

En Cuba, muestra positivos resultados política de comercialización agrícola (+Foto)

Image not found or type unknown



Pérez aseveró que urge en el país implementar la política con innovación. Foto: Ariel Ley Royero

La Habana, 2 ago (RHC) El ministro de la Agricultura de Cuba, Ydael Pérez afirmó este lunes que a mes y medio de su implementación, la política de comercialización agrícola en el país comienza a mostrar resultados positivos, aunque aún se trabaja de manera gradual ante las inconformidades.

En conferencia de prensa, el titular explicó que esta es una política muy práctica, flexible, que contiene el saber de muchos productores, pero que se encuentra en una etapa compleja de aplicación ante una agricultura carente de insumos y recursos para producir.

“Sin embargo, cuando se comercializa bien se estimula la producción, por ello se le ha dado al territorio las facultades para liberar algunos precios y se siguen velando los precios abusivos”, refirió.

Según el titular, urge en el país implementar la política con innovación, quitando trabas, con mayor participación, a la vez que se recuperan los mercados e incrementan el comercio y el pago electrónico.

Por su parte, Yisel González Marrero, directora de Comercialización del Ministerio de Agricultura (Minagri) resaltó que es esta la primera vez que existe una política de comercialización de productos agropecuarios en Cuba y que consta de 51 principios, de los cuales 31 son totalmente novedosos y rompen con los esquemas que existían hasta el momento.

Entre los principios destacan:

- La contratación de la producción agropecuaria en la que ahora pueden participar todos los comerciaizadores (empresa estatal, cooperativa, Trabajadores Por Cuenta Propia, entre otros.)
- Se están actualizando las normas de calidad de las ofertas de productos en el contexto actual de la producción.
- La autogestión se potencia como principio básico para la comercialización, bajo el precepto de que cada uno debe ser capaz de gestionar lo que va a ofertar, puede adquirir sus productos a cualquiera de los comercializadores y tiene la posibilidad de arrendar recursos para ello (pesas, camiones, equipos de refrigeración)
- Ofertar productos de mayor valor agregado que tengan beneficios para que lleguen con mejor calidad y presentación a la población; para ello se trabaja en los mercados de nuevo tipo, los cuales deben cumplir 17 requisitos de calidad.
- Se establece que el cliente puede comprar solo en función de sus capacidades financieras y logísticas, si este no cuenta con lo necesario el productor tiene el derecho de venderle a alguien más y así evitar la pérdida de cosechas.

foto: Ariel Ley Royero

Image not found or type unknown

La política de comercialización viene a modificar en el país maneras de hacer que llevan años arraigadas y que no han demostrado su valía; con estos cambios un productor puede, por ejemplo, gestionar un mercado donde comercializar sus mercancías, una variante que se aplica con éxito en provincias como Ciego de Ávila, Villa Clara y La Habana.

Además, como beneficio de la política se establecen los comités de contratación y precios, órgano que es dirigido por los gobiernos y sesionan tanto en los municipios como en las provincias.

El grupo organiza cuál es la red de comercialización, hace análisis de los balances a todos los destinos, realiza la función de concertar los precios desde el productor hasta el comercializador y puede determinar precios para un destino específico o sector. **(Fuente: [ACN](#))**

<https://www.radiohc.cu/index.php/noticias/nacionales/265857-en-cuba-muestra-positivos-resultados-politica-de-comercializacion-agricola-foto>



Radio Habana Cuba