
Comercio Interior en tiempos de COVID-19 en Cuba

Por: Cubadebate
08/05/2020



La distribución de la canasta básica familiar, y otros productos normados, las ventas en las cadenas de tiendas y el comercio electrónico son algunos de los temas más candentes si de comercio interior se habla en Cuba. Para explicar sobre las acciones que se acometen en este sector, la ministra del ramo y directivos de CIMEX y Tiendas Caribe comparecieron este jueves en la Mesa Redonda.

Resaltó que el punto de partida de cada jornada son los análisis realizados a los criterios vertidos por la población a través de las diferentes plataformas. “El comercio electrónico ha sido un reto pero vamos a seguir apostando por él. Otros de los planteamientos más reiterados están referidos a los registros del consumidor y el llamado a usar la libreta de abastecimiento para la distribución de productos”, comentó.

Comportamiento y proyecciones de la canasta familiar normada

En su intervención, la titular recordó los productos que fueron asegurados en la distribución del mes de abril. “Esa canasta se cumplió y se pudo entregar el incremento de granos pactado. También se concluyó la venta del pollo sin subsidio, no obstante quedaron 261 mil consumidores afectados por diferentes causas, los cuales tienen que ser restablecidos para lograr el completamiento”.

En este sentido también informó que se efectuó la venta de la canasta familiar normada desde el 29 de abril, ya que la mayoría de las provincias estaban listas para hacerlo.

“Muchas personas nos preguntan por qué no hay arroz liberado. Debemos explicar que este es un producto que depende mayoritariamente de la importación y todo el que tenemos disponible lo estamos colocando en la canasta familiar. Asimismo se realizó un cambio en los envases del aceite en la capital y se continúa la comercialización del café en la ciudad. No se inició la distribución de la canasta en algunas bodegas de Santiago de Cuba, en Contraamaestre y en el municipio Florida, Camagüey”.

La titular de comercio interior dio a conocer que este mes de mayo “es posible mantener la venta de pollo controlada sin subsidio” para todas las zonas urbanas y suburbanas. “En el caso del Plan Turquino y las zonas de difícil acceso recibirán las carnes en conserva y la inclusión de un producto adicional en la canasta familiar normada”.

Entre tanto, al comentar sobre los productos de aseo e higiene, dijo que la oferta continúa limitada y como en el mes de abril, en mayo se mantiene la venta del jabón de tocador y el de lavar. “En el caso de la crema dental y el detergente la distribución se realiza en el trimestre. Hoy tenemos una mejor situación con las materias primas para la producción de pasta dental y por tanto, en el mes de mayo se distribuirá este producto al 53% de los clientes pendientes”.

En el caso del detergente la situación se mantiene igual. En abril se entregó un 33% y en los meses de mayo y junio se realizará la venta con iguales niveles. “Se les dio la facultad a los Consejos de Defensa que ordenaran esa distribución, por lo tanto, ha sido decisión de los mismos que municipios fueron ya beneficiados”, acotó.

Entrega de módulos, gastronomía y oficodas

En otro momento de su intervención en el programa radio-televisivo, Díaz Velázquez señaló que las provincias han ido distribuyendo diferentes tipos de módulos a partir de la producción local. “Estos han abarcado los diferentes grupos etarios. En el caso de La Habana se ha ido entregando un módulo a personas mayores de 65 años, que abarcan a 400 mil consumidores”.

Muy relacionado con este tema, la ministra comentó sobre la experiencia de los mensajeros a partir de la situación epidemiológica existente. “Conocemos que existen muchos mensajeros particulares, pero queríamos ampliar esto para poder llegar sobre todo a las personas mayores. No hemos logrado la cantidad necesaria de personas vinculadas, pero trabajamos para satisfacer la demanda de este tipo de servicio”.

En el caso de la venta de cloro, dijo que a pesar de que no ha habido dificultades en su producción, sí han existido interrupciones en algunas provincias como en Artemisa. Sin embargo se mantiene funcionando los 1380 puntos de venta.

Por su parte, los servicios gastronómicos han tenido como prioridad las unidades de Servicios de Atención a la Familia (SAF). En la actualidad funcionan un total de 1140 instalaciones de este tipo. “Hemos incorporado a un grupo de trabajadores para las entregas a domicilio, una actividad muy sensible pues son personas que no tienen que desplazarse de su vivienda”.

El resto de las 2 741 unidades gastronómicas se acogieron a un cambio de modalidad para prestar servicio “tanto para llevar como a domicilio”. “Queremos incluir estas ofertas en los portales ciudadanos de cada territorio para que las personas conozcan estos productos, sus precio. También se ha diseñado una modalidad de ventas móviles a lugares donde las unidades gastronómicas tienen menor densidad”, dijo la ministra.

Al comentar sobre la atención a embarazadas y otros grupos vulnerables, reseñó que se decidió incorporar a los Mercados Artesanales Industriales para su atención directa, con la entrega a domicilio de los módulos de embarazo, postrados o incontinentes.

“La Habana aun trabaja para lograr ese objetivo, y lo que se hace hasta el momento es una comunicación con el cliente para informar sobre la disponibilidad del producto. Reconocemos que hay muchas insatisfacciones”.

Sobre el funcionamiento de las Oficinas de Registro de Consumidores, Betsy Díaz Velázquez, Ministra de Comercio Interior señaló que se prorrogaron un grupo de trámites atendiendo a la situación que enfrenta el país.

“En este tema tenemos muchas insatisfacciones. Hay personas con trámites en proceso y otras tantas que no han podido legalizar los papeles de la propiedad. No obstante, hemos flexibilizado que si usted ya tiene la dirección en el nuevo lugar y falta darse la baja del otro registro esta se puede enviar vía electrónica a solicitud de un miembro

de la familia mayor de 16 años”.

En el caso de las comunidades de tránsito de La Habana se realizó una evolución y se llevó el servicio de Oficoda hasta estos lugares.

Al finalizar su intervención en el programa, comentó sobre el trabajo conjunto con el Ministerio del Transporte, la Alimentaria y las Cadenas de Tiendas para lograr la movilidad de los productos.

Tiendas Caribe: El reto es lograr que los productos lleguen a mayor cantidad de personas

Yamilet Álvarez Tejo, J' Dpto Comercial de Tiendas Caribe explica toda la organización que se ha establecido en las tiendas orientadas a brindar un mejor servicio y para ello se mantienen atendiendo los reclamos diarios de la población.

Respecto al papel de la Cadena de Tiendas Caribe, su Jefa Comercial, Yamilet Álvarez Tejo, valoró como un reto mantener y garantizar la presencia de un grupo de productos en los establecimientos y conseguir que lleguen a una mayor cantidad de personas posibles. Sobre ello, recordó que la situación de desabastecimiento antecede a esta pandemia, sobre todo vinculado a las afectaciones del bloqueo.

No obstante, las medidas adoptadas para enfrentar a la COVID-19 profundizaron esa situación y significaron una ruptura con los esquemas de trabajo tradicionales. “Por ellos fue necesario extender regulaciones a 54 productos, aunque los gerentes de las tiendas tiene la potestad para controlar otros, siempre en dependencia de la demanda y la cantidad”.

En cuanto a las medidas organizativas, Jefa Comercial de la Cadena de Tiendas Caribe apuntó que trabaja para priorizar al máximo la distribución de productos, sobre todo a partir de optimizar los procesos de la cadena puerto-transporte-economía interna. De igual manera, la mayoría de los establecimientos continúan operando en el actual contexto.

“Tenemos 1390 puntos de venta abiertos en el país, lo que significa el 75 por ciento del total. A su vez, el 60 por ciento de los trabajadores se mantuvieron en sus puestos y hemos llegado a varios centros laborales priorizados, sobre todo vinculados a instituciones de salud”, comentó.

Sobre las colas y su organización, uno de los temas más candentes por estos días en el país, Yamilet Álvarez dijo que algunas de estas medidas inciden en la organización de las filas, aunque otras sí han permitido controlar el flujo. Entre las medidas tomadas para facilitar las ventas mencionó la habilitación de todas las cajas para pagar por los productos, la ampliación de puntos de venta vinculados a los productos más demandados y la confección de módulos.

“Encontramos que el comportamiento de los consumidores también ha cambiado en las últimas semanas, pues ahora se producen colas incluso antes de conocer qué producto será vendido. Hemos tratado de mantener regularidad en la distribución y una mayor equidad, pero aun con decisiones organizativas para minimizarlas, las colas no van a desaparecer”, agregó.

Finalmente, la directiva explicó que es necesario mantener los horarios de prestación de servicios, fijados entre las nueve de la mañana y las cinco de la tarde, y entre las nueve y la una de la tarde en el caso de los domingos, porque los trabajadores dependen de rutas de transporte que los acerque hasta sus viviendas.

“Mantenemos una estrecha relación de trabajo con los Consejos de Defensas Territoriales y la PNR con el objetivo de garantizar una distribución más equitativa de los productos, una mejor organización de las colas y evitar las aglomeraciones, así como evaluar diariamente las necesarias dinámicas en los servicios para llevar productos básicos a comunidades apartadas, atención a centros de aislamientos y entidades que trabajan directamente en la contención de la epidemia”, concluyó.

CIMEX y la experiencia del comercio electrónico

La Vicepresidenta Comercial de CIMEX, Rosario Ferrer San Emeterio, se refiere a la prioridad que dan al personal de salud y Centros de Aislamiento con las tiendas móviles, así como la atención a insatisfacciones de la población en el abastecimiento.

Por su parte, Rosario Ferrer San Emeterio, Vicepresidenta Comercial de CIMEX, explicó que hasta el momento los trabajadores de la salud son los primeros beneficiados con la organización de ventas móviles. A su vez, ya 838 comunidades apartadas recibieron algún tipo de ventas, así como centros de trabajo vinculados a actividades vitales.

“Hemos reordenado horarios y las funciones de algunas instalaciones. En aquellas imposibilitadas de entregar productos para llevar, ubicamos a sus trabajadores en otros puntos para reforzar las ventas. Los Servicentros continúan abiertos las 24 horas, pero en el caso de los Photo Service sí los cerramos y empleamos a ese personal en el resto de nuestras actividades”, agregó.

Rosario Ferrer comentó que otra estrategia ha sido abrir varias vías de venta, aun cuando se cuente con los mismos inventarios. Del mismo modo, los productos dedicados al turismo han permitido un incremento en las entregas. A su vez, el uso de cajas registradoras en todos los lugares permite que las colas avancen de una manera más rápida.

En el caso de CIMEX, una de las medidas fue insertarse en el comercio electrónico, como una de las alternativas para garantizar el distanciamiento social. Sin embargo, para una entidad donde el 0.7 por ciento de las ventas ocurrían por esta vía, de pronto el incremento de las órdenes rebasó todas las posibilidades logísticas y la infraestructura tecnológica.

Como ejemplo, la directiva mencionó que antes de la aplicación de las medidas para el distanciamiento social, una tienda tan populosa como Carlos III apenas recibía cien órdenes diarias. No obstante, en las últimas semanas esa cifra es muy superior, “lo cual implica también contar con un personal más preparado en cuanto al protocolo para operar en el comercio electrónico”.

Optimizan plataforma TuEnvío para evitar operaciones defectuosas

Gilberto Luis Díaz Valdés, Gerente General de DATACIMEX, aborda las acciones acometidas sobre la plataforma informática para atender el incremento acelerado de la cantidad de usuarios y de la concurrencia de solicitudes para lograr su estabilidad.

Uno de los elementos más debatidos por estos días en Cuba es la efectividad del comercio electrónico. Al decir de Gilberto Luis Díaz Valdés, Gerente de DATACIMEX, el actual escenario es un reto en comparación con el contexto anterior a la llegada de la COVID-19 al país.

Antes de las medidas, la plataforma de pago recibía un promedio de 5 mil visitas diarias y una concurrencia —usuarios activos al mismo tiempo— de alrededor de cien. Esas cifras apenas necesitaban de 12 de los 40 megabits del ancho de banda del sistema. Sin embargo, en las últimas semanas las visitas crecieron hasta 25 mil y la concurrencia se ubicó entre 6 mil y 8 mil usuarios como promedio.

“En abril las órdenes crecieron en más de 73 mil, mientras que más de 76 mil personas se registraron en el sistema. Eso provocó una congestión en el sistema que prácticamente lo volvió inoperable”, comentó.

Para enmendar la situación, DATACIMEX amplió la capacidad de procesamiento y el ancho de banda hasta los 500 megabits, lo que a su vez permitió un incremento de diez veces del tráfico.

“Junto a ellos, también cambiamos el flujo del sistema de pago, lo cual permitió eliminar errores en los períodos de congestión, sobre todo en el descuento del dinero aun cuando no se efectuaba la orden. Eso provocó 6 mil devoluciones en esa etapa”, explicó.

Finalmente, Gilberto Luis Díaz Valdés explicó que a partir de las mejoras realizadas al sistema no se han generado nuevas operaciones defectuosas. Asimismo, a partir de la sustitución de la facturación manual por la automática, también ha sido posible eliminar otros errores asociados al proceso de compra electrónica.

Listado de contactos de las tiendas virtuales

Tienda	Teléfono	Correo oficial de la tienda
TuEnvio Pinar del Río	48-778834	pinardelrio@tuenvio.cu
TuEnvio Artemisa	47-362436	artemisa@tuenvio.cu
TuEnvio Mayabeque	47-861170	mayabeque@tuenvio.cu
TuEnvio Isla de la Juventud	46-324949 / 46-326286	isla@tuenvio.cu
TuEnvio Carlos III	7-8736370 / 7-8730024	carlos3@tuenvio.cu ;
TuEnvio Cuatro Caminos	7-8241182	cuatrocaminos@tuenvio.cu ;
TuEnvio El Pedregal	7-2737831	typedregal@cimex.com.cu
TuEnvio Matanzas	45- 667419 / 45-619013	matanzas@tuenvio.cu
TuEnvio Cienfuegos	43-551361	cienfuegos@tuenvio.cu
TuEnvio Villa Clara	42-209676 / 42-291175	villaclara@tuenvio.cu
TuEnvio Sancti Spíritus	41-328444	sanctispiritus@tuenvio.cu
TuEnvio Ciego de Ávila	33-266149	ciegodeavila@tuenvio.cu
TuEnvio Camagüey	32-286228 / 32-243337 / 32-288579	camaguey@tuenvio.cu
TuEnvio Las Tunas	31-371596	lastunas@tuenvio.cu
TuEnvio Holguín	24-468233 / 24-468230	holguin@tuenvio.cu
TuEnvio Granma	23-471907	granma@tuenvio.cu
TuEnvio Santiago	22-623081	santiago@tuenvio.cu

