

Comercio y Gastronomía afrontan la dura empresa de andar por sí mismos

Comercio y Gastronomía

Directivos de Comercio y Gastronomía en esta provincia del oriente cubano convinieron en el importante desafío que para el sector suponen los cambios hacia una mayor autogestión de sus establecimientos en un contexto de escasez de surtidos, aunque aseguraron que las transformaciones podrían mejorar la calidad y variedad de los servicios.

Desde el programa **Punto de vista**, Rolando Rodríguez Rojas, director del Grupo Empresarial de Comercio en Las Tunas, informó que cuando concluya abril sumarán 70 los establecimientos adscritos a dicha entidad que serán unidades empresariales de base (UEB), estatus que les confiere más autonomía para definir precios y el abastecimiento de los productos en oferta.

Los testimonios presentados en el foro radial corroboraron la validez de las transformaciones, pues han permitido salvar, económicamente hablando, a estas unidades. Sin embargo, quedó claro que, en un escenario de recesión económica, corre peligro la especialización de estos enclaves.

Rodríguez Rojas reconoció que dicha red no escapa de la inflación que afecta al conjunto de la economía cubana. En este caso específico, argumentó, está motivado por la elevación de las cotizaciones mayoristas. Resaltó que en sus intercambios con las administraciones de las UEB, “insistimos en que eludan a los intermediarios y compren directamente a los productores para que a la hora de formar el precio este no sea especulativo o abusivo; pero, incluso entre estos, las tarifas también son altas”.

BODEGAS AL CENTRO

Otra arista de la labor comercial estatal sujeta a renovaciones, dijo el director del Grupo Empresarial de Comercio, son las 692 bodegas existentes en la provincia, cuyo desempeño ha estado circunscrito casi exclusivamente al expendio de los productos incluidos en la canasta básica normada. No obstante, afirmó, en el 2021 fueron reparadas 80; y planean remodelar una cifra similar en el actual año, como también proveer a sus trabajadores de uniformes, concretando así lo establecido en el manual de identidad visual del Grupo.

“Es responsabilidad de los cuadros a todos los niveles que, con el control popular, eliminemos prácticas negativas como el maltrato y las violaciones de los derechos de los consumidores”, subrayó.

A pesar de las estrecheces conocidas en este territorio, Rodríguez Rojas hizo notar que el Estado ha garantizado mensualmente los productos de la canasta básica normada para todos los consumidores tuneros. “Esa es nuestra premisa fundamental”, señaló. Aunque reconoció los problemas con la llegada a tiempo del café y el aceite por limitaciones en su producción y transportación. Su colocación en las bodegas ha ocurrido en el transcurso de los meses respectivos; en abril, especificó, será esta semana.

Desde el Grupo Empresarial aspiran a convertir las bodegas en el centro comercial más importante en los barrios y comunidades de la provincia. Para ello, precisó Odalys Marchán, su directora comercial, pretenden ampliar los servicios accesibles desde allí, tales como las ventas en comisión y de productos gastronómicos; así como la compra de materias primas y promover las labores de vendedores ambulantes para darles salida a las mercancías de lento movimiento.

A dicho deseo tributa la reciente ampliación de los pagos mediante código QR. Desde la plataforma **EnZona**, detalló el titular del Grupo, está disponible en todas las bodegas de la capital provincial; dentro de poco planean que lo esté en al menos la mitad de las existentes en el territorio. Incluso, afirmó, quieren incluir esa modalidad de comercio electrónico desde **Transfermóvil**. Una estrategia similar, expresó, harán con el [servicio de caja extra](#), presente en la totalidad de esas instalaciones de la cabecera territorial.

Sin embargo, a juzgar por las declaraciones de Luis Ramón Vázquez Gamboa, director de la Empresa Minorista del municipio de Las Tunas, aún los consumidores no están aprovechando como esperaban esa bondad tecnológica. “Nos ha faltado divulgación”, admitió desde los micrófonos de **Punto de vista**.

MÁS VENTAS A PLAZOS Y A DOMICILIO

Las ventas a plazos y a domicilio son de igual modo otras prioridades para Comercio en Las Tunas. La primera, comentó el director de la Empresa Minorista del municipio capital, ya llega a una unidad en dicha urbe, El Telégrafo, y otras dos ubicadas en las localidades de Baltre y Hermanos Mayo. Las mercancías de mayor aceptación, expresó, son los muebles. “Es una oportunidad además, para encadenarnos con empresas estatales y privadas. Insistimos mucho en la calidad”, subrayó.

Ventas a plazos en Las Tunas: la demanda supera la oferta (+fotos)

En contraste, Vázquez Gamboa admitió que con la mejoría de la situación epidemiológica decayó el servicio a domicilio implementado en los días más duros de confinamiento anti-Covid-19. Sostuvo que pretenden rescatarlo. “Más que recursos nos falta motivar a nuestros trabajadores para que se integren”, opinó.

Por su parte, el titular del Grupo Empresarial no dejó lugar a dudas: la extensión del servicio no puede quedar a la voluntad del personal del sector, sino que, desde abril, deberá haber al menos una plaza en cada unidad reservada a un mensajero.

“Tenemos que ser capaces de ampliar las ofertas. Es un programa que queremos extender y consolidar y llevarlo a las unidades de todos los municipios”, opinó refiriéndose a las ventas a plazos.

Tomado de **Periódico 26**