

CubaComercio.com: UN PUNTO DE VENTA DE PRODUCTOS CUBANOS CON ALCANCE MUNDIAL

Resumen / Abstract

CubaComercio.com es un Portal de Comercio Electrónico (PCE) cuyos objetivos son los de promocionar, ofertar y vender los servicios que brindan las empresas cubanas, para acceder a nuevos clientes y mercados de una forma más rápida y simplificada, logrando incrementar los niveles de ingreso de divisas a la Economía Nacional. El PCE **Cuba Comercio.com** permite que sobre la misma plataforma puedan muchas empresas sostener su actividad de comercio electrónico, lo que representa tanto ofertar como vender productos y servicios. Además, **CubaComercio.com** permite a las empresas cubanas acceder al mercado mundial a través de una solución de comercio electrónico sustentada en una red de instituciones con alto nivel competitivo, y constituye una herramienta que influye en el aumento de la competitividad de las empresas y en el desarrollo de productos con alto valor agregado, sustentado en un grupo de ventajas a corto plazo que disminuyen los niveles de inversión de la empresa cubana. Los principales resultados de la implementación del PCE **CubaComercio.com** permitieron crear un procedimiento para la exportación a través del comercio electrónico de los productos cubanos y a su vez potenciar el desarrollo de servicios con mayor valor agregado.

***CubaComercio.com** is a Portal of Electronic Trade whose objectives are promoting, to offer and to sell the services that offer the cuban companies, for access to new clients and markets in a quicker and simplified way, being able to increase the levels of entrance of foreign currencies to the National Economy. **CubaComercio.com** allows that many companies can sustain its activity of e-commerce on the same platform, offering products and services. **CubaComercio.com** also allows to the cuban companies to access to the world market through a solution of e-commerce sustained in a net of institutions with high competitive level. **CubaComercio.com** is a tool that influences in the increase of the competitiveness of the companies and in the development of products with high added value, he is sustained in a group of advantages that they diminish the levels of investment of the cuban company. The main results of the implementation of **CubaComercio.com** allowed to create a procedure for the export through the electronic trade of the cuban products and to increase the development of services with more added value.*

Palabras clave / Key words

Comercio electrónico, logística, competitividad, servicio al cliente

E-commerce, logistics, competitiveness, customer service

INTRODUCCIÓN

El Laboratorio de Logística y Gestión de Producción (LOGESPRO) de la CUJAE, como resultado de sus investigaciones ha desarrollado un **concepto para la introducción del comercio electrónico en las empresas cubanas** como una vía para incrementar su competitividad y la ampliación de su

José Antonio Acevedo Suárez, Ingeniero Industrial, Doctor en Ciencias Técnicas, Profesor Auxiliar, Facultad de Ingeniería Industrial, Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, Cujae, Ciudad de La Habana, Cuba
-mail:acevedo@tesla.cujae.edu.cu

Martha Inés Gómez Acosta, Ingeniera Industrial, Doctora en Ciencias Técnicas, Facultad de Ingeniería Industrial, Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, Cujae, Ciudad de La Habana, Cuba
-mail:marthagom@tesla.cujae.edu.cu

Ariel García Mugica, Ingeniero Industrial, Facultad de Ingeniería Industrial, Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, Cujae, Ciudad de La Habana, Cuba
-mail:arielgm@tesla.cujae.edu.cu

Froilán Zamora Quintana, Ingeniero Informático, Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, Cujae, Ciudad de La Habana, Cuba
-mail:froilan@tesla.cujae.edu.cu

Recibido: Noviembre del 2003
Aprobado: Enero del 2004

mercado, tanto nacional como internacional. Este concepto se basa en lograr soluciones integrales que abarquen:

- Soluciones informáticas integradas con los sistemas de control económico de la empresa.
- Adopción de nuevos modelos de organización de la empresa.
- Introducción de nuevas formas de logística.
- Desarrollo de la formación del personal.

Las investigaciones realizadas han corroborado que para tener éxito en la aplicación del comercio electrónico deben lograrse soluciones de carácter integral en cuanto a los cuatro (4) aspectos señalados anteriormente.¹

Una de estas soluciones es el **Portal de Comercio Electrónico (PCE)**. El PCE denominado **CubaComercio.com** permite que sobre la misma plataforma puedan muchas empresas sostener su actividad de comercio electrónico.

CubaComercio.Com: UNA SOLUCIÓN PARA LA EMPRESA CUBANA

CubaComercio.com es un Portal de Comercio Electrónico (PCE) cuyos objetivos son los de promocionar, ofertar y vender los servicios que brindan las empresas cubanas, para acceder a nuevos clientes y mercados de una forma más rápida y simplificada, logrando incrementar los niveles de ingreso de divisas a la Economía Nacional. (Ver figura 1.)

Además, **CubaComercio.com** permite conocer nuevas y diversas fuentes de suministro y por tanto tener mayores y mejores alternativas de compras, logrando obtener precios más competitivos.² También permite reducir los procesos de petición de ofertas y los costes de gestión del pedido, así como optimizar los procesos de negociación y los costos logísticos, lo que representa una disminución efectiva de tiempo y dinero en la gestión de la empresa cubana.

Otro objetivo que persigue **CubaComercio.com** es el de influir de forma decisiva en la competitividad y la calidad de los servicios brindados,³ para lograr procesos de gestión con alcance mundial así como influir en las mentes del empresariado cubano moderno para lograr a través del acceso a información actualizada de alcance global, el desarrollo de nuevos servicios y productos, con más valor agregado acordes con lo que solicita el cliente potencial en el mercado.

El PCE **CubaComercio.com** es una plataforma en internet para la realización del comercio exterior de las empresas cubanas permitiendo acceder al mercado mundial a través de un servicio de informática y una solución de comercio electrónico sustentada en una red de instituciones con alto nivel competitivo.

La red de instituciones que conforman el proyecto son:

- **LOGESPRO**. Es el coordinador del PCE y encargado de las investigaciones y desarrollos informáticos, logísticos y organizacionales.

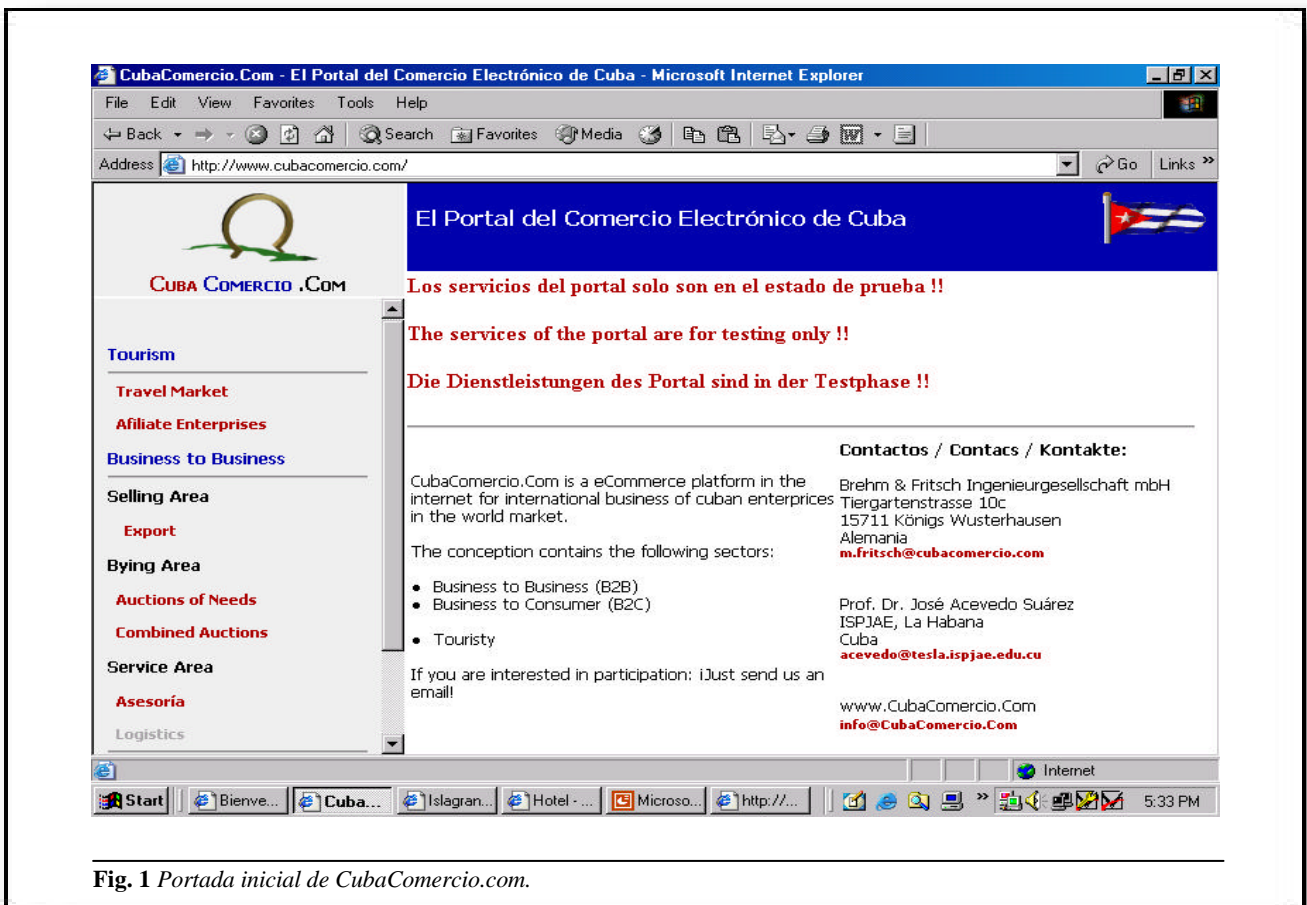


Fig. 1 Portada inicial de CubaComercio.com.

• **CETA, Sucursal de Ingeniería de Comercial Mercadu, SA.** Se encarga de la contratación con las empresas cubanas y suministrador de la asesoría, formación y soporte informático que requiere cada empresa para acceder al PCE.

• **TRANSCARGO.** Operador Logístico cubano.

• **CUBAPOST.** Servicio de paquetería y mensajería.

• **Dresdner Bank.** Servicio de cobro de tarjetas de crédito y gestión de la cuenta de confianza para las transacciones financieras internacionales.

• **SCHENKER, BTL.** Operador Logístico Internacional.

Brehm & Fritsch GmbH. Empresa alemana encargada de la operación del servidor, desarrollo informático y administrador de una cuenta de confianza. Institut für Agrar- und Stadtökologische Projekte an der Humboldt Universität zu Berlin. Estudios de mercado en Europa, desarrollo y certificación de sistemas de calidad y formación avanzada de personal.

El PCE **CubaComercio.com** consta de cinco (5) sectores:

1. Sector de turismo (Mercado de viajes). Aquí las empresas cubanas, turoperadores o entidades turísticas, pueden ofertar y vender los servicios relacionados con el turismo: hoteles, restaurantes, eventos, excursiones, renta de autos y otros. En este sector los clientes realizan sus reservaciones y pagos a través de tarjetas de crédito y las empresas vendedoras gestionan los pedidos y aseguran la calidad y los servicios solicitados.

2. Sector de exportación. Las empresas cubanas pueden colocar en este sector sus ofertas para exportar y realizar las ventas y el cobro de las mismas. Además, la interfaz de exportación permite negociar directamente con el cliente, los cuales tienen la opción de solicitar la logística para llevar las mercancías compradas hasta sus puertas sobre la base de la contratación *m-line* a alguno de los operadores logísticos del PCE.

3. Sector de importación. En este sector las empresas cubanas pueden colocar sus demandas para la importación de productos para recibir las ofertas de los vendedores extranjeros. La selección de la oferta por la empresa permite cerrar contratos, así como contratar la logística si así se requiere. Uno de los servicios agregados que brinda el portal es la posibilidad de contratar una asesoría que permita determinar la mejor oferta.

4. Sector de importación conjunta. En este caso una empresa comercial publica un paquete de productos a importar para que otras empresas cubanas formulen sus demandas a contratar. En determinada fecha se cierra la colocación de demandas y esta empresa comercial conforma un volumen conjunto de importación que se somete al mismo procedimiento que la importación. Con esta solución se aumenta el poder de negociación con los suministradores extranjeros y con ello se logran mejores precios y condiciones.

5. Ventas minoristas. Las empresas cubanas pueden en este sector colocar sus ofertas para la compra por personas naturales en el extranjero, pagando mediante tarjeta de crédito.

Las empresas que se asocian al PCE no tienen que realizar inversiones para instalar una tienda específica, sino que acceden a una plataforma estándar. Igualmente no tienen que desarrollar

nuevas infraestructuras para asumir la logística del comercio electrónico que tiene rasgos radicalmente distintos a la del comercio tradicional. La empresa solo paga una tasa por las ventas que realiza en el PCE.

Las ventajas fundamentales del PCE **CubaComercio.com** son:

• Presentar licitaciones de productos y realizar subastas *on-line*.

• No necesita invertir en soluciones propias.

• Sus productos reciben una promoción adicional al crearse una sinergia por la confluencia de múltiples productos cubanos en el mismo sitio.

• Poder operar en cualquier moneda y mercado al realizar la transacción financiera internacional a través de una cuenta de confianza en el Dresdner Bank.

• Cuenta con una red logística profesional y especializada de alcance mundial.

• Los costos de sostenimiento del comercio electrónico son totalmente variables, lo cual garantiza incurrir solo en gastos en la medida en que vende.

• Permite contar con una red de instituciones especializadas para asesorarla integralmente.

• Utilizar una técnica moderna de venta, lo que posibilita acceder a nuevos mercados y clientes que antes no conocían los productos y servicios cubanos.

Encontrar nuevos proveedores de productos claves para la empresa.

El PCE **CubaComercio.com** es una plataforma en internet, por lo que las empresas trabajarán directamente sobre el portal todas las actividades del comercio electrónico que la misma esté dispuesta a asumir.

La implementación de esta interfaz en la empresa que está interesada en participar debe saber que introducirse en el comercio electrónico entraña un cambio, un salto sustancial en la forma de ver los procesos vitales de la empresa, lo que significa un paso superior de organización: el enfoque logístico y de procesos.⁴

Dentro de las facilidades que brinda el PCE **CubaComercio.com** se encuentra el análisis de los ciclos logísticos de la empresa que se introduce en este negocio, un diagnóstico de los problemas que debe superar para poder afrontar este paso y la formación del personal que debe utilizar estas nuevas técnicas de comercio.

FACTIBILIDAD ECONÓMICA DE UTILIZAR LOS SERVICIOS DEL PCE **CubaComercio.com**

Al analizar la participación de la empresa cubana en el PCE **CubaComercio.com** pudiera surgir alguna duda relacionada con la factibilidad económica de participar en el mismo.

Al intentar aclarar esta duda, es necesario realizar un análisis de las ventajas fundamentales que influye a la hora de decidir por la participación y aplicación de las facilidades del mismo.

En la actualidad, al existir **CubaComercio.com** como una plataforma en internet, que le permite a la empresa participar en el

comercio electrónico sin tener que desarrollar una infraestructura informática para comenzar a ofertar y vender sus servicios a través de internet, que implica un ahorro sustancial de dinero.

Si una empresa cubana quiere realizar comercio electrónico por su propia cuenta tiene que realizar varias inversiones iniciales claves. (Ver tabla 1.)

El análisis de los costos de la introducción de esta nueva estrategia para una empresa por su propia cuenta le cuesta en estos momentos solamente desde el enfoque informático un costo estimado que oscila entre los 19 000 USD y los 35 000 USD, y a eso se le suma el 1 % y el 3 % de la venta por el uso de los servicios de pago internacional, lo que refleja el nivel de inversión de una empresa para asumir este tipo de negocio. Con una recuperación de la inversión en el tercer año de vida del proyecto, partiendo de la pérdida de 6 meses en programación y puesta en marcha del sitio web de ventas de la empresa.

Al aplicar **CubaComercio.com**, la empresa gana, ya que no debe invertir en infraestructura informática, solo en

adquirir el servicio de internet y la línea arrendada y en el pago de la tarifa básica del portal que representa al año entre el 3 % y el 5 % de las ventas, a su vez, el análisis de los otros indicadores aporta interesantes resultados. Entre ellos el tiempo de puesta en marcha es rápido solamente 15 días, y la recuperación de la inversión es en 1,5 años. A su vez, una ventaja que ofrece el PCE es la posibilidad de ir pagando el alquiler de los servicios en dependencia de las ventas a través del mismo. (Ver tabla 2.)

El análisis de las dos variantes de implementación permite aportar una nueva ventaja para al PCE **CubaComercio.com**:

- La utilización de los servicios del portal permite comenzar a ofertar y vender los servicios de la empresa cubana en internet en un tiempo mínimo de 15 días, con una recuperación de la inversión el doble de rápida, de lo que hubiera costado ese mismo proyecto de realizarlo solamente la empresa con sus propios medios, sustentado a su vez en un mayor grupo de ventajas a corto plazo.

TABLA 1 Gastos en la puesta en marcha de un proyecto de comercio electrónico para una empresa cubana	
Soluciones informáticas necesarias para desarrollar una estrategia de comercio electrónico	Costo estimado (USD)
Adquisición de un servidor	4 000 - 6 000
Protección y accesibilidad	1 000 - 2 000
Licencia de software	3 000 - 5 000
Alquiler de los servicios de hosting	2 000 - 3 000
Proveedor de internet	2 000
Línea arrendada	2 000
Programación de un sitio web dinámico para comercio electrónico	6 000 - 2 0000
Contrato con un servicio de pago internacional. (e-payment, internet secure)	1 - 3 % venta
Total estimado de un proyecto	12 000 - 27 000
Otros indicadores	
Gastos de operación y mantenimiento	2 000USD
Gastos de promoción del portal	5 000USD - 10 000USD
Tiempo promedio óptimo estimado de puesta en marcha	6 meses
Ventas promedio en el primer año de puesta en marcha	5 000USD - 15 000USD
Recuperación de la inversión	3 años

TABLA 2 Gastos en la puesta en marcha de un proyecto de comercio electrónico a través de CubaComercio.com	
Soluciones informáticas necesarias para desarrollar una estrategia de comercio electrónico	Costo estimado(USD)
Proveedor de internet	2 000
Línea arrendada	2 000
Total estimado de un proyecto	4 000
Otros indicadores	
Gastos de operación y mantenimiento	0USD
Gastos de promoción del portal	2 000USD - 5 000USD
Tiempo promedio estimado de puesta en marcha	15 días
Ventas promedio en el primer año de puesta en marcha	5 000USD -15 000USD
Contrato de los servicios de PCE CubaComercio.com	3 - 5 % venta
Recuperación de la inversión	1,5 años

IMPLEMENTACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN EL PCE CubaComercio.com

El PCE **CubaComercio.com** permite a las empresas cubanas interesadas poder participar en el comercio electrónico en los sectores de turismo, importación y exportación de productos. En la actualidad se está trabajando en los sectores de turismo y exportaciones partiendo de la importancia que tienen ambos para el desarrollo del país.

En el sector turismo se ha trabajado con la Agencia de Viajes UniversiTUR Sucursal CUJAE, proponiendo varios servicios a través de internet:

- Alquiler de habitaciones en hoteles.
- Pago de cenas en restaurantes de Ciudad de La Habana.
- Pago de colegiatura de eventos.
- Facilidad para realizar transacciones de dinero.
- Personalización de viajes a Cuba.

Y se continúa trabajando en la implementación de nuevos servicios:

- Participación en circuitos especializados.
- Participación en visitas técnicas especializadas.
- Alquiler de autos.

En el sector de las exportaciones se ha trabajado con la exportadora de Café Cubita de CIMEX SA, ofreciendo café cubano de primerísima calidad.

Es importante por tanto explicar la situación actual de ambos negocios y los cambios necesarios para introducirse en este negocio.

IMPLEMENTACIÓN EN LA AGENCIA DE VIAJES UNIVERSITUR

La implementación del comercio electrónico en UniversiTUR ha permitido preparar a la agencia de viajes para introducirse en este nuevo negocio.

Analizando la situación actual de la agencia de viajes ante internet, y fundamentalmente ante el comercio electrónico como una nueva gestión de ventas del turoperador se puede clasificar a UniversiTUR Sucursal CUJAE:

1. Desde el punto de vista de la actitud ante el *e-commerce* es importante aclarar que esta agencia ha adoptado una actitud participativa y de gran interés, partiendo de que ha formulado una estrategia de inserción de sus servicios en Internet.

En estos momentos ya tiene un sitio web:

www.viajesmercadu.com

Y está dispuesta a vender los servicios turísticos que brinde en el Portal de Comercio Electrónico (PCE) **CubaComercio.com**. (Ver figura 2.)

2. En cuanto a la forma de vender los productos en internet, la gestión de venta es realmente pobre y debe mejorar; en estos momentos la agencia se contenta con formular la lista de los productos que vende, sin intentar realizar ninguna gestión extra para realizar ventas a través de este canal.

3. Partiendo del tipo de comercio que hace la agencia, se está trabajando en el sector de Venta a Consumidores (B2C), aunque pronto se comenzará a brindar servicios a los trabajadores de la CUJAE (B2E) a través de una intranet.

4. En relación con las zonas geográficas que abarca, es importante decir que el mismo es un servicio que se brinda para todos los clientes internacionales, sin diferenciar el mercado o la región.

5. Teniendo en cuenta la plataforma de ventas del producto, la agencia de viajes es una empresa física, ya que todo su trabajo lo realizan fundamentalmente conociendo al cliente, aunque en la actualidad es justo decir están trabajando el tema de convertirse a partir de su experiencia en una Agencia de Viajes que también brinda servicios virtuales.

En los momentos actuales, la Agencia de Viajes UniversiTUR CUJAE se encuentra en un proceso de cambios estructurales ante la inserción en internet, partiendo del criterio de que tiene definida una estrategia para comenzar a aparecer en este mercado virtual, analizando este criterio se puede decir que es una de las empresas pioneras en Cuba en ofertar los servicios a través de internet, vendiéndolos directamente, aunque los pasos para introducirse han sido lentos, la disposición de la gerencia y los empleados es grande, ya que se considera esta nueva gestión de venta como una gran oportunidad futura que hay que comenzar a explotar.

Las ventajas fundamentales para la Agencia de Viajes UniversiTUR CUJAE son:

- Acceso a un nuevo grupo de clientes que anteriormente no podían comprar los productos que ofertaba la agencia, por no conocerlos.

- Acceso a nuevos mercados que anteriormente no conocían la existencia del turismo en Cuba.

- Colocación de ofertas turísticas de Cuba en internet.

- Promoción de los servicios especializados que brinda la empresa.

- Promoción sustentada en la propia calidad de los servicios brindados a través de internet.

- Oportunidad de recibir directamente el dinero captado por los servicios que se brindarán en un futuro cercano.

- Una vez que la empresa realmente existe tiene creado los mecanismos físicos y legales que le permiten trabajar sin problemas este nuevo negocio, es decir, existe un *know-how*.

Las desventajas actuales son:

- Las empresas cubanas proveedoras de servicios turísticos realmente no están preparadas para este tipo de cambio que se genera a través del comercio electrónico.

- No existen los mecanismos implantados para implementar el servicio de comercio electrónico, hay que crearlos.

- Las empresas proveedoras de servicios pueden directamente comenzar a ofertar sus servicios.

- No hay experiencia sobre este servicio en Cuba.

Eliminar o atenuar el efecto de estas desventajas ha sido un trabajo sumamente arduo y complicado en la situación actual de país, aunque sin dudas algo se ha podido lograr cuando existen razones y ventajas por explotar en un negocio nuevo como este



Fig. 2 Portada inicial del Mercado de Viajes en CubaComercio.com.

En el caso de los prestatarios de servicios turísticos se han realizado presentaciones de las ventajas del PCE, demostrando a importancia que existe al vender los productos a través de internet, se han realizado sesiones de trabajo conjuntos y negociaciones especiales que han arrojado los siguientes resultados:

- Existen ofertas de restaurantes y hoteles de Ciudad de La Habana con sus ofertas publicadas en la página web.
- Se han revisado los contratos con hoteles y restaurantes, e incluso existen ofertas especiales solo para las ventas a través de internet.
- Se ha creado un nuevo servicio en estos restaurantes: el vale abierto.

Resulta importante a su vez enunciar las principales dificultades que han afectado este trabajo, las cuales han ido apareciendo a medida que se ha avanzado:

- No existen descripciones de los servicios que se brindan en los proveedores de servicios turísticos.
- Existen descripciones incompletas.
- Información solamente en español, pocas veces en inglés, casi nunca en alemán o francés.
- Falta de intención de los gerentes de los lugares en participar en este tipo de negocio, es decir, hay actitudes que están a la expectativa: "vamos a ver que le pasa a los demás, para después entrar yo".
- Existencia de rigurosos procedimientos que atentaban contra el servicio de comercio electrónico diseñado.

Los resultados fundamentales logrados en esta etapa de implementación en la Agencia son:

1. El personal de la Agencia ha formado el criterio importante de que a través de internet se puede vender y también tener éxito. Además, se ha fomentado el comercio electrónico como nueva herramienta de ventas.

2. Se han revisado los contratos con proveedores de servicios turísticos y se prepara una ampliación de los mismos para el tema del comercio electrónico.

3. En cuanto a la actualización de las ofertas propias de UniversiTUR sucursal CUJAE, este ha comenzado a trabajar en el tema de ofertar servicios propios o especializados, con altos niveles de valor agregado: eventos y recorridos, a través de internet, los cuales son realmente los productos que los proveedores generales no pueden ofertar, pero que a su vez sí son la razón de ser de la Agencia de Viajes.

IMPLEMENTACIÓN EN EL SECTOR EXPORTACIONES: CAFÉ CUBITA SA

La implementación del comercio electrónico en una empresa exportadora ha permitido preparar a la misma para afrontar este nuevo canal de ventas, y a su vez el resultado de este trabajo ha sido la creación de un procedimiento de exportación a través del comercio electrónico que está en fase de implementación.

Para las empresas cubanas interesadas en colocar sus productos en el mercado exterior el PCE **CubaComercio.com** les brinda esta oportunidad, ya que les permite:

- Utilizar una técnica moderna de venta, mediante la cual pueden colocar su producto en el mercado virtual. (Ver figura 3.)
- Acceder a nuevos mercados y clientes que antes no conocían los productos y servicios cubanos.
- Poder operar en cualquier moneda y mercado al realizar la transacción financiera internacional a través de una cuenta de confianza en el Dresdner Bank.



Fig. 3 Portada inicial de la exportación en CubaComercio.com

- Contar con una red logística profesional y especializada de alcance mundial.

En el tema de la exportación existen varias variables que afectan directamente la decisión de introducirse en este negocio y estas vienen dadas por la relación entre el comercio tradicional y el comercio electrónico.¹ (Ver tabla 3.)

Conociendo todas los requerimientos del comercio electrónico para la empresa exportadora se analizaron cada una de las variables del sistema y se les dio la adecuada solución a través del trabajo con otras entidades cubanas que facilitarían un resultado satisfactorio en el impacto de cada una de las variables.

- **Conocimiento de los clientes y facilidades financieras**

A través de la Cámara de Comercio de Cuba y del buró de certificación se trabaja en crear un procedimiento que permita a las empresas exportadoras conocer la existencia o no del cliente y las facilidades financieras del mismo.

- **Facilidades financieras**

A través del Dresdner Bank, una entidad asociada al trabajo del portal se logra solucionar el tema del pago a través de dos vías:

1. Cuenta de confianza

Para ese caso no hay que asegurar identidades de los clientes, porque el dinero está colocado en la cuenta de confianza antes de enviar la mercancía.

2. Acreditivos del banco

Para ese caso el comprador se dirige al Dresdner Bank, pidiendo un acreditivo para el negocio avisado y brinda el papel del banco al vendedor. El banco asegura el pago según las condiciones

determinadas en el contrato entre vendedor y comprador. Para eso el banco prueba las identidades. El vendedor puede dirigirse al PCE para iniciar el contacto entre él y el Dresdner Bank.

- **Conocimiento del país destino**

Para conocer las características legales y los requerimientos aduanales del país destino hacia donde se envían los productos se está trabajando con la Aduana General de la República de Cuba en la elaboración de un procedimiento que permita conocer los requerimientos aduanales de cada país. Además, al introducir el comercio electrónico en las exportaciones se implementará un sistema que permite a través de la Aduana agilizar la exportación de los productos que se venden por este canal.

- **Logística de distribución**

En cuanto a la distribución se está trabajando con Transcargo para la entrega de los productos a los diferentes destinos desde donde se soliciten los productos.

- **Acceso a zonas geográficas**

En cuanto a la situación existente de distribuidores especializados por países se ha trabajado en conjunto con el primer exportador Café Cubita SA, para establecer un canal de información entre la comercializadora central con los clientes y los distribuidores exclusivos en los países que existan posibilitando la entrega de las cantidades solicitadas en muy poco tiempo.

Estos trabajos en conjunto con otras entidades han permitido realizar un grupo de acciones que aportan un resultado satisfactorio al implementar el PCE **CubaComercio.com** en las empresas exportadoras.

TABLA 3		
Criterios dados por la relación entre el comercio tradicional y el comercio electrónico		
Criterios	Comercio tradicional	Comercio electrónico
Conocimiento de los clientes	El cliente es real	El cliente es virtual
Criterio de distribución en el mercado	Existencia de distribuidores exclusivos por mercado.	Los pedidos se le realizan directamente a la comercializadora central
Posibilidades financieras	Se conocen sus posibilidades financieras.	Se desconocen sus posibilidades de pago
Realización de contratos	Se realiza de forma real.	Se realiza a través del Portal de Comercio Electrónico
Zonas geográficas	Lugares seleccionados	Cualquier lugar del mundo
Conocimiento del país destino	Se conocen los requerimientos del país destino del producto	No se conocen los requerimientos del país destino
Logística de distribución	Existen canales de entrega	Pueden no existir los canales de entrega de los productos

En el caso de Café Cubita SA se ha trabajado con la empresa y los resultados obtenidos son los siguientes:

1. Se ha logrado fomentar el interés de los trabajadores por introducir el comercio electrónico como una nueva estrategia de ventas.
2. Se está desarrollando un procedimiento para establecer un canal de información con los distribuidores especializados en cada país en caso de solicitudes de esos mercados.
3. Se ha establecido un procedimiento para la exportación de productos con la vinculación de otras empresas que permite crear un criterio general para otras empresas interesadas en exportar.

CONCLUSIONES

Los principales resultados obtenidos a partir del trabajo de desarrollo del PCE **CubaComercio.com** son:

1. Se ha desarrollado una plataforma en internet, el PCE **CubaComercio.com** para que las empresas cubanas puedan vender y ofertar sus productos y servicios.
2. **CubaComercio.com** permite a las empresas cubanas acceder al mercado mundial a través de una solución de comercio electrónico sustentada en una red de instituciones con alto nivel competitivo.
3. El PCE **CubaComercio.com** constituye una herramienta que influye en el aumento de la competitividad de las empresas y en el desarrollo de productos con alto valor agregado.
4. La utilización de los servicios del portal permite comenzar a ofertar y vender los servicios de la empresa cubana en internet en un tiempo mínimo de 15 días, con una recuperación de la

inversión el doble de rápida, de lo que hubiera costado ese mismo proyecto de realizarlo solamente la empresa con sus propios medios, sustentado a su vez en un mayor grupo de ventajas a corto plazo.

Los principales resultados de la implementación del PCE **CubaComercio.com** en los sectores de turismo y exportación son:

1. Se ha logrado fomentar en los trabajadores de las empresas donde se está realizando el trabajo, el interés por introducir el comercio electrónico como una nueva estrategia de ventas.
2. Se ha logrado preparar un procedimiento para las empresas cubanas interesadas en exportar a través del PCE **CubaComercio.com**.
3. Se está trabajando por crear productos de mayor valor agregado. [E]

REFERENCIAS

1. *La clave del comercio electrónico. Guía para pequeños y medianos exportadores*, Centro para la Promoción de las Exportaciones de Cuba, Ciudad de La Habana, 2001.
2. **GÓMEZ ACOSTA, MARTHA I. y JOSÉ A. ACEVEDO SUÁREZ:** *Logística del aprovisionamiento*, Colección Logística Corporación John F. Kennedy, Ed. Litográficas Pabón, Santafé de Bogotá, 2000.
3. ———: *Diseño del servicio al cliente*, CUJAE, Ciudad de La Habana, febrero, 2001.
4. **BRIZ, JULIÁN E ISIDRO LASO:** *Internet y comercio electrónico*, Ediciones Mundi-Prensa, España, 2000.

CubaComercio.com es un Portal de Comercio Electrónico cuyos objetivos son los de promocionar, ofertar y vender los servicios que brindan las empresas cubanas, para acceder a nuevos clientes y mercados de una forma más rápida y simplificada, logrando incrementar los niveles de ingreso de divisa a la Economía Nacional