Comercio electrónico en Cuba: CITMATEL entre los primeros

Por: Vladia Rubio / CubaSí
30/05/2020



A raíz de la pandemia, el comercio electrónico ha ganado entre los cubanos una prioridad que nunca antes había tenido. Los motivos de que así sea son obvios: las indicaciones sanitarias y gubernamentales de quedarse en casa y evitar aglomeraciones.

Pero la novedad se ha abierto espacio entre quejas y satisfacciones, incertidumbres, logros e ineficiencias. Tanto ha centrado la atención, que los máximos dirigentes de entidades involucradas en esa opción, y también el Presidente de la República, se han pronunciado públicamente al respecto.



Tomado de granma.cu

En busca de los inicios y también de criterios experimentados que podrían arrojar luz para un mejor hacer de ese comercio virtual, **CubaSí** solicitó información y opiniones a la máster en Ciencias Beatriz Alonso Becerra, Directora General de la Empresa de Tecnologías de la Información y Servicios Telemáticos Avanzados (CITMATEL) desde que esta fuera creada hace 20 años.

Adscrita al Grupo Empresarial INNOMAX del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, CITMATEL fue de las primeras, si no la primera, en adentrarse por los caminos del comercio virtual.

-¿Cuándo, cómo y por cuál entidad comenzó en Cuba el comercio electrónico?

-En Cuba se han desarrollado varias experiencias de comercio electrónico para diferentes actividades. Algunas llevan varios años de operación con resultados crecientes.

“Particularmente, en 1998 se inicia en el Centro de Diseño de Sistemas Automatizados del CITMA el Proyecto: “Educación a Distancia y Comercio Electrónico por Internet” en el marco del Programa Nacional Científico Técnico: “Tecnologías de la Información”, que se culmina en la empresa CITMATEL en el año 2000 como un proceso de I+D+i.

“En CITMATEL esta actividad ha seguido un curso ininterrumpido de desarrollo hasta la actualidad, en que se consolida como una opción cubana para la promoción y comercialización de productos y servicios con un enfoque de sustentabilidad.

“La motivación inicial que tuvimos en 1998 para involucrarnos en este proceso, a pesar de que la penetración de

Internet en ese momento en el país aún era muy baja, estaba vinculada a la posibilidad del aumento de las exportaciones, y a que el comercio electrónico había demostrado ser un canal exitoso para el suministro de productos y servicios a nivel mundial. Para nosotros constituía un reto como empresa del sector de la ciencia introducir en el país nuevas modalidades de comercialización utilizando las TIC como parte de un proceso innovador.



Beatriz Alonso Becerra, Directora General de CITMATEL en el programa televisivo Mesa redonda. **Foto: Roberto Garaycoa**

“El proceso del comercio electrónico en CITMATEL es un ejemplo de los beneficios de la aplicación del ciclo completo en una empresa de tecnologías que abarca desde la investigación aplicada, el desarrollo de los modelos de negocios hasta la obtención de los resultados de la comercialización.

“Constituyó un desafío al ser un proceso complejo, no exento de retrocesos y dificultades en un camino de aprendizaje constante, donde comenzábamos a insertarnos en un medio desconocido y riesgoso con aspectos sensibles vinculados a transacciones bancarias, seguridad, estabilidad de los servicios y despliegue de plataformas tecnológicas.

“Sin embargo, la empresa contó con importantes fortalezas como el haber comenzado tempranamente a proveer servicios masivos de Internet en el país y contar con especialistas capacitados con enfoque y método de desarrollo científico-innovador, lo cual permitió el desarrollo de plataformas propias.

“Durante estos años se ha ido produciendo un grupo de transformaciones en los aspectos tecnológicos, de seguridad, organizativos, de logística y de enfoque comercial.

“En diciembre de 2018 se pone en línea para la población cubana el Centro Comercial www.superfacil.cu a partir de contar con la pasarela de pagos nacional desarrollada por Xetid, utilizando PASARED. Posteriormente, se produce una significativa mejora al utilizar las pasarelas Transfermovil y Enzona, que abrieron nuevas

posibilidades al comercio electrónico por la población.



Foto: citmatel.cu

-¿Cuáles son los requisitos indispensables para que un país despliegue un comercio en línea exitoso?

-El comercio en línea depende de múltiples aspectos, pero hay uno que es básico pues, evidentemente, resulta imposible que se desarrolle si no hay una infraestructura que lo sustente.

“Hoy, Cuba se encuentra en favorables condiciones al haber alcanzado mejores niveles de conectividad, introducido masivamente los servicios de datos móviles, al contar con más de 7 millones de usuarios de Internet, poseer centros de datos, equipos de conectividad y dispositivos móviles con mejores prestaciones. A esto se añade un aspecto muy importante: el alto nivel de formación de la población cubana que facilita la apropiación de estas tecnologías.

“Además de estos aspectos básicos, el comercio electrónico requiere de herramientas propias, sistemas de planificación, seguridad, organización, control específico y de atención a clientes a través de múltiples canales que provea credibilidad al creciente número de usuarios.

“El comercio electrónico requiere alcanzar una mayor eficiencia, adaptar los servicios al consumidor y optimizar la relación con los clientes y proveedores, desarrollando nuevos modelos de operaciones diferentes y más flexibles que el comercio tradicional.

“Hay que tener en cuenta que estos modelos de negocios pueden operar sin límites de tiempo, espacios y fronteras.

“Elementos como la gestión de órdenes, la facturación y embalaje, la gestión de almacén, las opciones de pago, la organización del envío requieren una especial atención.

“Esto necesita capacitación constante de quienes prestan el servicio y también de quienes lo reciben, porque el comercio electrónico tiene una naturaleza interdisciplinaria donde las TIC son un elemento transversal, pero incluye aspectos económicos, financieros, bancarios, de mercadotecnia, sistemas de información y comportamiento de los consumidores.

“Requiere de una gestión diaria o permanente del canal en línea para detectar las incidencias de los pedidos,

posibles fraudes, etc., implantando acciones correctivas y propuestas alternativas en función de los resultados que se vayan obteniendo".



-¿Qué ventajas y riesgos acompañan a esta modalidad de comercio?

-Algunas de las ventajas del comercio electrónico son: contribuir a reducir los costos, proporcionar un horario extendido de 24 x 7 x 365; es ubicuo, puede personalizarse para grupos de clientes, permite establecer mejoras en las cadenas de suministros abaratando el precio de los productos.

"Los riesgos pueden ser tecnológicos relacionados con el desarrollo de las herramientas de software y la infraestructura de telecomunicaciones, así como con la automatización de los almacenes. Puede haber riesgos no tecnológicos relacionados con la organización del envío y problemas legales.

"Con mayor frecuencia se enfrentan riesgos relacionados con la falta de personal calificado, modelo de operación obsoleto, organización no adecuada y poco flexible, lenta navegación en Internet y deficiente organización de la logística, así como problemas con las reclamaciones y devoluciones.

"La aplicación del comercio electrónico requiere que las instituciones que participan migren a la tecnología digital y creen un modelo propio que se adapte a las nuevas condiciones, tanto por parte de los proveedores como de los clientes".

En la actualidad, el comercio electrónico en CITMATEL acumula 20 años de experiencia y cuenta con:

•Centros comerciales digitales con varias tiendas.

•Plataforma propia adaptativa y en constante perfeccionamiento con posibilidades de venta de productos y servicios con requerimientos especiales de organización, logística y programación.

•Central de pago con servicios multipasarelas.

•Administración centralizada para el centro comercial y personalizada para cada tienda.

•Capacidad de integración y administración de tiendas de productos y servicios de diferente naturaleza.

•Requerimientos de seguridad muy rigurosos.

•Sistema innovador de gestión tecnológica, organizativa y de control del Centro Comercial Digital.

•Infraestructura tecnológica y personal entrenado. Atención a clientes 24x7x365 con canales de diálogo prácticos y eficaces para interactuar con diferentes tipos de público.

•Capacidad y experiencia en la administración de tiendas en línea que incluye la gestión personalizada de las ventas, servicios y órdenes de clientes.

•Herramientas de posicionamiento.

•Procedimientos de trabajo incorporados al Sistema Integral de Gestión de la Calidad de la empresa.

•Opción para la promoción y comercialización de productos y servicios de entidades cubanas en encadenamiento con la industria nacional.