their migrant workers in Santiago, Chile. *Ethnic and Racial Studies*. <https://doi.org/10.1080/01419870.2019.1579919>
- Chou, D.L. (2004). *Chile y China, inmigración y relaciones bilaterales 1845-1970*. Centro de investigación Diego Barros Arana/DIBAM.
- De Simone, L (2012). Caracoles comerciales y otras especies en vías de extinción: la evolución del proto- mall en Santiago de Chile y su vigencia actual. Bifurcaciones. *Revista de Estudios Culturales y Urbanos*, 10. <http://www.bifurcaciones.cl/2012/11/caracoles-comerciales/>
- Eng, Y. (2021). De los barrios chinos en Latinoamérica y el Caribe. *Rumbos TS. Un Espacio Crítico para la Reflexión en Ciencias Sociales*, 24, 151-166. <https://doi.org/10.51188/rrts.num24.468>
- Galaz-Mandakovic, D., y Moraga, J. (2021). Migración china en Tocopilla. Heterogeneidad relacional y transformaciones internas (Chile, 1884-1960). *Rumbos TS. Un Espacio Crítico para la Reflexión en Ciencias Sociales*, 24, 85-128. <https://doi.org/10.51188/rrts.num24.467>
- Garcés, A., Moraga, J. & Maureira, M. (2016). Tres movilidades para una ruta: Espacio, comercio y transnacionalidad boliviana en Tarapacá. *Estudios atacameños* 53, 205-220.
- Gates, H. (1996). *China's Motor: A Thousand Years of Petty Capitalism*. Cornell University Press.

- Glick-Schiller, N., Basch, L., & Szanton-Blanc, C. (1999). From immigrant to transmigrant: Theorizing transnational migration. En L. Pries (Ed.), *Migration and transnational social spaces* (pp. 73-105). Aldershot, Hants, Ashgate.
- Godelier, M. (1996). *L'enigme du don*. Libraire Fayard/Flammarion.
- Hsu, C. (2007). *Creating Market Socialism. How Ordinary People are Shaping Class and Status in China*. Duke University Press.
- Lin, Y. (2006). Family entrepreneurs and their successors: field work in Zhejiang province. *China Perspectives*, 66, 28-38.
- Lin, Y. (2010). État, administration locale et initiatives populaires: l'institutionnalisation d'une pratique dans le district d'Yiwu. *Études Chinoises*, 29, 271-288.
- Lin, Y. (2011). Trust and institutions: industrial clusters in Zhejiang province. *Journal of African and Asian Studies*, 79, 203-216.
- López-Guerrero, M.L. (2018). La configuración del trabajo en el siglo XXI: el mercado Eloy Salmón y los movimientos moleculares del capital. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales* 62, 87-104.
- Luo, Y. (1997). Guānxi-principles, philosophies, and implications. *Human Systems Management*, 16, 43-51.
- MaMung, E. (2000). *La diáspora chinaise: géographie d'une migration*. GeOphrys.
- Mauss, M. (2008). *Essai sur le don*. Quadrige/PUF.
- Migración y Extranjería (2022). *Estadísticas Migratorias*. <https://serviciomigraciones.cl/estadisticasmigratorias/>
- Moraga J. (2010). *Chinos en Asturias. La reciprocidad en el imperio del cálculo*. Red de Museos de Asturias.
- Moraga, J. (2012). Las Nuevas “caras” (mianzi, 面子) en los chinos de España: reciprocidad y mercado. *Revista de Antropología Social*, 21, 217-250.
- Moraga, J. (2018). Reparto comunitario y gasto agonístico: diferenciaciones y hegemonías entre antiguos y nuevos migrantes chinos en Chile. *Rumbos TS. Un espacio crítico para la reflexión en Ciencias Sociales*, 17, 133-152. <http://revistafacso.ucecentral.cl/index.php/rumbos/article/view/589>
- Moraga, J. e Invernón G. (2019). Comerciantes transnacionales chinos en la zona franca de Iquique-Chile (zofri). Relaciones “particularistas” (guanxi 关系) en el “imperio de la ley”. *Revista Rumbos TS. Un Espacio Crítico para la Reflexión en Ciencias Sociales*, 20. 207-225. <http://revistafacso.ucecentral.cl/index.php/rumbos/article/view/359>
- Moulian, T. (1987). *El consumo me consume*. Lom Ediciones.

- Muller, J. (2017). La regulación del comercio en Bolivia: de la economía informal al mercado extralegal. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, 28, 119-134.
- Nyiri, P. (2005). *China inside out. Contemporary Chinese Nationalism and Transnationalism*. Central European University Press.
- Pieke, F., Nyiri, P., Thuno, M. y Ceccagno, A. (2004). *Transnational Chinese*. Stanford University Press.
- Pinheiro-Machado, R. (2008). China-Paraguai-Brasil: uma rota para pensar a economia informal. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 23(67), 117-133.
- Pinheiro-Machado, R. (2018). *Counterfeit. Itineraries in the Global South*. Routledge.
- Portes, A., Guarnizo, L. y Landolt, P. (2003). *La Globalización desde abajo: transnacionalismo inmigrante y desarrollo: la experiencia de Estados Unidos y América Latina*. FLACSO-México.
- Ramírez, C., & Chan, C. (2018). Making community under shared conditions of insecurity: the negotiation of ethnic borders in a multicultural commercial neighbourhood in Santiago, Chile. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2018.1497953>
- Salcedo, R. y De Simone, L. (2012). *El Mall en Chile 30 años*. TIRONI Asociados. Cámara Chilena de Centros Comerciales.
- Simpfendorfer, B. (2011). *The New Silk Road: How a Rising Arab World is Turning Away from the West and Rediscovered China*. Palgrave.
- Tassi, N. Arbona, J.M., Ferrufino, G. y Rodríguez-Carmona, A. (2012). El desborde económico popular en Bolivia. Comerciantes aymaras en el mundo global. *Nueva Sociedad*, 241, 1-13.
- Trolliet, P. (2000). *La diaspora chinoise*. PUF.
- Véliz, R. (2022). *Resiliencia empresarial en el empresariado PYME transnacional coreano pos estallido social de 2019 y Covid-19* [tesis para optar al grado de magíster en estudios coreanos, Universidad Central de Chile].
- Wang, J. (2016). SME Financing in Zhejiang province. [tesis doctoral, Universidad de Durham]. <http://etheses.dur.ac.uk/11675/>
- Wu, X., Ramesh, M., Howlett, M. y Wu, Q. (2016). Local Government. Entrepreneurship and Global Competitiveness: A Case Study. *CIJ*, 14(3). 51-66.