

Estudio exploratorio de Odecu se realizó en 19 establecimientos del Gran Santiago

La “preboleta” y otras raras figuras que un cliente incógnito detectó en malls

“Hay mucha informalidad camuflada que repercute en los consumidores”, dice Stefan Larenas, presidente de la organización que elaboró el informe.

MAURICIO RUIZ

A través de la figura del cliente incógnito u oculto, la organización de consumidores Odecu realizó un estudio exploratorio en 19 malls chinos en las comunas de Santiago, La Florida, Ñuñoa, Providencia y Las Condes. Allí se constataron diversos incumplimientos normativos en rotulación y certificación de productos, en garantía legal por la no entrega de boletas, lo que trae implícito una evasión de impuestos, y otros.

“Hay mucha informalidad camuflada que repercute en los consumidores en materia de política de cambio de productos, en la óptima información al no tener los artículos con un etiquetado en español y riegos para las personas porque no les están vendiendo productos con una certificación de seguridad”, dice Stefan Larenas, presidente de Odecu.

“Preboleta” y garantía

En el recorrido realizado por el cliente oculto se constató la entrega de “un tipo de preboleta” donde se señala el producto y precio, pero no se trata de un documento válido de venta para el Servicio de Impuestos Internos ni tampoco una garantía con la que el consumidor puede exigir sus derechos de posventa. “Eso de la preboleta es un invento que tiene dos implicaciones. Una es la evasión del pago del IVA y la otra la garantía de cambio que se cumple con la



Se estima que existen unos 900 locales, independiente del tamaño, que funcionan como malls chinos.

boleta legalmente emitida”, dice Larenas.

El documento detalla muchos ejemplos de cómo no se respeta la garantía legal: en una tienda se ofrecía un descuento del 50% por la compra de más de tres productos, pero ponían como condición no cambiar los productos: “Si un artículo sale fallado, aunque esté en promoción, el consumidor tiene derecho a que se lo cambien, que le devuelvan el dinero o que se lo reparen”, explica Larenas.

El estudio revela que, en general, los cambios se realizan por productos fallados, que no devuelven dinero y que ponen como límite para hacer la gestión entre siete y diez días.

“La legislación faculta a los consumidores a cambiar un artículo con fallas hasta los seis meses de haber realizado la compra”, dice Larenas.

El informe destaca que la mayoría de los malls visitados tienen carteles que informan

sobre las políticas de devolución y donde no los tenían, el cliente oculto intentó que los locatarios entregarán la información verbalmente.

“Al realizar las consultas, los vendedores manifestaron no hablar español, lo cual constituye una barrera significativa para los consumidores y dificulta el acceso a la información básica”, detalla el escrito.

Larenas agrega, eso sí, que la normativa no exige al comercio en general que tengan atención al cliente.

En otro ejemplo sobre garantía legal, el cliente oculto compró una polera de polar y le negaron cambiarla porque, según dijeron los locatarios, pertenecía a la categoría de ropa interior que, por temas de higiene, la ley permite al comercio no realizar el cambio.

“El tema es que en este caso era una polera y no ropa interior. Este es otro ejemplo que grafica que estos establecimientos ma-

nejan sus propias leyes”, comenta Larenas.

Etiquetado chino

El estudio verificó que los malls chinos venden alimentos que cumplen con la norma de tener etiquetado en español, pero hay otros en que no traducen la información.

“Se compró una botella de salsa de soya que contaba con la tabla nutricional y los ingredientes en español. Sin embargo, también se compraron unas gomitas de arándanos que sólo tenían escritos en chino”, detalla el informe.

Y agrega que hay envases de alimentos con información híbrida, es decir con ingredientes escritos en español y otros en chino.

Certificación

El cliente oculto compró alargadores eléctricos que, en algunos casos, tenían el sello de certificación de la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC).

“Pudo observarse que aquellos locales que vendían productos electrónicos sin certificación SEC, el precio disminuye de manera importante, lo cual es un factor crucial a la hora de elegir por parte de los consumidores. Sin embargo, no debería estar disponible debido al peligro que representan para la gente”, reza el informe.

Competencia desleal

Juan Pablo Swett, presidente de la multitudinaria nacional de emprendedores, dice que estas conductas de informalidad de los malls chinos han generado una competencia desleal con el pequeño comercio y han gatillado sus cierres en todo Chile porque, asegura, es imposible hacer frente a los bajos precios que venden estos establecimientos.

“Se dice que hay cerca de 900 locales en todo Chile y se abren con mucha facilidad. A un comerciante le toma entre seis y 12 meses conseguir permisos y hemos visto en regiones que levantan un mall chino en dos o tres meses. A eso se suma después que existe informalidad en sus operaciones diarias y que por eso pueden vender más barato que el comercio pequeño y más tradicional”, sentencia Swett.