

Dolarización parcial: ¿Qué pasa con el comercio mayorista y minorista?

Mesa Redonda Comercio

Aracelys Cardoso Hernández, viceministra del Comercio Interior, al iniciar su intervención en la *Mesa Redonda*, reconoció que **hay una oferta deficiente en moneda nacional a partir de la contracción de la producción y el déficit de divisas, lo que no permite reaprovisionar este comercio.**

Comentó que, a partir de la flexibilización en el año 2022, la política sectorial en el Comercio Interior permitió **la aplicación de varias modalidades de negocios en el comercio mayorista y minorista para obtener ingresos en divisas para el país**, con el fin de ofrecer en el futuro ofertas en moneda nacional que beneficien a la población.

“Se han aprobado 15 negocios de comercialización mayorista y minorista; de ellos, 8 están vinculados con el sistema empresarial atendido por el sistema de comercio interior. Uno se realiza mediante un contrato de asociación económica internacional. Los tres primeros están dedicados a la comercialización mayorista, y cinco son empresas mixtas que tienen aprobada la comercialización mayorista y minorista de bienes de consumo y productos varios para la población”.

Al comentar sobre los principios que sustentan la comercialización mayorista, la viceministra explicó que **se debe garantizar el suministro de materias primas e insumos que fomenten la producción nacional y local.** Además, se aspira a “ubicar productos de primera necesidad, como productos de higiene y aseo, útiles del hogar y productos alimenticios”.

Sobre los atractivos para la contraparte extranjera, dijo que **Cuba cuenta con una red de almacenes convencionales y especializados ubicados en todo el país.** “Contamos con fuerza calificada; se han creado sociedades mercantiles que facilitan las asociaciones. Igualmente, **es un mercado al que tendrán acceso todos los actores de la economía**”, agregó.

Subrayó que **estos modelos de negocios permitirán reanimar las capacidades instaladas.** “Se están realizando procesos inversionistas en las instalaciones que no solo mejoran las condiciones de las instalaciones, sino que crean empleos y proporcionan insumos para las cámaras de frío de las 31 empresas de frío que hay en el país”.

Los ocho proyectos en el Comercio Interior provienen de siete países, comentó Cardoso Hernández.

Al dialogar sobre el comercio minorista, la viceministra del Mincin dijo que se busca acercar a la población productos de primera necesidad de calidad a precios competitivos para aquellos que puedan acceder a esta red minorista. Asimismo, “se promoverán artículos que empleen energías renovables. Buscamos un comercio que esté bancarizado, aunque hay comercios que tienen aprobada la comercialización de dólares en efectivo”.

Para los proveedores, dijo, “esto es beneficioso porque les permite el pago directo para su reaprovisionamiento”.

“Hay proyectos para todo el país, pero se ejecutarán por etapas, progresivamente. Ya hay proyectos aprobados para Villa Clara, Cienfuegos, Sancti Spíritus, Matanzas, Camagüey, etc.”.

Mercalhabana S.A.: Una nueva apuesta para fortalecer el comercio mayorista

El Ministerio de Comercio Interior ha dado un paso significativo en la reorganización del sector alimentario con la creación de Mercalhabana S.A., una sociedad mercantil diseñada para **impulsar el desarrollo de negocios en el comercio mayorista y minorista**, afirmó en el programa televisivo su vicepresidenta, Yaimara Pérez Barrera.

La directiva agregó que esta nueva estructura, que representa a un sistema de 22 empresas mayoristas, tiene como objetivo principal participar como **accionista nacional en inversiones extranjeras**, así como gestionar importaciones y exportaciones autorizadas para abastecer el canal mayorista del país.

Agregó que Mercalhabana S.A. nace como la puerta de entrada de este sistema empresarial al desarrollo de negocios, actuando como gestora y promotora de proyectos para el sector mayorista de alimentos.

La sociedad cuenta con una **infraestructura logística** que incluye almacenes convencionales y tradicionales distribuidos en todo el territorio nacional, además de la Empresa Nacional de Frigoríficos, que aporta capacidades de refrigeración y congelación esenciales para el esquema de negocios en inversiones extranjeras.

La vicepresidenta de Mercalhabana S.A. comentó que la infraestructura actual presenta un notable deterioro y obsolescencia tecnológica, lo que dificulta los procesos productivos y de comercialización. Ante este desafío, la sociedad ha priorizado en su estrategia la recuperación de infraestructuras, la incorporación de tecnología y la modernización del equipamiento. Entre los insumos necesarios destacan traspaletas, montacargas y materiales aislantes para el sistema frigorífico, elementos clave para mejorar la eficiencia del sector.

A pesar de su reciente constitución, Mercalhabana S.A. ya ha concretado un negocio en modalidad de empresa mixta para el comercio mayorista y minorista, y explora otras dos oportunidades en la misma línea, señaló Pérez Barrera.

Además, la sociedad ha implementado **formas alternativas de comercialización, como la venta de productos en consignación y en régimen de depósito aduanero**, esta última con un desarrollo estable desde el segundo semestre de 2024. Estas modalidades han permitido un reaprovisionamiento parcial del sistema mayorista, aliviando en cierta medida la escasez de productos de primera necesidad, dijo.

Pérez Barrera explicó también que en un contexto económico donde las divisas son escasas, Mercalhabana busca optimizar costos logísticos, desde el transporte hasta la distribución final, con el fin de ofrecer precios más competitivos y accesibles para el consumidor.

La sociedad también ha trabajado en la búsqueda de incentivos para atraer inversores extranjeros, destacando las oportunidades que ofrece el mercado cubano y su infraestructura para posicionar mercancías en plaza, dijo.

Señaló que **los proyectos de Mercalhabana benefician tanto al sector estatal como a los actores de la economía no estatal**, alineándose con las políticas gubernamentales que priorizan el rol del Ministerio de Comercio Interior en el comercio mayorista y la importación de mercancías.

Subrayó que la sociedad aspira a garantizar un flujo constante de productos, inicialmente en divisas, pero con el objetivo final de abastecer de manera sostenible al sistema mayorista y, por ende, a la población.

Empresa Mixta Alma Caribe S.A.

Alma Caribe S.A. es una empresa mixta que tiene como objeto social la comercialización mayorista y minorista de productos alimenticios y no alimenticios, tanto de la producción nacional como de la importación,

explicó Sonia Rivero Batista, gerente cubana.

Agregó que, en el ámbito de la inversión extranjera, se ha identificado por Alma Caribe varios objetivos, entre ellos la pretensión de abastecer el mercado cubano con productos de alta calidad, poder satisfacer las demandas del comercio mayorista y minorista. **“En una primera etapa se ofertarán, fundamentalmente, productos alimenticios, de aseo e higiene. En una segunda etapa, se irán incorporando una variada gama de otras líneas de productos”.**

Otro objetivo identificado por la empresa es garantizar el suministro estable de materias primas, de bienes de consumo e insumos que necesitan las formas de gestión no estatal para poder desarrollar la producción, la industria nacional en Cuba.

Informó que **la empresa abrirá próximamente una primera tienda, que está ubicada en 23 y 6, en el Vedado capitalino.** “Hemos estado estudiando los stocks de mercancías que tenemos ya disponible para la apertura de la tienda y también la rotación que estimamos pueden tener estos productos, para poder diseñar un ciclo logístico que nos permita mantener una estabilidad en la oferta, y así evitar baches de abastecimiento”.

En ese sentido, Rivero Batista dijo que se han estudiado experiencias de otros mercados como “3era y 70”, en Playa. “Estamos haciendo contrataciones, negociando con proveedores nacionales que también forman parte de la cartera de proveedores de estas tiendas y, a través de ellos, estamos evaluando cómo se comporta el movimiento de estos productos, la demanda que tienen”.

Además, “estamos participando en entrevistas con clientes de las tiendas recaudadoras en MLC, que nos dan una referencia estimada del precio al que nosotros podemos comercializar nuestros productos, a partir de que es una pretensión nuestra garantizar productos con precios competitivos que permitan a la población tener acceso a ellos”.

Puntualizó que **el objetivo de estos negocios es captar divisas que puedan contribuir al desarrollo de la industria nacional.**

“Para nosotros representa una fortaleza contar con la disponibilidad de estos productos en el país, porque nos permite tenerlos a nuestro alcance en menor período de tiempo con costos más baratos. Eso posibilita encadenarnos con estos proveedores nacionales”, comentó Rivero Batista.

Aseguró también que se han ganado la confianza de los proveedores a partir del alcance del proyecto y la garantía financiera que ofrece. Gracias a esto ya cuentan con productos de excelente calidad.

Rivero Batista explicó que este proyecto comercializará de forma mayorista, minorista y en línea. “Lo hemos concebido en dos etapas. En la primera está prevista la comercialización fundamentalmente de productos alimenticios y las líneas de productos de aseo, higiene y limpieza. En el caso del comercio mayorista, tenemos en cuenta los actores económicos estatales y no estatales”.

La subgerente de Alma Caribe señaló como aspecto indispensable en esta primera fase, el arrendamiento de tiendas. Para ello están reparando primeramente dos establecimientos, y luego incorporarán durante el transcurso del año dos tiendas modulares.

“Estas tiendas modulares tendrán mayor capacidad, alrededor de 1000 metros. Nos permitirá incorporar otras líneas de productos y tener más alcance. Al finalizar la fase uno tenemos previstas un total de 15 tiendas en La Habana”.

Según confirmó Rivero Batista, en la segunda etapa del proyecto pretenden llegar a las 50 tiendas en el resto del país y 48 de ellas serán nuevas construcciones. Estas tendrán un diseño atractivo y se está evaluando la incorporación de otros servicios, además de la comercialización, con diversas líneas de negocio. Paralelo a esos procesos ya está en desarrollo una plataforma de comercio en línea.

Durante su intervención, Cardoso Hernández comentó que a partir de la comercialización mayorista se podrá llegar a un mercado sólido y estable, para lograr la renovación de la industria cubana. Así estos productos se convertirán en ofertas para la población.

“El comercio interior en moneda nacional es y seguirá siendo mayoritario en nuestro país. La población debe tener confianza, pues a pesar de la situación que hoy muestra el mercado cubano, es una prioridad del Estado y de nuestro ministerio que sigan siendo mayoritarias las ofertas en moneda nacional”, aclaró.

Agregó, además, que la comercialización en divisa es necesaria para captar el presupuesto que se requiere por parte del Estado cubano y asegurar todos los programas sociales que desde diferentes sectores de la economía se les brinda a la población.

“La dolarización parcial de la economía es una proyección transitoria a corto plazo, pero necesaria para la captación de divisas. El Estado cubano es quien dispondrá y definirá las prioridades de esa divisa en correspondencia con lo que demanda la población, su economía, industria y progreso”, concluyó Aracelys Cardoso Hernández.

Referencia

[Dolarización parcial: ¿Qué pasa con el comercio mayorista y minorista? \(+ Video\)](#)