

RESOLUCIÓN 99 DEL COMERCIO INTERIOR:

# Novedad, oportunidad y desafío

Por SARA SARIOL SOSA  
Fotos LUIS CARLOS PALACIOS  
LEYVA

Antes de que la Covid-19 obligara al aislamiento social, y cuando las unidades gastronómicas asumían los servicios in situ, entre los granmenses cobraban fuerza no pocas preocupaciones por la aparición, en la carta de varios restaurantes, de platos principales (como el bistec de cerdo), al precio de 60 pesos.

Era entendible su reacción, pues muchos de quienes deciden darse la oportunidad de comer un día fuera de casa, lo hacen en una unidad gastronómica estatal, pues hasta ahí llega su posibilidad económica. De tener mayor solvencia, podrían escoger para la ocasión uno entre tantos paladares que, aunque más caras, brindan en tiempos normales, sin dudas, otras atractivas ofertas.

Su reacción es comprensible, también, porque desde meses atrás, una de las principales batallas impulsadas por el país, giró en torno a impedir el alza de los precios, aun cuando miles de trabajadores han sido beneficiados con incrementos salariales.

Esa alarma obedeció a que todavía la población no conoce con los detalles necesarios que el suceso se relaciona con la aplicación de una nueva resolución que ampara a unidades del sector para autogestionarse abastecimientos, compras a personas jurídicas e, incluso, a naturales, para estabilizar ofertas, las cuales, en correspondencia con el precio de compra de los suministros, tienen un precio más elevado.

## NOVEDAD

La citada resolución, la 99 del 2019, de la Ministra del Comercio Interior, aprobada en una etapa compleja de desabastecimiento, tiene como objetivo el flexibilizar las regulaciones para la compra por autogestión de productos alimenticios, frescos o elaborados y otros, por las empresas, unidades empresariales de base, unidades básicas y establecimientos del Comercio Interior, subordinadas a los órganos locales del Poder Popular, con el fin de que estas incrementen las ofertas y brinden servicios de calidad.

Como propósito, la normativa se adhiere al proceso de concreción de recientes medidas aprobadas por el Consejo de Ministros, para impulsar una estrategia económica basada en el



La normativa contribuye a la multiplicación de las raciones a disposición de las familias en medio de la actual situación epidemiológica

máximo aprovechamiento de las capacidades internas y del potencial humano del país, y favorece las relaciones de las empresas, tanto con las formas de gestión estatales como no estatales, de acuerdo con las actuales condiciones y objetivos del mercado.

Pueden comprar las entidades una amplia gama de productos agropecuarios, con excepción de carne de ganado equino, vacuno y bufalino; de cerdo, excluye el de capa oscura o criollo; leche fresca y sus derivados; café; miel de abejas, que no sean de especies melíponas o de la tierra; tabaco en rama y torcido; y cacao y sus derivados.

Otros requerimientos exigen que las unidades compradoras comprueben, previamente, la oficialidad de los documentos de quienes realizarán las ventas, mantengan actualizada su cartera de proveedores, y controlen, al menos una vez al mes, el destino final de las compras y su impacto en el incremento de las ofertas y la calidad de los servicios.

## OPORTUNIDADES

La resolución ha favorecido, sin dudas, a las unidades gastronómicas. Así lo constató **La Demajagua** en intercambio con directivos de algunas unidades, las que disponen por esa vía de más abastecimiento, y han obtenido ingresos superiores por concepto de ventas, con un reflejo en el salario de los trabajadores del sector, considerado uno de los más bajos del país.

De acuerdo con René Barrios Álvarez, administrador del Restaurante 1513, de Bayamo, allí comenzaron a aplicar la resolución desde mediados de febrero, y el principal suministro recibido, a partir de entonces, es la carne de cerdo, para la oferta de bistec en diferentes variantes y otros preparados (fricasé con malanga, masa frita, lomo en salsa...)

"Los platos han tenido aceptación, lo que hay es que elaborarlos bien, con buena presentación y el gramaje establecido en la norma y, en cuanto a los ingresos, en un día, amparado en la 99,

por ejemplo, la unidad efectuó ventas cercanas a los dos mil pesos, estamos prácticamente duplicando los ingresos".

Marlenis Barrero Riera, al frente del restaurante La Sevillana, concuerda en que hay un incremento de los suministros, los cuales llegaron en un período no muy lejano a estar casi totalmente deprimidos, por el no abastecimiento por los canales estatales correspondientes.

"Los clientes, afirma, sí tienen opiniones sobre los precios, pero tratamos de compensar esa inquietud con el gramaje, la calidad".

En la cremería Las Torres, de acuerdo con el administrador, Lodisbel Rodríguez Fuentes, la abreviadamente llamada 99, permitió adicionar varias atractivas especialidades, helados acompañados de frutas naturales, pero también de dulces en almíbar, flanes, ensalada fría... hechos por los trabajadores de la unidad, iniciativa con un sentido económico, pues, como dice el administrador, las frutas resultan más baratas que comprar dulces elaborados.

Las ofertas de estas especialidades, con gran acogida, comenzaron a servirse en un salón destinado para esos fines, fundamentalmente los sábados por la noche, con precios de 10 a 25 pesos, y antes de que la Covid-19 impactara, le había permitido a la cremería ingresar en esas jornadas nocturnas hasta cuatro mil pesos.

## DESAFÍOS

Las oportunidades son innegables, pero los desafíos son aún mayores en una incursión incipiente, y que tiene ante sí importantes retos, el principal, responder al reclamo popular de que los precios de las ofertas estén en concordancia con el salario de los trabajadores.

Yanetsy Espinosa Rodríguez, directora de Gastronomía en la provincia, entrevistada sobre este particular, aclara que se lleva a cabo un rescate de los centros de elaboración (que son los que

ejecutan las compras y distribuyen la carne a las unidades), labores que incluye dotarlos de losas sanitarias, para que en lugar de comprar animales sacrificados, como sucede hoy, puedan adquirirlos vivos, y así tendrían a su favor las vísceras.

Eso se traducirá en superior aprovechamiento de lo que compran, y posibilidad de adquirir mayor diversidad de productos (podrían incluirse ovejos, chivos, conejos, patos y, por supuesto, otras viandas, no solo plátano burro), ventaja, que junto a la decisión de fijar un precio de compra, sobre todo para la carne de cerdo, (hasta 35 pesos), lo que contribuiría a definir para las elaboraciones precios de venta más convenientes, "de ese modo la entidad no pierde y tampoco se afecta el consumidor o cliente", precisa Yanetsy.

Lo anterior también puede conducir a establecer precios más uniformes, porque otra de las realidades que algunos de los consumidores entrevistados no entienden, es por qué una ensalada de tomate, dicho sea de paso, hortaliza de estación, en La Sevillana se oferta a tres pesos, y en el 1513 a cinco.

José Fontanal Remón, director del Grupo Empresarial de Comercio, explicó que en realidad las mayores compras realizadas son las de carne de cerdo, y aunque en menor medida, han adquirido también de otras especies. "La 99 es para todo, apuntó, para que en la Gastronomía no falte nada".

Lograr ese amplio alcance implicará ajustar y estabilizar proveedores, estimular la entrega por parte de los campesinos, que en sus patios tienen diversidad de animales.

Pero, ¿qué atenta hoy contra tal propósito?

La resolución, como se ha dicho, flexibiliza, da curso a la autonomía de las entidades para realizar compras, pero todo debe enmarcarse en un adecuado e imprescindible ambiente de control. Y para asegurarlo, el Ministerio ha establecido que no pueden hacerse pagos mayores a 500 pesos en efectivo.

¿Qué hacer si, como ejemplifica Fontanal Remón, un campesino de la montaña vende un cerdo, cuyo peso traducido en valores excede a ese último monto, y exige su pago en efectivo y no en cheque, para no verse sujeto a trámites bancarios que, a veces, no son tan ágiles? En opinión del directivo, esa es una limitación frente a la cual deberán buscar variantes.

La 99 prácticamente comienza a caminar, irá ajustándose hasta demostrar que las posibilidades son infinitas, por supuesto, si las unidades no limitan solo su quehacer a elaboraciones comunes, y buscan variantes para obtener mayores volúmenes de estas, un ejercicio que se ha puesto a prueba en estos días de pandemia.

Se trata, en definitiva, de crear bases sólidas para conseguir, con voluntad y creatividad, cuando volvamos a los días normales, ofertas variadas y atractivas, pero con precios accesibles al bolsillo de la mayoría de los trabajadores.



José Fontanal Remón: 'La 99 es para que en la gastronomía no falte de nada'