

DACO y comerciantes firman acuerdo para Venta del Madrugador

El convenio contempla el compromiso de los comercios de llevar a cabo las acciones necesarias para divulgar los especiales y prepararse para recibir de forma ordenada y segura a los miles de consumidores que van tras los especiales de las tiendas en pre Navidad.



El Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO), la Asociación de Comercio al Detal (ACDET) y la Cámara de Comercio de Puerto Rico (CCPR) renovaron el miércoles, el acuerdo que ha logrado por los pasados años que cada cliente quede satisfecho con su experiencia de compras durante la “Venta del Madrugador”, el viernes después del Día de Acción de Gracias.

El convenio contempla el compromiso de los comercios de llevar a cabo las acciones necesarias para divulgar los especiales y prepararse para recibir de forma ordenada y segura a los miles de consumidores que van tras los especiales de las tiendas en pre Navidad. El equipo del DACO, encabezado por su secretario Nery Adames Soto, estará nuevamente en la calle para procurar los derechos del consumidor y apoyar a los comercios, de modo que se cumpla con las expectativas de servicio y disponibilidad de mercancía.

“El éxito en el manejo logístico de la venta del madrugador de los últimos años, en gran parte como resultado de este acuerdo gobierno y comercio, nos impulsó a repetir este esfuerzo conjunto con el que buscamos evitar o limitar los conflictos entre comercios y consumidores. La intención es que los comercios estén bien preparados para ese día,

que los consumidores conozcan de antemano los especiales que estarán disponibles y que el evento ocurra con la menor cantidad de inconvenientes. Queremos que se repita la experiencia para los consumidores de años anteriores, la cual ha ido mejorando significativamente”, apuntó el secretario en declaraciones escritas.

Señaló también que los comercios le entregarán al DACO los “shoppers” finales con un mínimo de tres (3) días antes de la venta, que deben prepararse conforme a la reglamentación vigente; garantizando el DACO la confidencialidad de los mismos. El día de la venta, los comercios contarán con inventario suficiente de los artículos que se anticipan generarán más demanda.

“En cuanto a la disponibilidad de los productos, y en el caso de los comercios donde se anticipan largas filas antes de la apertura de éstos, se distribuirán contraseñas o boletos en la fila y se notificarán a los consumidores cuando se agoten esos productos. En el caso que haya limitación en el máximo de artículos por cliente, el “shopper” lo mostrará en el recuadro donde se anuncie ese producto. Además, si los productos son ofrecidos a un precio especial, el comercio tendrá que ofrecer un “rain check” o artículo sustituto durante el tiempo máximo garantizado”, detalló Adames Soto.

Los comercios han asegurado que en los casos en que se esperan largas filas antes del horario de apertura, se proveerán baños portátiles y señalización adecuada, y se contará con empleados suficientes para que ofrezcan a los consumidores información sobre el movimiento de los productos.

“La Venta del Madrugador es uno de los eventos más importantes para los comercios en Puerto Rico y más que un día de compras de buenas ofertas para el consumidor, una tradición que da inicio oficial a la Navidad. Con eso en mente no hemos escatimado esfuerzos en las coordinaciones logísticas, disponibilidad de inventarios y un ambiente que ofrezca a los ciudadanos una experiencia positiva”, puntualizó Iván Baez, presidente de la Asociación de Comercio al Detal.

Baez expresó además que el acuerdo contempla, que los comercios voluntariamente han preparado políticas de servicio al cliente para atender las posibles quejas de los consumidores, de forma que se reduzca la necesidad de que el DACO intervenga, pues la prioridad de los comercios también es un cliente satisfecho. “Estas varían de comercio en comercio e incluyen, entre otras: tarjetas de regalo, artículos sustitutos o descuentos en productos similares, y hasta utilizar búsqueda en línea con envío gratuito”.

La seguridad es un aspecto relevante del convenio. A esos efectos, los comercios deben planificar la venta y establecer protocolos para atender situaciones que puedan surgir en un evento de esta naturaleza.

“El fin es que los consumidores puedan aprovechar los especiales y hacer sus compras bien informados; y que los comercios dispongan del inventario y tomen precauciones para que la venta sea exitosa, sin que estén en riesgo ni los clientes, ni los empleados. Estamos seguros de que se repetirá el éxito del año anterior” añadió la licenciada Alicia Lamboy Mombille, Presidenta Electa de la Cámara de Comercio de PR.