



Desde 2018 a 2024, se ha contabilizado un total de 208 reclamos, según constatan los datos del Sernac.

Tras análisis del Sernac:

Reclamos contra *malls* chinos suben 17% en 2024 y CCS pone foco en expansión del formato

Uno de los principales motivos asociados a las quejas se relaciona a limitaciones al derecho de garantía legal.

N. BIRCHMEIER

El auge de los *malls* chinos en los últimos años en el país también ha repercutido en un incremento en los reclamos de consumidores.

De acuerdo con datos del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), entre enero y septiembre de este año han ingresado un total de 49 reclamos de consumidores en contra de estos locales en el país. La cifra reflejó un incremento de 16,6% frente a los números de 2023, señaló la entidad.

Con ello, desde 2018 a 2024 se han contabilizado un total de 208 reclamos, según constatan los datos del Sernac.

Bajo este escenario, Andrés Herrera, director nacional de Sernac, afirmó que han aumentado sus monitoreos en torno al comportamiento de estos establecimientos, a través de "estudios de mercado, fiscalizaciones, y también hemos denunciado a algunos locales ante la justicia".

"Entre los problemas más frecuentes que hemos detectado destacan incumplimientos en el rotulado de los productos, por ejemplo, que no están en idioma español. También hemos visto incumplimientos relacionados con falta de información y limitaciones para el ejercicio del derecho a la garantía legal, entre otros", señalo

Herrera. "Queremos ser enfáticos en que todas las empresas, sin excepción, deben cumplir con las exigencias que establece la normativa, para lo cual, además de las acciones indicadas anteriormente, tenemos planificado realizar un trabajo de integración para que este tipo de empresas cumplan con sus deberes de cara a las y los consumidores del país", afirmó.

Las principales categorías de productos que presentan mayor tasa de reclamos son Vestimenta y accesorios; Artículos de hogar y decoración; y Electrónica y tecnología, según un informe del Sernac.

Mirada del comercio

El crecimiento de los *malls* chinos está siendo objeto de análisis por actores del mercado, a medida que van acaparando ubicaciones que históricamente han ocupado las grandes cadenas de *retail*.

En este contexto, la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) planteó la necesidad de analizar en profundidad los desafíos que conlleva la expansión de este formato en el comercio nacional. "Es un fe-

nómeno en desarrollo que ha ido generando un cambio estructural en el comercio local. En los últimos años se ha acelerado su despliegue territorial y económico, coincidiendo además con otros factores, como la proliferación del comercio informal en los centros urbanos", dijo George Lever, gerente de estudios de la CCS.

"La velocidad de estos cambios y el impacto que han tenido en el comercio y su entorno plantean el desafío de analizar en profundidad el fenómeno, despejando, por ejemplo, las condiciones de competencia con que opera este modelo, el cumplimiento tributario y de las normas laborales, migratorias, ambientales, de derechos del consumidor y de seguridad en el consumo, entre otras", agregó.

Dijo que no se puede descartar, además, que el nivel de cumplimiento sea distinto entre distintos actores de este sector, lo que también debe ser analizado". "Determinar en qué casos los emprendimientos compiten de forma leal, en igualdad de condiciones, es clave para responder las inquietudes que ha generado este fenómeno", afirmó.

PRODUCTOS
Las principales categorías de productos con mayor tasa de reclamos son vestimenta y accesorios y artículos de hogar y decoración.