

EL UNIVERSAL

Estampas

Febrero 6, 2000 - N° 2.418

Alcoholismo

Tragos amargos

Los Nobel y el milenio (III)

Nelson Mandela

La globalización
de la responsabilidad

En la red de Neutroni



Ante las promesas del incipiente comercio electrónico en Venezuela, la conocida marca de ropa juvenil Neutroni no podía conformarse con seguir vendiendo ropa, zapatos y accesorios de la misma manera como lo ha venido haciendo durante sus 16 años de existencia. Habituada a colocarse o mantenerse en la primera fila de un gusto que se identifica como vanguardista, capturó una oportunidad que estaba en el aire y le dio forma dentro del ilimitado universo de Internet. De esta manera, se ha convertido en la primera tienda virtual en su tipo que opera en Latinoamérica, con claras pretensiones de extenderse hasta donde la red global lo permita.

No se trata de una tradicional página de compras por Internet, sino de un innovador concepto que, según afirman sus propietarios Raúl Delgado y Kika Alcegas, ampliará significativamente el radio de acción de esta tienda y optimizará las relaciones con sus clientes, tanto dentro como fuera de Venezuela.

Con la tienda virtual Neutroni ya no hará falta que una tarjeta de crédito sobresalga de su billetera ni será imprescindible tener una computadora en casa. Tampoco importará que viva en Upata, Valera o Cabimas, o en cualquier otro punto alejado de los cinco establecimientos ubicados en Caracas y Margarita. Aparte de cancelar con Visa, Master Card o American Express (la modalidad de pago más frecuente del comercio



electrónico), los usuarios también podrán comprar con efectivo, cheque y en bolígrafos por medio de los "quioscos Neutroni", que no serán más que computadoras instaladas en diferentes puntos de la capital y otras ciudades, con sus respectivos representantes de la casa matriz. Mediante estas especies de franquicias virtuales, los usuarios podrán incluso verificar si el modelo o

la talla que buscan se encuentran en el inventario.

Con tan sólo ingresar a la dirección www.neutroni.com será posible revisar el catálogo de la última colección sin necesidad de acercarse a las vidrieras, además de hacer combinaciones en la pantalla con diferentes prendas y calcular presupuestos antes de efectuar la compra. Sin contar con el atractivo de recibir al día siguiente en casa los atuendos en las tallas, modelos y colores que hayan sido seleccionados previamente.

Cybermedia fue la compañía tecnológica que encontró la solución electrónica de este negocio, que para su presidente, Favio Alvino, ha obedecido a la combinación única de la vanguardia Neutroni con el conocimiento y el manejo de los nuevos soportes comunicativos que tiene la empresa. "Queríamos lograr la tienda más brava, original y rápida de ropa juvenil en Internet. El resultado final ha sido más que satisfactorio". Habrá que ver si en esto coinciden los usuarios.