



Según usuarios, la diversidad de su oferta es lo mejor, pero la calidad de los productos es lo menos valorado

Cadem: el 77% de los chilenos dice que visita habitualmente los malls chinos

Según un estudio de XBrein, hay 224 locales en todo Chile y sus aperturas han sido bien transversales tanto en la capital como regiones.

MAURICIO RUIZ

En 2021 se armó una tremenda polémica en Pomaire porque en ese tradicional sector de Melipilla, reconocido por la fabricación y venta de productos de greda, se instaló un mall chino. Tres años después ese local sigue ahí y forma parte de uno de los formatos que ha sido replicado aceleradamente en todo Chile, incluso en sectores de mayores ingresos, como el que se instaló en Lyon con Providencia, tras el cierre de la tienda Falabella.

Según datos XBrein, empresa de geointeligencia para retail, consumo e inmobiliarias, hay 224 establecimientos de este tipo en el país con más de 200 metros cuadrados y el 41% está ubicado en Región Metropolitana, con 92 ubicaciones, donde las comunas de Santiago, Maipú, Puente Alto, La Florida, Las Condes y Vitacura tienen las mayores participaciones (ver tablas). "El crecimiento de locales es de 168% entre 2023 y lo que llevamos en 2024 y este aumento está teniendo un comportamiento muy transversal, porque ya se pueden encontrar con estos locales en Vitacura, Providencia y Las Condes", dice Daniel Encina, fundador XBrein.

Encina asegura que es un sector atomizado donde hay muchos establecimientos con un único dueño, especialmente en regiones, pero que ya existen cadenas importantes en este formato, como Alistore, que tiene 27 locales; Newtree, con seis; Doremi, con cinco; Marketches con tres locales y Clover también con tres. "Pese a que hay un fuerte crecimiento aún hay espacio para que se sumen más establecimientos, sobre todo en regiones porque existe demanda, a la gente le gusta visitar y comprar en esos locales", comenta Encina.

Un último estudio 5C de Cadem, que se divulgó este jueves, confirma el interés de los consumidores por esta oferta: el 77% de los chilenos dice que visita habitualmente los malls chinos. "La gente compra diversas categorías en esos locales. Lo principal son los artículos para el hogar y la decoración, pero también aparece con una proporción intere-

Atributos de los malls chinos

En una escala de 1 a 7, donde 1 es "para nada de acuerdo" y 7 es "muy de acuerdo", ¿qué tan de acuerdo con las siguientes frases sobre los malls chinos? % notas de 6 y 7

Tiene gran variedad de productos	57%
Son de fácil acceso	45%
Tiene cosas entretenidas	44%
Los productos que venden son desechables	42%
Siempre tiene lo que busco	28%
Tiene los mejores precios	22%
Tiene las mejores ofertas	22%
Es mi lugar favorito para comprar	9%
Los productos que venden son de buena calidad	6%

Fuente: Cadem

Los mall chinos por regiones *

(cifras a septiembre)

Comuna	Participación (%)
Metropolitana	41,1%
Valparaíso	13,0%
Biobío	7,6%
Los Ríos	4,0%
Coquimbo	4,0%
O'Higgins	4,0%
Tarapacá	3,6%
Nuble	3,6%
Atacama	3,6%
La Araucanía	3,6%
Maule	2,7%
Antofagasta	2,2%
Los Lagos	2,2%
Magallanes	2,2%
Arica y Parinacota	1,8%
Aysén	0,9%

(* Establecimientos sobre 200 m².)

Fuente: Cadem

Dónde están los mall chinos *

(En la Región Metropolitana)

Comuna	Participación (%)
Santiago	17,4%
Maipú	8,7%
Puente Alto	6,5%
La Florida	6,5%
Las Condes	5,4%
Vitacura	4,4%
San Bernardo	4,4%
Estación Central	4,4%
La Reina	3,3%
Quilicura	41,1%
Otras comunas	35,9%

(* Establecimientos sobre 200 m². Cifras a septiembre)

Fuente: XBrein

sante productos para organizar espacios, artículos escolares, productos de cocina, accesorios de ferretería, productos para mascotas. Tienen una buena combinación entre productos útiles, novedosos y entretenidos", dice Montserrat Copaja, gerenta de estudios cuantitativos de Cadem.

Sólo el 6% de los usuarios reconoce como atributo la calidad de los productos que se venden en los malls chinos.

"Así es, la calidad no es lo que sustenta la compra de los productos en los malls chino, más bien tiene que ver con la facilidad de acceso, la variedad de productos y el precio accesible".

En el Sernac aseguran que este año han recibido 101 reclamos contra de los malls chinos, que es un 141% de aumento con respecto al año anterior. Entre los problemas más frecuentes destacan incumplimientos de rotulados de los productos y la falta de información y limitaciones para el ejercicio del derecho de la garantía legal. "Hemos realizado fiscalizaciones a los malls chinos y hemos detectado innumerables infracciones y vulneraciones a la Ley del Consumidor, principalmente con el etiquetado, en cuanto a que el rotulado no está en idioma español", cuenta Andrés Herrera, director del Sernac.

La autoridad aprovecha de recordar los derechos de los usuarios que compran en los malls chinos: "Además de que es obligación de las empresas entregar boletas a quienes compren, las y los consumidores tienen derecho de la garantía legal, esto quiere decir que, si el producto adquirido sale defectuoso o le faltan piezas o partes, se puede pedir la devolución del dinero, cambio del producto o reparación gratuita. Todo esto en un periodo de seis meses desde que se realizó la compra".



Este año se instaló Lida Center en Providencia con Lyon.

ELISA VERDEJO