

DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal_mincom_v2/sites/default/files/styles/noticias/public/avr-cuba-informatizacion.jpg



Fuente:

Tomado de Prensa Latina

La Habana, 19 feb (Prensa Latina) Hablar hoy en Cuba de comercio electrónico es casi tan habitual como mencionar la palabra Covid-19.

La llegada de la pandemia propició una cercanía tal entre ambos términos, que el primero se convirtió en uno de los grandes ganadores en tiempos de SARS-CoV-2 y solucionador de necesidades impuestas por el confinamiento obligatorio.

Quizás cuando las plataformas cubanas Transfermóvil y EnZona veían la luz en 2015 y 2019, sus desarrolladores no pensaron que la Covid-19 las haría 'explotar'.

Pero, son los elementos técnicos los únicos claves para lograr mayor efectividad ¿Qué se ha hecho y cuánto queda por hacer en la isla en cuanto a comercio virtual?

Prensa Latina conversó en exclusiva con Miguel Gutiérrez, director general de Informática del Ministerio de Comunicaciones de Cuba sobre el tema quien refirió que la comercialización en línea no se puede entender como algo exclusivamente tecnológico.

Comentó que aún no están satisfechos con los avances de este sector en Cuba, sin embargo, el 2020 registró adelantos desde el punto de vista de mayor acceso a las formas de pagos virtuales.

'Pero necesitamos pasar a etapas superiores y buscar una implementación de bonificaciones online que realmente faciliten la vida de los ciudadanos', agregó el experto.

Para ello, uno de los factores claves es lograr un mayor intercambio comercial desde plataformas virtuales entre entidades del Estado.

'Ese es un elemento vital, pues es en esas empresas donde mayor volumen monetario se mueve y su intercambio dinamizaría en el futuro los procesos hacia los ciudadanos: bajarían primero los costos entre proveedores y luego a los productos que adquieren las personas'.

Dijo, además, que el comercio electrónico debe traducirse en una reducción de precios e incentivos claros para atraer a quienes hacen uso de esa facilidad. Gutiérrez afirmó que para el presente año la estrategia es lograr una mejor organización de los procesos a fin de generar una cultura de trabajo más efectiva en los

encargados de hacer la recepción de los pedidos.

Otro punto esencial es que quienes ofertan los servicios deben incentivar a las personas con bonificaciones y reducciones por cada liquidación electrónica realizada, concluyó.

Ya no son los tiempos en los cuales cuando en la popular serie estadounidense Friends, el actor que encarnaba el papel de Chandler hablaba de e-commerce (comercio en línea) y su trabajo parecía algo lejano, incluso para sus amigos en el set.

Informatizar la sociedad, una de las prioridades del gobierno cubano, tiene entre sus ejes fundamentales lograr que el dinero navegue en la web, viento en popa, a toda vela y sea la única curva ascendente durante la pandemia y después de ella.

<https://bit.ly/3qETAY8> [1]

Links

[1] <https://bit.ly/3qETAY8>