

Normas, comercio y consumo: Análisis de cumplimiento regulatorio de malls chinos en Santiago



FONDO CONCURSABLE
Para Asociaciones de Consumidores
Ministerio de Economía y Fomento

NORMAS, COMERCIO Y CONSUMO: ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO REGULATORIO DE MALLS CHINOS EN SANTIAGO

Observatorio de Consumidores en Políticas Públicas

Antecedentes

En el último tiempo, por diversas razones, se ha puesto en boga la cuestión de los “malls chinos” en Chile, su acelerado crecimiento, sus prácticas, los efectos en los lugares donde se asientan y su existencia en sí misma. Este tipo de establecimientos se han asentado a lo largo de todo el país, con una mayor presencia en la capital, existiendo cerca de 200 a nivel nacional, de los cuales un 40% están localizados en la Región Metropolitana de Santiago, según la consultora Collier (Castro, 2025), y “según los registros de GPS Property, actualmente los malls chinos en el país están creciendo a una tasa de entre 25% y 30% anual” (Munita, 2025).

En este contexto, la Multigremial de Chile hizo un llamado directo a diversos actores del gobierno, entre los cuales se encuentra el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), para que actúen e investiguen profundamente ante su proliferación y posibles prácticas ilegales (Castro, 2025). El líder de esta asociación gremial, Juan Pablo Sweet, ha señalado cuestiones como incumplimiento de la ley de lobby, obtención irregular de patentes y violaciones a la normativas tributarias, donde comercios operan sin boleta de ventas (Araya, 2025).

Estas alegaciones aducen a comportamientos de competencia desleal sobre todo, sin embargo, hay que tener en cuenta las posibles faltas a los derechos del consumidor que este tipo de cadenas está llevando a cabo. Por un lado, está lo señalado por Sweet, que es la no entrega o no uso de boletas comerciales, lo que, además de ser una evasión tributaria, atenta contra el propio derecho de contar con comprobante de venta, que le entrega a los consumidores el derecho a estar protegido por la garantía legal para solicitar devolución de dinero o cambio en caso de falla del producto.

En este sentido, los reclamos hechos por parte de los consumidores además de la garantía legal, ha sido sobre rotulado de los productos en español y falta de información, lo que ha sido corroborado por el SERNAC en las fiscalizaciones que ha realizado. En diciembre del año pasado, han habido más de 60 fiscalizaciones y 101 reclamos a nivel nacional contra comercios asiáticos (Rivas, 2024). Ante lo cual, la entidad señaló “que la institución no cuenta con las facultades para sancionar a las empresas infractoras, y que este tipo de despliegues permiten detectar y prevenir eventuales infracciones que pudiesen afectar a las y los consumidores” (Rivas, 2024).

Esta situación pone en especial situación de vulnerabilidad a las y los consumidores, los cuales se encuentran completamente desprotegidos frente a estas prácticas que llevan a cabo este tipo de establecimientos. Estos, son lugares donde existen altas tasas de intercambio debido al bajo costo de los productos que se entregan en los “malls chinos”, lo que lo convierte en una oferta tentadora para los consumidores.

Lo anterior ha levantado alertas no solo desde el punto de vista gremial, sino también en el plano institucional y académico. Diversos municipios han comenzado a manifestar preocupación por el impacto urbano y económico que genera la proliferación de estos centros comerciales. Así destacan medidas como la reciente clausura de diversos establecimientos chinos en la comuna de Ñuñoa, que si bien, no es por temas de incumplimiento en torno a infracciones de derecho a los consumidores, sí es por el funcionamiento sin las patentes correspondientes y por infracciones al Código Laboral, demostrando las prácticas al borde de la ley que realizan estos recintos.

A esto se suma la preocupación por los niveles de informalidad tributaria. El Servicio de Impuestos Internos (SII) ha detectado que un número creciente de estos comercios opera sin iniciación de actividades o emite boletas que no se condicen con los valores reales de las transacciones (SII, 2024). Desde una perspectiva de protección al consumidor, las instituciones competentes han reconocido sus límites. El SERNAC ha declarado en diversas ocasiones que, pese a realizar fiscalizaciones, “no posee herramientas sancionatorias suficientes frente a comercios que infringen reiteradamente los derechos de los consumidores” (SERNAC, 2024). Esta falta de atribuciones ha motivado a insistir en la necesidad de una modernización legal en torno a la protección al consumidor, especialmente en contextos de comercio informal y digital.

En este contexto, resulta urgente visibilizar las prácticas de estos establecimientos desde una mirada que no solo incorpore la competencia comercial, sino que también releve los riesgos que enfrenta el consumidor frente a un mercado con reglas asimétricas. El presente estudio busca aportar a ese diagnóstico desde una metodología exploratoria, enfocada en aspectos concretos de la experiencia de compra: el acceso a información clara, etiquetado en español, certificación de productos y garantía legal.

Perspectiva comparada

El fenómeno de los denominados “malls chinos” no es exclusivo de Chile, sino que forma parte de una dinámica regional observable en diversos países de América Latina. El crecimiento sostenido de comercios de propiedad china ha generado transformaciones significativas en los paisajes urbanos y en las dinámicas comerciales locales. Estos espacios, caracterizados por ofrecer productos de bajo costo y alta rotación, han suscitado debates sobre informalidad, competencia desleal y cumplimiento normativo.

En México, por ejemplo, el auge de locales de origen chino en el centro histórico de la Ciudad de México ha generado tensiones entre comerciantes locales y la comunidad china. Reportajes recientes han documentado operativos gubernamentales en plazas comerciales como Izazaga 89, donde se incautaron más de 90.000 productos por presuntas irregularidades, incluyendo contrabando y uso indebido de inmuebles patrimoniales (El País, 2024). Estas acciones han sido interpretadas por algunos sectores como medidas necesarias para proteger la economía local, mientras que otros las ven como expresiones de xenofobia y desconocimiento cultural (El País, 2024).

En Perú, la presencia china se manifiesta principalmente a través del Barrio Chino de Lima, ubicado en la Calle Capón. Aunque este espacio tiene una connotación más tradicional y turística, también alberga múltiples tiendas que venden productos importados, en ocasiones con características similares a las observadas en los malls chinos de Chile. Si bien existe una mayor institucionalización, el comercio informal y el incumplimiento de normativas de rotulación o etiquetado también han sido objeto de cuestionamientos por parte de autoridades y consumidores (El País, 2024). En Panamá, el

Barrio Chino de Ciudad de Panamá refleja un proceso más histórico de integración, aunque también se ha convertido en un polo comercial de productos importados, muchos de ellos provenientes de China. En este país, la situación se presenta con menos controversia regulatoria, aunque persisten desafíos relacionados con la formalización tributaria y la protección al consumidor (OIM, 2022).

Este panorama regional permite situar el caso chileno dentro de una lógica más amplia, en la que el comercio de origen chino ha logrado consolidarse como una alternativa popular frente a un consumo cada vez más presionado por los precios. Sin embargo, la velocidad y magnitud de este crecimiento ha evidenciado vacíos significativos en los marcos regulatorios existentes. La experiencia chilena refleja así una tensión estructural entre accesibilidad económica y garantías mínimas de seguridad, calidad y derechos del consumidor. El presente estudio busca aportar a la comprensión de esta tensión desde el contexto específico de Santiago, pero teniendo en consideración que es un fenómeno extrapolable a otros países de la región y replicable en distintas ciudades latinoamericanas.

Metodología del estudio

Este estudio adopta un enfoque exploratorio-descriptivo, basado en trabajo de campo en establecimientos comerciales de origen chino ubicados en la ciudad de Santiago. La elección de una metodología empírica responde a la necesidad de observar directamente las condiciones bajo las cuales se comercializan ciertos productos y contrastarlas con los estándares exigidos por la normativa chilena en materia de etiquetado, certificación, derechos del consumidor y formalidad en la venta.

Para ello, se definió una muestra compuesta por 15 tiendas de propiedad china distribuidas en distintos puntos de Santiago, con énfasis en zonas de alta concentración comercial informal y presencia reconocida de este tipo de establecimientos (como Franklin y Providencia). La selección se realizó considerando criterios de diversidad en el tipo de productos comercializados, tamaño del local y ubicación geográfica, con el fin de capturar un panorama representativo de estas prácticas comerciales.

La técnica principal utilizada fue la de cliente oculto, en donde se presentó como compradoras comunes, sin informar su rol de observadores, para así registrar de forma natural la experiencia de compra. Esta técnica permitió obtener información directa sobre el comportamiento comercial de los locales y su cumplimiento (o no) de la normativa vigente, sin generar modificaciones en su conducta derivadas de la presencia de observadores externos.

En cada una de las tiendas seleccionadas, se efectuó una compra de productos específicos, siguiendo la siguiente distribución:

En 10 tiendas se adquirieron alargadores eléctricos, dado su alto nivel de riesgo en caso de no contar con certificaciones de seguridad eléctrica.

En 3 tiendas se compraron alimentos de origen extranjero, con el objetivo de verificar su rotulación, procedencia y cumplimiento con las normativas sanitarias y de etiquetado exigidas por la autoridad chilena.

Además, se compraron los siguientes productos en una mezcla aleatoria de las tiendas, a fin de poder diversificar la adquisición de la muestra:

- Cortador/picador de verduras multifuncional
- Basurero plástico
- Maquillaje
- Cartera
- Audífonos Bluetooth
- Polera

La selección de estos productos responde tanto a su alta circulación en este tipo de comercios como a los riesgos y derechos asociados a su comercialización. Además, se tomó como base el estudio de CADEM (2024) que señala que un 77% de los chilenos afirma comprar habitualmente en malls chinos, siendo los artículos para el hogar y decoración los más adquiridos, con un 48% de preferencia. Asimismo, la elección de estos productos para el estudio se fundamenta tanto en su alta circulación en este tipo de comercios como en los riesgos asociados a su comercialización sin certificaciones oficiales o sin cumplimiento de normativas básicas, como etiquetado en español, derecho a garantía, o boleta de compra. Así, el análisis de estos productos permite abordar de manera representativa las prácticas comerciales informales y su impacto en los derechos del consumidor en el contexto chileno.

Además, cabe recalcar que en el caso de maquillaje, productos electrónicos y alimentos, el foco estará puesto en verificar la existencia de certificaciones obligatorias (como la Resolución Sanitaria del ISP, la certificación SEC para productos eléctricos, y la autorización del Ministerio de Salud para alimentos importados). En tanto, para los productos restantes, se observará si cumplen con aspectos esenciales de protección al consumidor, tales como:

- Etiquetado en idioma español
- Entrega de boleta o comprobante de compra
- Cumplimiento del derecho a cambio o devolución dentro del plazo legal

Cada compra fue documentada mediante registro fotográfico del producto, embalaje, boleta y experiencia de compra, y se elaboró una ficha estandarizada para consignar los hallazgos por tienda y producto. Posteriormente, los resultados serán sistematizados y analizados de manera comparada, permitiendo identificar patrones de cumplimiento o vulneración de derechos del consumidor en estos espacios comerciales.

Hallazgos

En el marco de este estudio, se llevó a cabo una investigación de cliente oculto en diversas tiendas de mall chinos ubicadas en las comunas de Santiago, La Florida, Ñuñoa y Providencia y Las Condes. Específicamente en Santiago, se visitaron cinco mall chinos en la zona de Franklin. El objetivo principal fue evaluar el cumplimiento de las normativas vigentes relacionadas con el etiquetado de productos, las certificaciones de seguridad, así como las políticas de cambio y devolución que afectan directamente la experiencia del consumidor.

El análisis reveló que, en general, las tiendas inspeccionadas mostraron deficiencias en varias áreas clave. En primer lugar, todas las tiendas visitadas presentaron productos que no cumplían con los requisitos de etiquetado en español, solo una y que era un producto de comida, lo que resulta problemático al ser una exigencia básica el uso de este idioma. Además, en la mayoría de los casos, los productos no contaban con certificaciones pertinentes que aseguren su calidad y seguridad, esto es particularmente relevante, dado que la legislación chilena exige que ciertos productos importados cumplan con estas normativas para proteger a los consumidores, en especial los productos electrónicos. Sumado a ello pudo observarse que la ley de etiquetados de valor nutricional no se cumple a cabalidad en los alimentos que se vendían en las tiendas visitadas.

En cuanto a las políticas de cambio y devolución, los resultados fueron similares en muchas de las tiendas visitadas. Aunque la mayoría de los comercios proporcionaron boletas de venta, un aspecto fundamental para los derechos del consumidor, las políticas de cambio fueron restrictivas. En general, se permitió el cambio de productos solo en casos de fallas o defectos de fabricación. Sin embargo, ninguna tienda ofreció la opción de devolución de dinero, lo cual contraviene las expectativas de muchos consumidores en cuanto a sus derechos.

En este contexto, otro aspecto relevante, es que en algunas de las tiendas visitadas, lo que se entregó era un tipo de “preboleta” donde se señala el producto y el precio, y el número de atención, pero no cuenta como un documento válido de venta para el servicio de impuestos internos, ni tampoco cuenta realmente como un documento con el cual pueda el consumidor exigir sus derechos de posventa, un ejemplo de ello fue el local *K11* y *Comercial Lida 242 limitada*.

Respecto al local *K11*, se pudo observar que de los alimentos disponibles a la venta algunos contaban con etiquetado en español y otros no, es este caso 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 solo tenían escritos en chino. Además, estando en la tienda se observó estos fallos dentro de los mismos alimentos, por ejemplo, había bolsas de panko, unas con ingredientes en español y otras solo en idioma original, lo mismo con otros productos de origen asiáticos.

Un ejemplo claro de las políticas restrictivas es la tienda *Wang Hao Chile*, donde aunque se ofreció un descuento del 50% por la compra de más de tres productos, la boleta especificaba que los cambios solo podían realizarse dentro de un plazo de 7 días y solo si el producto presentaba fallas, pero si se compraban tres productos, no había cambio. De manera similar, *Comercial Yi Cheng LTDA* también restringió los cambios a un plazo de 7 días, excluyendo ciertos productos como cerámicas, cristales, ropa interior y maquillaje. Esta falta de flexibilidad podría generar frustración entre los consumidores, especialmente si se consideran productos defectuosos que no son fáciles de identificar al momento de la compra.

La tienda *Newtree*, ubicada en el metro Los Héroes, también mostró una política de cambio muy restrictiva. Según la boleta proporcionada, los cambios solo eran válidos por un plazo de 10 días, y no se permitía la devolución de dinero en ningún caso. En este caso, el personal de la tienda informó que la polera comprada se consideraba “ropa interior”, lo que automáticamente excluía la posibilidad de cambio, una categoría ambigua que podría confundir a los compradores. Similarmente, otras tiendas como *Mall Store Grandes Tiendas Limitada* y *Hogar Franklin Limitada* también indicaron que no se permitirían cambios ni devoluciones a menos que el producto presentara fallas, lo mismo sucedió en la tienda *Comercial Lida*, donde los carteles dentro de ella indican solo 10 días posibles para realizar devolución con las mismas condiciones señaladas.

Un caso particular fue el de *Comercializadora Yanying Li Eirl*, que no proporcionó boleta física, sino que solo permitió tomar una foto de la transacción. Aunque esta tienda aceptaba cambios por fallas, su falta de transparencia en el proceso de compra, al no entregar un comprobante físico adecuado, representa una vulneración a los derechos básicos del consumidor.

En cuanto a otras tiendas, como *Las dalias Limitada*, donde se realizó la compra de audífonos bluetooth, sí se entregó boleta y la vendedora señaló que si estos no funcionaban podrían ser cambiados dentro de los primeros 7 días presentando la boleta. *Comercial Lida 242 Limitada*, como se señaló no entregó boleta de la venta, sino lo que se denominó como “preboleta”, pero el producto electrónico que se compró sí contaba con certificación SEC. En este sentido, pudo observarse que aquellos locales que vendían productos electrónicos sin certificación el precio disminuye de manera importante, lo cual es un factor importante a la hora de la elección por parte de los consumidores, ya que se opta por estos productos, sin embargo, estos no deberían siquiera encontrarse disponibles, debido al peligro que representan.

En cuanto a la tienda *Lida* (ubicada en Los Leones, Providencia), se pudo constatar que entrega boleta formal, la cual incluye información detallada sobre las políticas de cambio y devolución. Además, cuenta con un sector destinado al servicio al cliente y fue posible establecer contacto con una persona encargada, lo que facilita el ejercicio de los derechos del consumidor. No obstante, se observó que varios de los productos a la venta no incluían especificaciones en español, lo que representa una infracción a la normativa vigente en materia de rotulación e información al consumidor. En lo que respecta a productos como zapatillas y alargadores eléctricos, estos sí contaban con el sello de la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC).

En cuanto a la tienda *Marketches* (ubicada en Pedro de Valdivia, Ñuñoa), se entregó un vale que actúa como boleta. Se revisaron productos, especialmente del rubro cosmético, constatando que en su mayoría presentaban instrucciones en español, a excepción de un parche de origen chino, aun cuando no se especificaba aprobación de la autoridad competente en este tipo de productos. La tienda no exhibe ni informa verbalmente sobre políticas de devolución, y al intentar realizar consultas, los vendedores manifestaron no hablar español, lo cual constituye una barrera significativa para los consumidores y dificulta el acceso a información básica.

En cuanto a la tienda *Duandy* (ubicada en Av. Providencia), se entregó un documento que cumple aparentemente con la función de boleta e incluye información sobre las políticas de devolución. Sin embargo, se detectaron serias deficiencias en productos comestibles, ya que muchos de ellos no estaban rotulados en español, sino únicamente en mandarín. Esta situación impide al consumidor comprender aspectos fundamentales como ingredientes, fechas de vencimiento, instrucciones de uso o advertencias, constituyendo una infracción grave a las disposiciones sobre rotulación e información para productos alimenticios.

En resumen, los resultados de este estudio destacan varias áreas de oportunidad para mejorar la experiencia del consumidor en estas tiendas. La falta de cumplimiento con las normativas de etiquetado en español y certificación de productos es un problema significativo que podría afectar la confianza de los consumidores. Además, las políticas de cambio y devolución son restrictivas y podrían mejorarse, ofreciendo más flexibilidad y claridad en los plazos y condiciones. Es fundamental que los comercios de mall chinos en Santiago revisen y ajusten sus prácticas para alinearse con las expectativas legales y mejorar la satisfacción de sus clientes.

Conclusiones

Los hallazgos de este estudio permiten identificar una serie de patrones comunes que afectan directamente el ejercicio de los derechos del consumidor en los denominados “malls chinos” de Santiago:

1. Entrega de boleta o comprobante de compra: Si bien algunas tiendas entregan boletas formales o documentos que las simulan, otras recurren a “vales” o “preboletas” que no cumplen con los requisitos tributarios ni permiten ejercer la garantía legal. Esto constituye una práctica extendida que debilita la protección posventa del consumidor.
2. Información insuficiente y barreras lingüísticas: Se constata una falta reiterada de etiquetado en español en productos comestibles y artículos generales. En algunos casos, la rotulación está completamente en mandarín, lo que impide acceder a información básica como ingredientes, advertencias o modo de uso. A esto se suma que en ciertas tiendas los encargados aducen no hablar español, lo que imposibilita la resolución de dudas básicas durante la compra.
3. Políticas de cambio y devolución restrictivas: Aunque algunas tiendas declaran explícitamente sus políticas, estas suelen ser restrictivas, limitándose a cambios solo por fallas y excluyendo la devolución de dinero. Incluso se han documentado casos donde el cambio se anula al comprar más de un producto con descuento, lo que representa una posible vulneración a los principios de equidad en el consumo.
4. Cumplimiento parcial de certificaciones obligatorias: En el caso de productos eléctricos, algunos locales sí ofrecen artículos con sello SEC, pero también se venden versiones sin certificación a precios reducidos. Esta práctica plantea un riesgo directo a la seguridad del consumidor y evidencia una débil fiscalización.
5. Heterogeneidad en el cumplimiento normativo: Aunque hay diferencias entre las tiendas observadas —algunas con prácticas más ajustadas a la normativa— persiste una tendencia general a operar en el límite de lo permitido, lo que se agrava por la informalidad de ciertos procedimientos de venta.
6. Desigualdad territorial en el acceso a derechos del consumidor: No deja de ser notorio que algunas de las principales dificultades en materia de entrega de boleta, acceso a información clara y ejercicio de derechos como el cambio o la devolución, varían según el sector socioeconómico en que se ubica la tienda. En términos generales, los establecimientos situados en el sector oriente de la capital presentan mayores niveles de cumplimiento normativo y facilidades para los consumidores, mientras que las tiendas del sector sur muestran mayores niveles de informalidad y vulneración de derechos, lo cual profundiza la desigualdad territorial en el acceso a una protección efectiva.

En suma, los resultados hasta ahora levantados evidencian un entorno comercial con importantes zonas grises en el cumplimiento de las normas de protección al consumidor. Esta situación requiere de una respuesta institucional articulada que combine fiscalización efectiva, educación al consumidor y adecuación normativa para abordar los desafíos que plantea este fenómeno comercial en crecimiento.

Referencias

- Araya, M. (2025, 19 de marzo). “Una amenaza al comercio establecido”: Multigremial apunta a proliferación de mall chinos. Radio Duna.
- Cadem. (2024, diciembre 5). 5C: 77% va habitualmente a los malls chinos y lo más comprado son los artículos para el hogar y decoración, con 48%. <https://cadem.cl/estudios/5c-77-va-habitualmente-a-los-malls-chinos-y-lo-mas-comprado-son-los-articulos-para-el-hogar-y-decoracion-con-48/>
- Castro, M. (2025, 24 de marzo). El imperio comercial de los chinos en Chile despierta las dudas de los gremios. El país. <https://elpais.com/chile/2025-03-24/el-imperio-comercial-de-los-chinos-en-chile-despierta-las-dudas-de-gremios.html>
- El País. (2024, 29 de noviembre). Golpe al corazón del comercio chino en Ciudad de México: el Gobierno incauta más de 90.000 productos y cierra el edificio en Izazaga 89. <https://elpais.com/mexico/2024-11-29/golpe-al-corazon-del-comercio-chino-en-ciudad-de-mexico-el-gobierno-incauta-mas-de-90000-productos-y-cierra-el-edificio-en-izazaga-89.html>
- El País. (2024, 7 de octubre). ¿Racismo o comercio mal regulado?: El auge de locales chinos en la Ciudad de México eleva la tensión entre vecinos. <https://elpais.com/mexico/2024-10-07/racismo-o-comercio-mal-regulado-el-auge-de-locales-chinos-en-la-ciudad-de-mexico-eleva-la-tension-entre-vecinos.html>
- Munita, I. (2025, 13 de marzo). El imperio de los malls chinos en Chile: son 190 en todo el país, llegan a zonas rurales y amenazan a barrios comerciales como Patronato. The Clinic. <https://www.theclinic.cl/2025/03/13/el-imperio-de-los-malls-chinos-en-chile-ya-son-190-en-todo-el-pais-llegan-hasta-zonas-rurales-y-amenazan-a-barrios-comerciales-como-patronato/>
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2022). Perfil migratorio Panamá 2019-2020. <https://publications.iom.int/books/perfil-migratorio-panama-2019-2020>
- Rivas, R. (2024, 16 de diciembre). Sernac indicó que denuncias contra estos comercios han aumentado a nivel nacional. Faltas de garantías y productos defectuosos: Crecen quejas de consumidores en contra de ‘Malls’ Chinos. EIDía. <https://www.diarioeldia.cl/noticias/2024/12/16/124094-faltas-de-garantias-y-productos-defectuosos-crecen-quejas-de-consumidores-en-contrade-malls-chinos>
- Servicio de Impuestos Internos (SII). (2024). Informe anual sobre evasión tributaria en el comercio minorista. <https://www.sii.cl/documentos/informes/evasion-comercio-2024.pdf>
- Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC). (2024). Balance de fiscalizaciones a establecimientos comerciales 2023. <https://www.sernac.cl/estadisticas/fiscalizaciones-2023>

Anexo 1: Tabla resumen de hallazgos

Nombre de la tienda	Objetos comprados	Cumple Ley del Consumidor	Observación
K11	Salsa de soya y gomitas de arándanos	Cumple parcialmente	Algunos alimentos cuentan con etiquetado en español, el comprado no y no se entrega boleta válida
Comercial Lida 242 Limitada	Producto electrónico	Cumple parcialmente	No se entrega boleta, pero artículo cuenta con certificaciones SEC
Wang Hao Chile	Cartera	Cumple parcialmente	No se aceptan cambios si llevas más de 3 productos (así sucedió, en caso contrario se puede realizar cambio por 7 días), no se tiene etiquetado en español y no hay devolución.
Comercial Yi Cheng LTDA	Alargador	Cumple parcialmente	Producto no tiene certificación SEC ni etiquetado en español. La boleta señala que son cambios por 7 días y solo se cambia por fallas del producto, no se permite devolución.
Newtree	Polera	Cumple parcialmente	No se permite el cambio, ya que al ser una polera de polar es tomada como ropa interior, de igual manera la boleta dice que se permiten cambios por 10 días de corrido y solo se cambian en caso de falla de fábrica sin uso y empaque original. Asimismo, se señala que no se realiza devolución de dinero.

Nombre de la tienda	Objetos comprados	Cumple Ley del Consumidor	Observación
Mall Store Grandes Tiendas Limitada	Ramen	Cumple parcialmente	No se permite el cambio ni la devolución.
Hogar Franklin Limitada	Alargador	Cumple parcialmente	Producto sin certificación SEC, no posee etiquetado en español y no se permite la devolución en ningún caso.
Comercializadora Yanying Li EIRL	Alargador	No cumple	El producto no tiene certifi- cación SEC, no posee etiquetado en español, tam- poco se entrega boleta de venta (solo se permite tomar una fotografía) y no se permite la devolución, el cambio se realiza solo si tiene fallas que se puedan probar.
Las Dalias Limitada	Alargador	Cumple parcialmente	Producto no tiene certifica- ción SEC ni etiquetado en español. La boleta señala que son cambios por 7 días y solo se cambia por fallas del producto, no se permite devolución.
Newtree	Audífonos Bluetooth	Cumple	
Lida (Los Leones, Providencia)	Alargadores eléctricos y picador de verduras	Cumple parcialmente	Cumple con información derechos, falla en rotulado español

Nombre de la tienda	Objetos comprados	Cumple Ley del Consumidor	Observación
Marketches (Pedro de Valdivia, Ñuñoa)	Alargador eléctrico, maquillaje	Cumple parcialmente	Cumple sellos SEC e instrucciones en español. Falla en señalar derechos.
Duandy (Av. Providencia)	Productos comestibles	Cumple parcialmente	Cumple en informar derechos. Falla en rotulado en español.
WUHU Alistore	Alargador	Cumple	
Comercial Xin Bai Hui LTDA.	Alargador	Cumple parcialmente	Producto no tiene certificación SEC y no se permite la devolución.
Aurora	Basurero plástico	Cumple	



ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

