Avanza en el país la creación de los Mercados de Barrio

Mercado de Barrio

Como parte de las transformaciones que impulsa el Ministerio del Comercio Interior para perfeccionar la gestión de la actividad comercial y ampliar el acceso de la población a productos de primera necesidad, el proyecto Mercado de Barrio continúa su expansión y ya cuenta hasta la fecha con 62 establecimientos creados en las provincias de Pinar del Río, Artemisa, La Habana, Matanzas, Cienfuegos, Sancti Spíritus, Ciego de Ávila, Camagüey, Holguín, Granma, Santiago de Cuba y Guantánamo.

El Mercado de Barrio constituye una forma de gestión destinada a la comercialización de una nomenclatura definida de productos alimenticios y de aseo en establecimientos seleccionados de la red comercial. El modelo permite, además, la realización de ventas reguladas dirigidas a personas en situación de vulnerabilidad, grupos etarios priorizados y embarazadas, en correspondencia con las necesidades y condiciones de cada territorio.

El proyecto busca acercar a las comunidades productos básicos de alta demanda, respaldado por incentivos fiscales y mecanismos de gestión que favorecen una mayor variedad de ofertas y contribuyen a la disminución de los precios minoristas.

Los establecimientos pueden ser administrados por empresas estatales, micro, pequeñas y medianas empresas, cooperativas no agropecuarias, trabajadores por cuenta propia y otras formas de gestión autorizadas, mediante procedimientos de licitación que mantienen la propiedad estatal de los inmuebles y promueven una gestión más eficiente de las unidades comerciales.

Como parte del seguimiento sistemático al proyecto, recientemente Marpessa Portal de Villiers, directora general de Ventas de Mercancías visitó recientemente mercados de barrio en La Habana y Camagüey, donde intercambió con administradores, trabajadores y clientes sobre el funcionamiento de los establecimientos. Durante los recorridos constató la estabilidad en las ofertas de productos priorizados, la aceptación de la iniciativa por parte de la población y la necesidad de continuar fortaleciendo el abastecimiento y la calidad del servicio.

En el mercado visitado en La Habana, la directiva evaluó aspectos relacionados con la variedad de surtidos, la organización de las ventas, la presencia de las pasarelas de pago y el impacto de los incentivos implementados para favorecer precios más asequibles. Mientras, en Camagüey se interesó por la marcha de las transformaciones en la unidad, el vínculo con proveedores locales y la aplicación de las medidas destinadas a garantizar una atención eficiente a la población.

Los resultados observados durante estos intercambios ratifican el potencial de los Mercados de Barrio como una alternativa para acercar productos esenciales a las comunidades, dinamizar la gestión comercial y aprovechar las capacidades de los distintos actores económicos en función de las necesidades de los territorios, para fortalecer el comercio interior, diversificar las ofertas y elevar la satisfacción de la población con los servicios que recibe.