

Mercado de Barrio: una nueva forma de gestión para la comercialización de productos esenciales

mercado de barrio

El Mercado de Barrio se consolida como una alternativa innovadora para la comercialización de productos de primera necesidad, combinando eficiencia empresarial, innovación tecnológica y compromiso social. Esta forma de gestión permite la venta de mercancías en establecimientos minoristas seleccionados, bajo la administración de diversos actores económicos.

El Mercado de Barrio puede ser administrado por empresas; micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES); cooperativas no agropecuarias; trabajadores por cuenta propia; modalidades de inversión extranjera y otros actores autorizados. En las comunidades donde no existan los establecimientos descritos, de forma excepcional, pueden incluirse los que ocupan en la actualidad actores económicos estatales y no estatales.

En el caso de los establecimientos estatales que funcionarán bajo la forma de gestión del Mercado de Barrio, estos se adjudican a través de un procedimiento simplificado de licitación, realizado y aprobado por la empresa que posee el inmueble en uso y administración, con los actores económicos oferentes. Se prioriza a los que radican en el municipio, garantizando transparencia y competitividad. El contrato que se prioriza es el de administración de servicios y comercialización.

Los trabajadores que laboran en el Mercado de Barrio son seleccionados por los actores económicos, con prioridad para los que laboran en el establecimiento. El inmueble estará exento de pago durante los dos primeros años, prorrogables en caso de haber ejecutado inversiones. Se promueven acciones de reparación y mantenimiento, y la empresa propietaria del inmueble recibirá un por ciento de la utilidad del negocio, que se pactará entre las partes.

En los establecimientos puede aplicarse la venta regulada, en correspondencia con la disponibilidad del producto, la demanda y el precio, previa evaluación de los intereses territoriales y sociales. Se impulsa la mensajería, el preempaque y el uso de canales electrónicos. Se opera en pesos cubanos y se desarrolla el Comercio Electrónico, que incluye pago desde el exterior.

El Ministerio de Finanzas y Precios aprobó incentivos fiscales que se pueden aplicar en las operaciones comerciales que se realicen en el Mercado de Barrio con los productos de la nomenclatura definida. Estos incentivos, junto a la exoneración del pago por arrendamiento, favorecen el incremento y variedad de las ofertas, y la disminución de los precios minoristas. Tales incentivos se harán efectivos solo cuando la operación comercial se realice con los productos de la nomenclatura definida. Podrán incluirse otros artículos de primera necesidad que no serán objeto de los incentivos aprobados.

La nomenclatura de productos que forman parte del proyecto incluye:

Productos alimenticios:

- Leche en polvo y otros productos lácteos

- Picadillo

- Hamburguesas

- Pollo

- Salchichas y perros

- Huevos

- Carnes frescas y en conservas

- Pescado

- Aceite vegetal

- Puré y conservas de tomate

- Pastas alimenticias

- Fideos

- Granos

- Arroz

- Azúcar

- Harina de trigo

- Sopa instantánea

- Café

Productos no alimenticios:

- Detergente
- Jabón de lavar
- Jabón de tocador
- Papel sanitario
- Desodorante
- Crema dental

El Mercado de Barrio se presenta como una alternativa que combina eficiencia empresarial, innovación tecnológica y compromiso social, fortaleciendo la economía local y garantizando mayor accesibilidad a bienes esenciales. Con esta iniciativa, se busca no solo mejorar el abastecimiento de productos de primera necesidad, sino también fomentar la participación de diversos actores económicos en la gestión del comercio minorista, bajo principios de transparencia, competitividad y beneficio social.

La implementación de este modelo representa un paso más en la actualización del comercio, adaptándose a las condiciones actuales de la economía y priorizando el bienestar de la población.