

image not found or type unknown



www.juventudrebelde.cu

image not found or type unknown



La venta directa de productos agrícolas al sector turístico afianza el cumplimiento de los Lineamientos 183 y 263, aprobados por el VI Congreso del Partido Comunista. Autor: Ramón Pacheco Publicado: 21/09/2017 | 05:22 pm

Despacio, que voy de prisa

Después de seis meses de que comenzara la venta directa de los campesinos al Turismo, comprobamos que la experiencia avanza. Pero aún la propuesta da sus primeros pasos, por lo que no se le puede perder «ni pie, ni pisada»

Publicado: Sábado 23 junio 2012 | 08:30:26 pm.

Publicado por: Hugo García

VARADERO. Matanzas.— Un viejo refrán reza que casi nunca segundas partes fueron buenas, pero la experiencia periodística demuestra que es vital el seguimiento de un tema tratado en un lapso prudencial para comprobar la marcha de un proyecto, idea o derrotero que el país necesite.

La venta directa de los campesinos al Turismo la abordamos en un reportaje titulado Si gana Cuba, ganamos todos, publicado en JR el 7 de enero de este año, cuando esta modalidad apenas gateaba, a solo un mes de haber sido autorizada, el 1ro. de diciembre de 2011.

Al cabo de seis meses volvemos sobre el asunto, con la intención de acercarnos a sus protagonistas y valorar cuánto se ha avanzado en la comercialización entre los productores matanceros y las instalaciones turísticas de la provincia, una de las punteras de este sector en el país.

No pretendemos evaluar la celeridad del avance con ánimo emulativo, porque las cifras van y vienen; pero la razón de ser, queda.

Esta política para la venta directa de productos agrícolas al sector turístico afianza el cumplimiento de los

Lineamientos 183 y 263 aprobados por el VI Congreso del Partido Comunista, referidos a la transformación del sistema de acopio y comercialización de las producciones agropecuarias y al estudio de mecanismos de abastecimiento al Turismo, como alternativa para consolidar el modelo económico cubano.

Contundente y seguro

El 23 de diciembre de 2011 (22 días después del nacimiento de esta forma de comercialización) en Matanzas se habían firmado solo 12 contratos, pero en la actualidad ya se han establecido 94, con 25 unidades productivas (el Mintur ha concretado 63 contratos y hasta el 30 de marzo el Grupo de Turismo Gaviota S.A. había realizado 31). Al cierre de abril, según Miguel Alejo López, miembro del Buró Provincial de la ANAP que atiende la actividad agroalimentaria, el Mintur había comercializado 106 toneladas, y Gaviota 128,9, para un total de 234,9.

En un primer momento quizá no hubo el boom esperado, pues el sector agrario cubano estaba en un acomodamiento que impedía un mayor desenvolvimiento para irrumpir en el mercado turístico.

Conocer las demandas de los hoteles y seleccionar los productores para cultivar de manera dirigida era otra de las asignaturas para evaluar en los meses venideros por las partes que se beneficiarían con esta nueva decisión.

Lo anterior también lo afirma Miguel Alejo López, quien añade que antes de pensar en que gane la cooperativa, hay que pensar en la Revolución: «La tendencia es a aumentar el número de contratos y hasta el momento ninguna cooperativa manifiesta pérdidas en estos negocios con el Turismo, porque es un mercado seguro y se sustituyen importaciones, pues Cuba importa, entre otros alimentos, yuca congelada, limón, zanahoria, remolacha, col morada...».

Los productos más vendidos son el plátano fruta y vianda; piña, frutabomba, guayaba, pepino, habichuela, pimiento, col, melón, malanga, guagüí y muchas frutas exóticas, aunque en pequeñas cantidades.

Primera prueba

Entre los beneficios de la experiencia, Lázaro Moreno Reyes, subdelegado del Turismo en Matanzas, menciona que ya no es un sueño tener en las mesas bufé los vegetales frescos, e incluso frutas exóticas como el canistel, el marañón, la chirimoya, la guanábana, el anón o el caimito.

«Las frutas exóticas escaseaban porque son pequeñas plantaciones que tienen los campesinos particulares y a la Agricultura le resultaba costoso buscar dos cajas de caimito a un lugar lejano cuando el campesino puede traerlas directamente a las instalaciones hoteleras», precisa.

Moreno Reyes pone como ejemplo el mango. Generalmente el turista conoce el grande picado en rodajas, y se desaprovechaban las variedades de nuestros campos. «Para evitar esto se reunió a un grupo de chefs de cocina y de alimentos y bebidas con el objetivo de introducir la manga amarilla, que se amasa y al picársele una punta, se puede tomar su delicioso jugo.

«Es más sabrosa que la manzana y la pera, y los turistas no la conocen; por eso nos preguntábamos por qué no poner un bodegón de mangas amarillas en la mesa bufé en el área del batido y que alguien le cortara el piquito con una tijera para que disfrutase del placer de chupar y exprimir el mango, algo que podemos hoy lograr con las nuevas formas de comercialización».

Hay cooperativas que se han destacado hasta el momento en la experiencia, por la seriedad con que establecen los contratos y por la calidad de los productos que venden, como la de créditos y servicios Niceto Pérez, que distribuye piña de primera, además de vegetales frescos y viandas con calidad.

A criterio del subdelegado del Turismo en Matanzas, la experiencia «no ha avanzado todo lo que aspiramos; y los campesinos han manifestado un grupo de insatisfacciones que se han resuelto, pero todavía se puede avanzar más.

«Creo que los campesinos, con nosotros, tienen que prepararse para satisfacer nuestras demandas, para que las incluyan y potencien en sus planes de producción. En eso se trabaja actualmente con las cooperativas.

«Sabemos que con estas formas productivas quizá no vamos a resolver el ciento por ciento de toda la demanda del Turismo en Matanzas, a partir de que tenemos 18 752 habitaciones y por cuarto año consecutivo hemos recibido a más de un millón de turistas. Pero esta alternativa constituye un complemento para la Agricultura y una mayor posibilidad para los hoteles».

Según Lázaro Moreno Reyes, con esta nueva modalidad se han beneficiado 40 instalaciones del Mintur y cinco unidades empresariales de base de Palmares (Grupo Empresarial para los servicios y productos turísticos extrahoteleros de la Isla).

El subdelegado del Turismo en Matanzas añade que «actualmente las fuerzas productivas de la provincia no pueden satisfacer todo lo que consume el sector: anualmente Varadero demanda 2 545,4 toneladas de vegetales; 3 024 de frutas; 184,3 de cítricos; y 1 584 de viandas; todo esto sin contar lo que consumen las instalaciones pertenecientes al Grupo de Turismo Gaviota S.A.

Moreno Reyes considera que a la nueva posibilidad de comercialización hay que «echarle abono para que prospere, y aspiramos a que las cooperativas de los alrededores de Varadero se desarrollen, porque se abaratan los costos por concepto de transportación».

Tropiezos

Modesto Olegario Moure, presidente de la ANAP en la provincia, señala que aproximadamente 15 cooperativas más pudieran incorporarse a las 25 que actualmente participan en la experiencia, aunque destacó que no todas están preparadas para hacerlo, porque deben cumplir determinados requerimientos, como tener conocimientos en la elaboración de las fichas de costo.

Uno de los puntos que en un comienzo tensionó la propuesta fue la decisión de retirar el combustible subsidiado para que los campesinos trasladaran sus mercancías.

En diciembre de 2011 se vendieron al sector turístico matancero unas 33 toneladas de productos agrícolas, negociación que se efectuó con el combustible que entregó la Agricultura. Luego en enero, cuando se decidió dejar de asignar el combustible para concurrir a los hoteles, hubo un incumplimiento de los contratos por parte

de las cooperativas, al no existir todavía ningún mecanismo para acceder a él sin subsidio.

Entonces el Banco Central de Cuba estableció los mecanismos pertinentes para que las cooperativas pudieran acceder al cambio de pesos cubanos (CUP) por pesos convertibles (CUC) para la compra de combustible en Cupet.

Según el directivo, la ANAP en la provincia indicó hacer contratos con varios hoteles para aprovechar al máximo las capacidades del transporte y hacer un uso eficiente del combustible; además se orientó combinar viajes entre diferentes cooperativas y otras alternativas, como alquilar transportes de las bases del [Estado](#) o de los mismos campesinos.

Roberto Hernández, presidente de la CCS Camilo Cienfuegos, de Unión de Reyes, comparte el criterio de que «aunque un grupo se queja porque el combustible dejó de ser subsidiado, yo te aseguro que esta comercialización da beneficios como para comprarlo».

Por su parte, Carmen María Ávila Borrego, presidenta de la CCS 17 de Mayo, del municipio de Matanzas, recapitula que con el hotel Velasco ellos realizaron la primera contratación, con una oferta de flores, plantas ornamentales, productos agropecuarios como yuca, plátano burro, frutabomba, piña, lechuga, hortalizas, ajo y cebolla.

«Los precios sí dan utilidades, pero no puedes llevar un camión con pocos productos, sino con variedad y cantidad apropiadas. Así sí se puede comprar el combustible, deja utilidad para la cooperativa y da ganancias para el campesino», comenta Carmen María.

La presidenta de la CCS 17 de Mayo adelanta que piensan extenderse a Varadero, pero para eso necesitan apoyo, en específico con la venta de sistemas de riego.

Justamente uno de los nudos que los campesinos identifican que deben sortear en la producción son los recursos. «Este asunto nos golpea; producimos “a pulmón”. No somos como Frutas Selectas u otras empresas que cuentan con casas de cultivo y pueden producir más; nosotros producimos con los pocos insumos que nos puede dar la Agricultura», afirma Maikel Rodríguez, de la CCS Niceto Pérez, de Calimete.

En el caso de la CCS Niceto Pérez —dice el joven—, que se ha concentrado en la venta de piña a las instalaciones hoteleras y cuenta con 20 hectáreas dedicadas a este cultivo, que se cosechan casi el año entero, sienten fuertemente esta afectación porque la piña nunca ha estado «protegida» con un paquete tecnológico, como otros cultivos.

A pesar de ello, Maikel percibe que la experiencia prospera, e ilustra su sentir con el hecho de que en diciembre solo comenzaron con cinco hoteles y pocos productos, y a la altura de los seis meses ya tienen contratos con 16 hoteles.

«En un comienzo fuimos unas cinco veces y cuando sacábamos nuestras cuentas la cosa no daba para sufragar los gastos. Pero no nos detuvimos y seguimos contratando, hasta que alcanzamos una estabilidad e hicimos contratos con 16 hoteles. Hoy los gastos se corresponden con las ganancias, aunque tenemos que mejorar los precios, porque nos golpea la convertibilidad establecida del CUC a la moneda nacional cuando se realiza el pago del hotel por los productos», sostiene Maikel.

Este joven de 31 años confiesa que se les acercan muchos campesinos que quieren tributar mercancías para el Turismo; pero en su opinión, frena en cierta medida la variedad de mercancías que se lleva a los hoteles el

cambio establecido en la transacción (los precios de los productos se fijan en CUC al hotel, pero este debe pagar al campesino en moneda nacional y está establecida la convertibilidad de un CUC por siete pesos en moneda nacional).

Maikel comenta que esas instalaciones pagan bien, pero cuando se hace el cambio de CUC a moneda nacional, se quedan con un valor no tan estimulante. «Si ese cambio mejorara, de manera tal que por un CUC los campesinos recibieran más moneda nacional, de seguro aumentaría la cantidad de productores que hicieran contratos y los hoteles recibirían mercancía con mayor calidad y mejor precio», añade.

Arcery Navarro, productor de piña de la Niceto Pérez, considera que los hoteles obtienen mayores resultados económicos y ganan en eficiencia cuando les contratan a los campesinos. Pero coincide con Maikel en que la convertibilidad debería ser más beneficiosa para los campesinos, y así más personas se sumarían a esta propuesta.

José Emilio López Cabrera, jefe de Compras del hotel Iberostar Taínos, donde comenzó la experiencia con la CCS Camilo Cienfuegos, de Unión de Reyes, recuerda que el cambio está legislado por el Estado desde que se aprobó esta modalidad de venta directa al Turismo.

«Para estas negociaciones las cooperativas facturan en moneda nacional, pero yo emito a mi banco FINTUR S.A. un cheque en divisa, porque mi contabilidad no es en moneda nacional. FINTUR S.A. hace la conversión de la divisa a moneda nacional y emite un cheque que le entregamos a los campesinos, y ese es el dinero que ellos depositan en sus cuentas bancarias», precisa López Cabrera, quien agrega que cuando se hace la conversión se calcula cuál será la ganancia en esta nueva forma de comercio.

El jefe de Compras del hotel Iberostar Taínos aclara que algunas personas piensan que la negociación directa entre productores y el hotel podría incluir el acuerdo de precios de forma diferenciada para los clientes, pero en nuestro caso lo pusimos de forma homogénea para todos con los que establecemos contratos (atendiendo al producto y su peso), porque eso facilita nuestra contabilidad.

En la Gaceta Oficial del 15 de noviembre de 2011 se autoriza a que se establezcan los precios por acuerdo entre las partes, en las ventas de productos agrícolas sin procesar industrialmente, arroz consumo y carbón vegetal que realicen las cooperativas de producción agropecuaria, las de créditos y servicio, las unidades básicas de producción cooperativa y las empresas estatales que tienen en su patrimonio organopónicos.

José Emilio López Cabrera manifiesta: «Nos interesa aumentar esta nueva forma de compra para que el hotel gane en calidad y precios, y para que el campesino se estimule, y que sienta con estas nuevas relaciones comerciales un incentivo para producir más y obtener mayores ganancias».

El Iberostar Taínos le compra a la Niceto Pérez 500 kilogramos semanales de piña. José Emilio afirma: «Con esta CCS estamos contentos, comenzamos con mucha seriedad y comunicación; ellos saben lo importante que son para nosotros y viceversa, pero a la empresa estatal también tenemos que protegerla, porque antes de que comenzara esta nueva modalidad nosotros ya habíamos concertado nuestras demandas con la Agricultura para el año 2012, y hoy sus entidades tienen montados sus planes ajustados al nivel de productos que demandamos.

«Por todo lo anterior este año también nos mantenemos con la empresa estatal. Nos interesa que nos sigan atendiendo, ya que existe un grupo de productos que los campesinos no pueden obtener fuera de época, porque no poseen el paquete tecnológico; entonces la empresa estatal, como Frutas Selectas, incluso cuando todo se les complica, tiene la posibilidad hasta de importar si fuera necesario», dice José Emilio.

Mas esta alternativa, además de estimular a los productores, está encaminada a disminuir las importaciones por concepto de alimentos. Solo el Turismo, en 2010 por ejemplo, compró en el exterior 1 360 toneladas de productos tan comunes como cebolla, zanahoria, col y limón, según se precisó en un artículo en el periódico Granma.

El jefe de Compras del Iberostar Taínos asegura que en el caso de la piña, más del 60 por ciento se compra a partir de esta nueva alternativa, y que si pudieran estabilizar el abastecimiento con otro grupo de productos se desplazarían un poco hacia esta modalidad, por todas las ventajas que tiene.

Ismarys Hernández Pérez, subdirectora general del Iberostar Taínos, precisa que en esa instalación no ha repercutido tanto la propuesta por su impacto económico, como por la calidad, que se revierte en eficiencia. «Si se pudiera aumentar la oferta con más productos sería mejor. Tenemos las puertas abiertas para aumentar la comercialización con estabilidad».

Los entrevistados coinciden en que el rigor en la calidad es el mismo para los campesinos, que para la empresa estatal, lo que el resultado es diferente, porque los cooperativistas disponen de lo que obtengan en sus producciones, con calidad y variedad, mientras que Frutas Selectas está atada a lo acopiado y a lo que les llega.

El jefe de Compras del Iberostar comenta que ha notado incluso un aumento de la preocupación en las empresas estatales a partir de esta nueva experiencia. «Ellos son más exigentes, porque se comparan sus productos con los que traen los campesinos», confirma José Emilio.

Ibia Betancourt Asén, directora general del hotel Velasco, de la ciudad de Matanzas, resalta que aunque contratan pocas cantidades, según sus necesidades, porque solo cuentan con 18 habitaciones y con restaurante a la carta, «los contratos cuentan con todas las cláusulas y apreciamos buen embalaje, fresca del producto y buenos precios en lo recepcionado por esta vía hasta el momento».

Cogiendo la seña

Actualmente la CCS Camilo Cienfuegos, que fue la primera en la provincia en sumarse a esta medida, tiene contratos con 18 hoteles. Roberto Hernández, su presidente, manifiesta que «la experiencia ha sido positiva. Este es un mercado seguro, y aunque al principio los contratos tuvieron sus dificultades, luego vino la dirección de Economía y Planificación y tomaron medidas para viabilizar el proceso.

«Ya acordamos con los hoteles los precios de hasta 50 productos, en épocas diferentes, un reclamo que hacían los miembros de nuestra CCS a la presidencia de la cooperativa. Los campesinos están insertados, interesados, y la gente va cogiendo la seña.

«Esto está todavía gateando y va a coger fuerza para la próxima temporada alta del turismo, que es para cuando hay que ponerse las espuelas y estar afincados con la siembra escalonada de algunos productos».

Entre los resultados positivos, Eduardo García y Héctor Vigoa, de la CCS Victoria de Girón, de Los Arabos,

elogian el pago mensual y sin atrasos.

El licenciado en Turismo Yoanny Suárez, chef de cocina en el Iberostar Taínos, detalla que esta experiencia es muy beneficiosa para ellos: «Hemos mejorado en calidad y variedad en el bufé, y disminuido los costos del presupuesto de cocina, con más rendimiento y eficiencia, y es una lástima que no tengamos una estructura creada para satisfacer al polo turístico».

Yoanny argumenta que han hablado con los campesinos para que traigan mamoncillo, ciruela, anón y otras frutas exóticas que el cliente no conoce: «El impacto ha sido bueno; hemos incrementado los jugos y batidos con esas variedades, y los turistas se interesan mucho por ellas. Pero aún el suministro no es el que necesitamos, ni se ha estabilizado».

Julio César García, administrador de la CCS 17 de Mayo, de Colón, expresa su optimismo con el futuro del vínculo de los campesinos con el Turismo. Pero aún la propuesta da sus primeros pasos, por lo que no se le puede perder «ni pie, ni pisada», para que Cuba siga ganando.

<http://www.juventudrebelde.cu/cuba/2012-06-23/despacio-que-voy-de-prisa>

Juventud Rebelde | Diario de la juventud cubana
Copyright © 2017 Juventud Rebelde