

EL COMERCIO ELECTRÓNICO ES EL FUTURO DEL CORREO CUBANO



Eldis Vargas Camejo, vicepresidente del Grupo Empresarial Correos de Cuba expone las experiencias de organización postal cubana en la implementación del comercio electrónico.

¿Qué es el comercio electrónico?

El comercio electrónico es un tipo de transacción comercial que se realiza de manera electrónica a través de una red;

puede ser para la compra, venta o intercambio de productos, servicios y/o información, mediante sistemas informáticos y redes electrónicas de comunicaciones.

Para que se pueda entender de manera más sencilla, el comercio electrónico es como una tienda en línea, es decir, que cualquier persona o entidad desde una computadora enlazada a una red electrónica puede entrar en un negocio, por ejemplo, en una tienda o un almacén y adquirir (comprar) productos y/o servicios. ¿Cómo una organización empresarial como la nuestra puede insertarse en el comercio electrónico?

Claro que puede. En el comercio electrónico existen tres fases que hay que cumplir necesariamente y ello debe hacerse de la forma siguiente:

1ro. Realizar la consultoría estratégica, que incluye definir:

- El plan de negocios
- La selección de los proveedores
- El estudio del mercado
- El análisis de la competencia nacional e internacional
- La definición de la estructura organizativa
- El análisis de canales alternativos

2do. El desarrollo del proyecto de comercio electrónico, en el cual se debe prever:

- El diseño y programación del sitio web de la entidad con ese objetivo
- La selección de los medios de pago

- El cumplimiento de las normas legales del país
- La selección de las operaciones y la logística de la llamada tienda en la línea
- El diseño de la estrategia de marketing en línea.

3ro. La gestión del canal en línea para la atención al cliente, que debe asegurar:

- La definición de la función de los responsables del comercio electrónico
- La ejecución del plan de marketing
- El análisis del rendimiento del canal en línea (del comportamiento de la web)
- La gestión diaria del canal en línea
- La implementación de acciones correctivas y alternativas enfocadas a lograr resultados

Todos esos elementos que he mencionado son perfectamente cumplibles en Correos de Cuba, solo basta la voluntad y la decisión de hacerlo que, de hecho, ya está tomada por la dirección del Grupo Empresarial y estamos dando los primeros pasos en ese sentido.

¿Qué tipo de negocios pueden clasificar dentro del comercio electrónico?

A través del comercio electrónico se pueden hacer distintos tipos de negocios, los más comunes son:

- B2C: negocio a consumidor, por ejemplo, la imposición o pago de un giro
- B2B: negocio a negocio, por ejemplo, el servicio de correo oficial
- B2B2C: negocio a negocio a consumidor, por ejemplo, el cobro de la factura telefónica o de electricidad
- C2B: consumidor a negocio, por ejemplo, realizar una reservación en un negocio, digamos reservar una mesa en un restaurante por un canal en línea
- C2C: Consumidor a consumidor, por ejemplo, intercambio de sellos de filatelia entre coleccionistas

¿Cuáles son los beneficios del comercio electrónico para una organización empresarial de servicios como la nuestra?

El comercio electrónico puede beneficiar mucho a Correos de Cuba, en varios sentidos: por su alcance global; su ubicación estratégica; la reducción de los costos; los horarios pueden ser extendidos hasta 24 horas, los 7 días de la semana y los 365 días del año; la implementación y desarrollo de nuevos modelos de negocios; mejoras en las cadenas de suministro: más productos y servicios; mejores servicios y de mayor calidad; productos y servicios más baratos y, por supuesto, mayores ingresos para la organización.

Es justo y oportuno señalar que, al desarrollar el comercio electrónico nos podemos encontrar barreras, en Cuba la mayor de ellas son las tecnologías y su rápido desarrollo; también existen limitaciones no tecnológicas, como es la falta

de confianza de las personas en las posibilidades reales del comercio electrónico y la preocupación de los clientes por la seguridad de los pagos en línea por parte de las entidades. Pero todo eso es perfectamente superable.

En nuestro caso, considero que la mayor barrera que existe es la falta de confianza en el propio comercio electrónico y el rechazo al cambio. Estos, por supuesto, son riesgos que debemos enfrentar y superar.

¿Cómo consideras que pudiéramos enfrentar esos riesgos?

Para enfrentar y salir airoso ante esos riesgos es importante tener presente lo siguiente:

1ro. Seguridad en el uso de las infocomunicaciones.

2do. Empleo de modelos estándares para los contenidos y sistemas.

3ro. Aprobación y dominio de las tecnologías adecuadas.

4to. Lograr alianzas estratégicas con las entidades con que negociamos.

5to. Desarrollo propio de la infraestructura tecnológica que se requiere para asegurar, por la vía del comercio electrónico, los sistemas, procesos, productos y servicios del correo.

¿Qué modelo de negocios pudiera experimentar Correos de Cuba dentro del comercio electrónico?

Si nosotros revisamos y comprendemos bien lo que es el comercio electrónico, vemos que en el Grupo Empresarial Correos de Cuba hoy lo estamos haciendo, lo que se hace de forma empírica.

Por ejemplo, lo que nosotros hacemos con los servicios financieros, como son el pago de la seguridad social, la asistencia social, los giros y otros, es implementar un tipo de comercio electrónico, aunque sea de manera muy elemental, solo que ello está enfocado para las oficinas de correos.

Si nosotros digitalizáramos toda esa información y le encontráramos un hogar único donde hospedarla, estaríamos en mejores condiciones de hacer un comercio electrónico real y ese hogar único sería nuestra propia web www.correos.cu que hoy tenemos de cara a Internet; solo nos faltaría definir cómo cobramos esos dineros.

Para poder materializar estas ideas en los servicios que hoy negociamos con entidades foráneas como son, por ejemplo, los giros internacionales, podemos auxiliarnos de las pasarelas de pago internacionales que existen en nuestro país, solo lo nos faltaría asociarnos a ellas.

En el caso de los servicios nacionales podemos asociarnos con los bancos, para asegurar por la vía del comercio electrónico los servicios financieros de terceros que hoy brindamos a nuestra población.

Por supuesto, sabemos que existen barreras para la implementación del comercio electrónico en Correos de Cuba, pero es algo a lo que definitivamente tenemos que entrarle de frente, porque ese es el futuro del correo cubano, que no le quepa duda a nadie, como hoy es ya una realidad en los correos de muchos países del mundo.

El comercio electrónico nos traerá muchas ventajas, empresarialmente hablando y, cuando lo hayamos consolidado, será mucho más atractivo y seguro para nuestros clientes.

Con el comercio electrónico los problemas objetivos, como los del transporte, que hoy afectan nuestra gestión empresarial y que inciden directamente en la calidad de los servicios, podrían reducirse sensiblemente; por eso considero que deberíamos comenzar el proyecto por los servicios que no requieren de transportación.

En resumen, el comercio electrónico se basa en la honestidad de la organización empresarial, cumplir lo que prometemos, eso es lo que nuestros clientes desean y esperan de nosotros y a ello es a lo que debemos aspirar en Correos de Cuba.