

Fecha: 29-05-2019
 Fuente: El Sur
 Pag: 11
 Art: 3

Tamaño: 22,6x19,5
 Cm2: 442,0

Tiraje: 17.400
 Lectoría: 52.200
 Favorabilidad: No Definida

Título: Sitios caídos y falta de stock son principales quejas de Cyberday

POR JAVIER MARTÍNEZ GUTIÉRREZ
 javier.martinez@diarioelsur.cl

Hoy concluye el Cyberday y detrás de este evento que mueve millones de dólares surgen dudas, sobre todo por la caída de páginas y por la falta de stock cuando empieza el despacho de los productos.

Solo el lunes se registraron US\$100 millones en ventas.

Carlos Silva, académico del Departamento de Auditoría y Sistemas de Información de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica de la Santísima Concepción (Ucsc), afirmó que la primera dificultad a la que se expone el consumidor es el hecho de poder concretar la compra. Esto, por cuanto en ocasiones aparece la oferta y al momento de pagar no puede por problemas en la página web, lo cual afecta al consumidor, ya que al momento de volver a ingresar es muy probable que la oferta ya no se encuentre vigente, por ejemplo, por falta de stock.

Sumado a los problemas de conexión a los diversos portales de compra, agregó que el servicio postventa es un punto a considerar, no obstante muchas empresas han mejorado el servicio, incluso ofreciendo la posibilidad de cambio o devolución.

El académico enfatizó que, de todas formas, este evento es una muy buena opción siempre que se compre informado, ya que se ha detectado que empresas suben sus precios semanas antes con el fin de "inflar" grandes descuentos, cuando en realidad no lo son.

MEDIDAS

Juan Pablo Pinto, director regional del Sernac, afirmó que la caída de las páginas se presenta en las primeras horas de la cita del comercio electrónico, aunque con el transcurrir de las horas esto se va ajustando y los servidores se van acostumbrando. "De todas formas, esto atenta contra el consumidor, porque se supone que al ser un evento, las empresas en su profesionalismo deberían tomar las medidas para cubrir y cumplir con lo que han ofrecido",



Uno de los grandes desafíos del e-commerce es la consolidación de la cadena logística para el cumplimiento al cliente.

7%

es el porcentaje del comercio local de ventas online, lo que el Cyberday puede ayudar a subir.

SERNAC REMARCÓ QUE EXISTE EL DERECHO A RETRACTO

Sitios caídos y falta de stock son principales quejas de Cyberday

El evento es una muy buena opción, siempre que se compre informado, ya que se ha detectado que algunas empresas suben sus precios semanas antes, para luego "inflar" las ofertas.

recalcó.

Sobre si las compañías oferentes no están aún capacitadas para observar la demanda o deben ajustar la tecnología, el personero reconoció que no tiene clara la razón de ello, pero dijo es un poco complejo hacer una predicción de cuánta gente se va a conectar. Lo anterior, debido a que ya dejó de ser un evento puntual y para cierto tipo de compradores, sino que ahora es masivo e, incluso, muchos portales son visitados desde el extranjero.

Lo que sí es claro, añadió, es que hoy los canales virtuales o tecnológicos son de alta venta y muchas de

las cosas que los consumidores realizan no son presenciales. "Por lo tanto, el e-commerce es una herramienta que llegó para quedarse y cada vez es más masiva, tomando en cuenta que existen aplicaciones que facilitan la ida al supermercado, entre otras cosas", afirmó.

Otra cosa que Pinto recalcó es que el consumidor que compra a través de internet tiene los mismos derechos que el presencial en términos de garantía y la respuesta que debe dar la empresa proveedora.

RETRACTO

Explicó que en el e-commerce

hay una característica adicional, que es el retracto de la compra.

Como el consumidor no tiene la oportunidad de probar y ver presencialmente el artículo que está comprando, la ley le da el derecho de arrepentirse si no cumplía con la expectativa. Para eso, la empresa proveedora no debe poner ninguna cláusula y si la firma no dice nada, el cliente tiene 10 días para retractarse, devolver el producto y se anula la transacción.

Entre los reclamos más habituales una vez concluido el Cyber está el acceso a los sitios, ofertas que no son, sobre todo porque hay gente

que se dio el trabajo de cotizar antes y día del evento ve que el precio no ha variado. Y tercero están las condiciones del despacho, tanto en valor como tiempo, lo que se suma el stock. "Hay empresas que colocan el número disponible, pero no el de unidades que van quedando. Cuando termina el evento, el reclamo más recurrente es el despacho, que se une al stock, que impide el despacho en tiempo y forma", recalcó.

Carlos Méndez, director de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de Las Américas, sostuvo que uno de los grandes desafíos del e-commerce es la consolidación de la cadena logística para el cumplimiento al cliente. Y en un evento como el Cyber, con una gran demanda, estas grietas con más visibles.

"El Cyberday es un evento que despierta mucho interés en los consumidores y ayuda a empujar el fuerte crecimiento que están teniendo anualmente las ventas online en Chile. Con todo, del comercio total local, aún no pasan del 7%. Es decir que todavía, y por una buena cantidad de años más, el que manda en ventas es el comercio offline", apuntó.

El consumidor que compra a través de internet tiene los mismos derechos que el presencial en términos de garantías.