

# Yuxtaponer las iniciativas

gastronomía

Los trabajadores de Comercio y Gastronomía cada día se esmeran por diversificar los platos, a partir de los productos existentes, como una de las alternativas para evitar importaciones innecesarias y así ofrecerle al pueblo variedad de productos.

Para ello se amparan en la Resolución 99/ del 2019 del Ministerio del Comercio Interior (Mincin), la cual tiene como objetivo flexibilizar las regulaciones para la compra por autogestión de productos alimenticios, frescos o elaborados por las empresas, unidades empresariales de base, unidades básicas y establecimientos del comercio interno, subordinadas a los órganos locales del Poder Popular y personas naturales y jurídicas, con el fin de incrementar las ofertas y brindar servicios de calidad.

Cumplir con esta normativa del Mincin es vital para los centros del comercio en la gestión y compra de recursos, con el fin de incrementar las ofertas en las actividades de gastronomía y la venta minorista de mercancías, si queremos en realidad “despegar” la economía y desatar las fuerzas productivas, en busca de garantizar más alimentos a la población.

De usar de forma eficiente la 99, como la llaman en el argot comercial gastronómico, sin duda habrá y uso este tiempo verbal porque aún es insuficiente a los ojos, un impacto en el incremento de las ofertas y la calidad de los servicios, a partir de los recursos endógenos de cada localidad.

Como toda regla la 99 deja claro restricciones y sus facultades; recoge la compra de productos agropecuarios, frescos o elaborados, a partir de las facultades que deleguen los directores de sus empresas, con excepción de: “a) carne de ganado equino, vacuno y bufalino; b) carne de cerdo, excepto el de capa oscura o criollo; c) leche fresca y sus derivados; d) café; e) miel de abejas, excepto de las especies meliponas o de la tierra; f) tabaco en rama y torcido; y g) cacao y sus derivados”.

Es admirable la revitalización de las cartas menú en los últimos tiempos con más de 20 platos elaborados con productos fáciles de adquirir ya sea en los mercados de oferta y demanda, establecimientos de trabajadores cuenta propia, Mipymes o

puntos de ventas de las comunidades, los cuales ya han sido exhibidos en cuantos espacios de socialización ha propiciado la Empresa Municipal de Comercio y Gastronomía en la Isla de la Juventud.

Detrás de estas nuevas ofertas hay rostros jóvenes, quienes hacen suyo ingenio y calidad para demostrar cómo se puede transformar la gastronomía popular, a partir de los surtidos adquiridos y la utilización de pocos recursos, ante el llamado de ahorrar al máximo y ser más eficiente en la gestión.

Entre las muestras que ya causan sensación en la población aparece esperlan y coctel de pescado, la gustada pasta agridulce para emplear en los entrantes; torrejas, dulce en almíbar, keke, el buffet y otros.

Pero estos platos podrán tener mucha aceptación entre los pobladores, pero si no cerramos filas y lo ofrecemos con la calidad requerida, dentro de poco pasarán al olvido, cuestión hoy reiterada en cada reunión de apertura en los centros gastronómicos.

Mucho trabajo habrá, por lo que debe seguir cambiando la mentalidad para mejorar el servicio como lo demandan los tiempos, máxime si el sector no estatal está dando muestra de superioridad; hay que yuxtaponerse, pues el pueblo así lo reclama, máxime si tenemos en cuenta el actual contexto económico.

Urge entonces “enamorar” en busca de mayor dinamismo por parte de los directores y administrativos de las unidades del sector, para buscar contratos provechosos dentro y fuera de cada territorio, además de hacer convenios directamente con las formas productivas, en aras de abaratar los costos y por consiguiente, los precios de venta serán más asequibles al bolsillo del trabajador.

Referencia