

## *La Comercialización de Productos Agropecuarios en Cuba a la Luz de la Implementación de los Lineamientos Económicos. Aciertos y Desaciertos*

*The Commercialization of Agricultural Products in Cuba at the light the implementation of the Economic Guidelines. Positive and Negative Aspect*

**Claudio Arias Salazar**  
Universidad de Granma, Cuba.  
[cariass@udg.co.cu](mailto:cariass@udg.co.cu)

---

### Resumen

El presente trabajo aborda el comportamiento de la comercialización de productos agropecuarios en Cuba a la luz de la implementación de los Lineamientos Económicos. La investigación se realizó en la provincia de Granma, Cuba, y se actualiza sistemáticamente, según se desarrolla el proceso de comercialización agropecuaria. El objetivo de este trabajo es examinar el comportamiento del sistema de comercialización de productos agropecuarios con la implementación de los Lineamientos Económicos. Las principales conclusiones que arrojó el estudio es que, con la implementación de los Lineamientos Económicos, las medidas que se tomaron para transformar el sistema de acopio y comercialización de las producciones agropecuarias han tributado positivamente sobre los productores (estatales, cooperativistas y privados) y vendedores privados, pero no han impactado favorablemente en los consumidores, que se enfrentan a productos cada vez más caros, con similares niveles salariales, lo que implica la necesidad de regulaciones estatales para beneficiar a los consumidores.

**Palabras claves:** productores, consumidores, mercado, insumos.

### Abstract

The present work deals with the performance of agricultural marketing in Cuba at the light the implementation of the economic guidelines. The research was carried out in the province of Granma, Cuba and it will be carried out systematically according to the development of the farming marketing process. The objective of this work is to examine the behavior of the agricultural marketing system with the implementation of the economic guidelines. The main conclusions of the paper are that, with the Guidelines for Economic and Social Policy of the Party and Revolution approved at the 6th Congress of the PCC, the measures taken to transform the system of collection and commercialization of agricultural production Have taxed positively on private producers and sellers, but have not impacted favorably on consumers, who are faced with increasingly expensive products with similar wage levels, implying the need for state regulations to benefit consumers.

**Keywords:** producers, consumers, market, inputs.

**Clasificación JEL:** F13

## Introducción

La comercialización agropecuaria, como proceso intermedio entre la producción agropecuaria y el consumo, puede influir de forma positiva o negativa sobre ambos elementos del sistema. En dependencia del comportamiento que tengan las variables que componen el proceso de comercialización, tales como el precio, la distribución, el producto y la promoción, así podrá ser el impacto sobre los productores o los consumidores.

Para que la comercialización agropecuaria funcione mejor, es necesario tener un buen conocimiento de la conducta del mercado y del impacto que puede generar la comercialización sobre la producción y el consumo. Y cabría preguntarse por qué los precios aún están tan altos, si se han tomado varias medidas para estimular la producción de los productores agropecuarios.

En función de esclarecer estos elementos, nos proponemos con este trabajo examinar el comportamiento del sistema de comercialización de productos agropecuarios con la implementación de los Lineamientos Económicos.

El trabajo es fruto de una investigación realizada en la provincia de Granma sobre la comercialización agropecuaria, que se defendió como tesis doctoral a inicios de 2007, y se ha ido profundizando y actualizando con la ayuda de un equipo de investigadores dirigidos por el autor en la Universidad de Granma, en la que se han defendido 3 tesis de maestrías y 7 tesis de trabajo de diplomas.

## Desarrollo

### LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA EN GRANMA 10 AÑOS ANTES DE LA APROBACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS ECONÓMICOS DEL VI CONGRESO DEL PCC. UN SISTEMA INEFICIENTE

¿Cuáles eran las formas básicas de comercialización que existían antes de aprobarse los Lineamientos Económicos del VI Congreso del PCC? Según la Resolución Conjunta MINCIN-MINAG No 01/2004, las formas organizativas principales de comercialización, mediante las cuales los productores realizaban su producción eran los mercados agropecuarios estatales (MAE), que incluyen mercados agropecuarios estatales municipales, puntos de ventas de acopio, puntos de ventas asignados a las cooperativas y otras entidades como mercados especiales, placitas dignificadas y mercados del EJT y los mercados de oferta y demanda.

Desde que se crearon los mercados agropecuarios estatales en Granma en 1998, comenzó un proceso de conversión de los mercados de oferta y demanda en mercados agropecuarios estatales, reduciéndose la cantidad de mercados de oferta y demanda en un 50% y el volumen de ventas<sup>1</sup> en un 30,1%. Eso trajo como consecuencia que entre 1999 y 2004 las ventas físicas<sup>2</sup> en el mercado agropecuario estatal se incrementaran significativamente de 578 523,3 (qq) a 1 249 950,9 (qq).

---

<sup>1</sup> Ventas en el mercado agropecuario. OTE. 1999 y 2004.  
<sup>2</sup> Idem.

Para ser justos, cuando se habla de la comercialización agropecuaria estatal, es necesario resaltar el sector cooperativo<sup>3</sup>, por el peso que tenía dentro de la producción y comercialización agropecuaria en la provincia.

Como no existía un mercado cooperativo, la mayor parte de las producciones del sector cooperativo<sup>4</sup> se comercializaban por el mercado agropecuario estatal (MAE). El abastecimiento de este tipo de mercado se realizaba a través de la Empresa de Acopio<sup>5</sup> y estaba reglamentado por diferentes resoluciones (Resolución Conjunta MINCIN-MINAG No 1 de 2004); (Resolución No 73 de 2007, Resolución No 54 de 2010, Resolución No 353 de 2010 y Resolución No 397 de 2011 del Ministerio de Finanzas y Precios) que se establecieron para perfeccionar este tipo de comercialización, convirtiéndose la comercialización agropecuaria estatal en la principal forma de comercializar los productos agropecuarios en la provincia Granma.

La intención de mantener el mercado agropecuario estatal como la principal alternativa para la comercialización de productos agropecuarios respondía a la política del gobierno provincial y estaba en línea con lo planteado en la Resolución Económica<sup>6</sup> del V Congreso del Partido (1997), que reglamentaba la necesidad de potenciar las empresas estatales, y sobre esa base satisfacer mejor las necesidades de la población; también porque competía con el mercado agropecuario de oferta y demanda (Decreto Ley No 191 de 1994)<sup>7</sup>, y los consumidores podían adquirir los productos que necesitaban a precios topados, inferiores a los que se venden en el mercado de oferta y demanda (Resolución Económica del V Congreso del PCC de 1997)<sup>8</sup>.

¿Por qué se hizo insostenible ese sistema de comercialización agropecuaria basado en el predominio del mercado estatal, donde la mayor cantidad de productos que se comercializaban correspondía al sector cooperativo?

En realidad, ese sistema de comercialización era más favorable para la generalidad de los consumidores porque la mayoría de los productos se vendían a precios topados, más asequibles para la población. Sin embargo, no era totalmente favorable para los productores, ya que el nivel de los precios de compra en muchas ocasiones era tan bajo que no podían resarcir los costos incurridos, y muchos productores no se sentían estimulados a incrementar la producción agropecuaria.

---

<sup>3</sup> Se denominará sector cooperativo al que agrupa las producciones agropecuarias de tres tipos de cooperativas agropecuarias, las CCS (cooperativas de créditos y servicios), las CPA (cooperativas de producción agropecuarias) y las UBPC (unidades básicas de producción cooperativas).

<sup>4</sup> En 2002 el sector cooperativo aportó a la provincia de Granma el 87,9% de las viandas, el 74,5% de las hortalizas, el 95,9% de los granos, el 97% de las frutas y el 93,8% de los cítricos. Informe del MINAG, Granma. 2002.

<sup>5</sup> En 2003 en la provincia de Granma la Empresa de Acopio contaba con 300 instalaciones; de ellas, 43 mercados agropecuarios estatales (MAE) y 81 puntos de ventas.

<sup>6</sup> “Los cambios estarán encaminados a mantener la preeminencia de la propiedad estatal socialista sobre la base de llevar la empresa estatal a un nivel de eficiencia superior, en comparación con otras formas de propiedad como elemento consustancial del socialismo”.

<sup>7</sup> Se crean los mercados agropecuarios de oferta y demanda (MOD) que tienen como objetivos principales: 1) Estimular la producción agropecuaria. 2) Contrarrestar los efectos negativos del mercado negro. 3) Posibilitar la afluencia de productos que en ese momento no se acopiaban.

<sup>8</sup> “Los precios de los productos que se venden en los mercados agropecuarios sujetos a la oferta y la demanda, (...) podrán continuar descendiendo solo si se logra una mayor producción por parte de todos los productores, en particular, de los organizados bajo formas socialistas, la ampliación del surtido y un sostenido incremento en la calidad de la oferta que propicie el aumento de la capacidad de compra...”.

Tabla No 1. Valoración sobre los niveles de precios que pagaba la Empresa de Acopio a las cooperativas de cultivos varios

Niveles de precios	Granma / 2005		Jiguaní/ 2011.	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Altos	2	2,5	2	16,7
Bajos	56	69,1	2	16,7
Normal	23	28,4	8	66,6
Total	81	100,0	12	100,0

Fuente: Elaborado por el autor, a partir de una encuesta aplicada a los presidentes de cooperativas de la provincia Granma en 2005, y a los presidentes de cooperativas del municipio Jiguaní en 2011.

En la Tabla No 1 se puede apreciar que el 69,1% de los presidentes de las cooperativas estudiadas en el año 2005 consideraban que los precios que les pagaba la Empresa de Acopio por sus producciones eran bajos, eso limitaba los ingresos de los productores para realizar su reproducción ampliada. Sin embargo, a finales de 2011 se le aplicó la misma encuesta a las cooperativas de cultivos varios del municipio Jiguaní, y solo el 16,7% respondió que los precios eran bajos y el 66,6% lo consideró normal.

Además del precio que no era ventajoso para los productores, existían otras razones que los desestimulaban; entre estas, la falta de insumos a los productores y la falta de autonomía de los productores para vender sus producciones.

Los insumos constituyen un medio importante para elevar los rendimientos agrícolas; por esa razón estos deben estar al alcance de los productores. Es responsabilidad del Estado que los productores puedan disponer de las cantidades necesarias de insumos en el momento oportuno.

Tabla No 2. Frecuencia con que las cooperativas reciben en tiempo y forma los insumos necesarios para producir

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	2,5
Muchas veces	6	7,4
Pocas veces	42	51,9
Casi nunca	23	28,4
Nunca	8	9,9
Total	81	100,0

Fuente: Elaborado por el autor, a partir de la encuesta aplicada a los presidentes de cooperativas de la provincia Granma en 2005.

Con respecto a la falta de insumos para producir, en la Tabla No 2 se puede apreciar las respuestas de los presidentes de las cooperativas estudiadas; el 97,5% de las cooperativas estaban afectadas de una forma u otra por el suministro inadecuado e inoportuno de los insumos necesarios para producir, y cerca del 40% de las cooperativas se veía fuertemente limitada en la producción agrícola, porque en muy raras ocasiones recibían algunos suministros, o nunca lo recibían.

En resumen, los productores en ese periodo estaban desmotivados, no tenían acceso libre para adquirir los insumos, y los bajos precios de compra de los productos agropecuarios no les permitían resarcir los costos incurridos, lo cual provocaba el desinterés por incrementar la cantidad y calidad de las producciones, trayendo como consecuencia el desabastecimiento de los mercados agropecuarios estatales (MAE), la elevación de los precios en los mercados de oferta y demanda y la insatisfacción de los consumidores.

## LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS ECONÓMICOS Y SU REPERCUSIÓN EN LOS PRODUCTORES Y CONSUMIDORES

### a) Perfeccionamiento del sistema de comercialización de las producciones agropecuarias

La mejora del sistema de comercialización agropecuaria es una necesidad para el desarrollo de la economía cubana. Su perfeccionamiento “(...) debe estar dirigido a la estimulación de las cooperativas a producir mayor cantidad de productos, con mayor calidad y variedad de la producción agrícola”. (Arias, 2007, pág. 109)

Con los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, aprobados en el VI Congreso del PCC, se hizo efectiva esa propuesta en el Lineamiento N° 136, que expresa: "En la actividad agroindustrial, se impulsará en toda la cadena productiva la aplicación de una gestión integrada de ciencia, tecnología, innovación y medio ambiente, orientada al incremento de la producción de alimentos y la salud animal, incluyendo el perfeccionamiento de los servicios a los productores, con reducción de costos, el mayor empleo de componentes e insumos de producción nacional (...)". El desabastecimiento que se manifestaba en los mercados estatales debía ser contrarrestado con medidas que estimularan la producción de alimento.

Como continuidad del avance de la política para estimular a los productores, en el Lineamiento N° 25 del Plan nacional de desarrollo económico y social hasta 2030, aprobado en el VII Congreso del PCC, se expresa: “Alcanzar niveles de producción y comercialización agropecuaria que garanticen un alto grado de autosuficiencia alimentaria”<sup>9</sup>. El incremento de la producción de alimentos se ha convertido en una política del gobierno cubano, que debe ir acompañada del perfeccionamiento del sistema de comercialización para que sea más eficiente.

En cumplimiento del Lineamiento 136 para contrarrestar la pobre oferta de productos agropecuarios junto al desabastecimiento de los mercados agropecuarios estatales y el desestimulo de los productores a incrementar las producciones agropecuarias se tomaron un conjunto de medidas, entre las principales están la entrega de tierras ociosas a los parceleros (Decreto-Ley No 259 de 2012, Decreto-Ley No 300 de 2012 y Decreto-Ley No 311) para la producción agropecuaria, la venta directa de las cooperativas al turismo, las ventas directas de las cooperativas a los puntos de ventas asignados, la venta de insumos sin subsidios de forma liberada, el incremento de los precios de acopio al productor para un grupo de productos<sup>10</sup> y el

<sup>9</sup> El Lineamiento 25 del Plan nacional de desarrollo económico y social hasta 2030 (2016), aprobado en el VII Congreso del PCC, expresa uno de los principios rectores para consolidar el desarrollo de la economía cubana.

<sup>10</sup> En la Resolución N° 226 de 2014 de Ministerio de Finanzas y precios, se establecen los precios de acopio de 21 productos agrícolas en la finca del productor, por ejemplo: boniato a 100 pesos/quintal, tomate - 100, arroz consumo - 350, frijol negro - 900, y frijol colorado - 950. Sin embargo, si estos productos son trasladados por los productores hasta los establecimientos de

otorgamiento de créditos con bajos intereses a los productores. Todas esas medidas establecidas por el Estado impactan directamente sobre los productores, con el objetivo de que se motiven a incrementar la cantidad y calidad de las producciones agropecuarias, y de comience a revertirse el desabastecimiento de los mercados agropecuarios.

Esas medidas todavía no han demostrado todas sus potencialidades, pero ya comienzan a dar sus primeros frutos, lográndose incrementos productivos en todo el país.

**b) Venta directa de las cooperativas a los puntos de ventas asignados**

La entrega de los puntos de ventas a las cooperativas para vender sus producciones agropecuarias directamente a precio de oferta y demanda estimula a los productores, porque venden a precios muy elevados, y eso trae como consecuencia que obtengan ingresos superiores. Sin embargo, como las ventas se realizan a precios de oferta y demanda, los niveles de precios son similares a los niveles que venden los carretilleros y eso impacta negativamente sobre los consumidores, que con el mismo salario se enfrentan a productos alimenticios más caros. Es una decisión sabia permitirles a las cooperativas vender directamente sus producciones en los puntos de ventas asignados, pero por qué a precios de oferta y demanda. Esos altos niveles de precios afectan directamente a los consumidores y envían hasta cierto punto el comportamiento de los productores.

**c) La producción contratada y su efecto sobre los productores**

En respuesta a la Resolución 772/2003 del MINAG, que reglamenta el contrato del 100% de la producción, se propuso en la investigación (Arias, 2007, p. 116) “reducir la producción contratada de las cooperativas hasta no más del 80% de toda la producción”, con las medidas tomadas para implementar los Lineamientos Económicos<sup>11</sup> y, en consecuencia, se flexibilizó el objeto social de la Empresa de Acopio. En la práctica esta “solución” se exageró tanto por los organismos competentes, que en algunas provincias la Empresa de Acopio prácticamente desapareció. En el caso de la provincia Granma<sup>12</sup>, disminuyó tanto el porcentaje de contratación que, hasta inicios de 2016, a las cooperativas solo se le contrataba el 30% de la producción y se hacía efectivo alrededor del 20% de la misma, porque se irrespetaban los contratos y algunos productores preferían vender sus producciones a otros destinos que pagaban precios más altos, trayendo como consecuencia el incremento de los precios y el descontento de los consumidores.

Fue desacertado para una economía socialista disminuir el papel rector de la comercialización estatal, que es la forma de comercialización que puede garantizar mejor la satisfacción de la mayoría de los consumidores.

**d) La autorización de los llamados “carretilleros”**

---

acopio, se le pagaría con los precios siguientes: boniato a 104,80 pesos/quintal, tomate - 109, arroz consumo - 370, frijol negro - 915 y frijol colorado - 955.

<sup>11</sup> Decreto-Ley 304 y 310 de 2012.

<sup>12</sup> En entrevista televisiva al director de la Empresa de Acopio de Granma, el 5 de marzo de 2015, en el programa “Entre Signo”, expresó que, de más de 300 instalaciones que tenía esa empresa, hoy solo le quedaban 148, y de 43 mercados agropecuarios subordinados, hoy solo contaban con 34. Agregó que del 100% de la producción que contrataban a las bases productivas, hoy solo contrataban el 30% de la producción y se hacía efectiva solo el 20% de la producción.

La propagación de los vendedores particulares, sin la autorización del Estado, fue otro momento de reflexión en la investigación (Arias, 2007, p. 116), donde se escribió: “(...) se han diseminado por todas partes los vendedores callejeros que venden en los portales de sus casas o pregonan los productos por las calles (...). Si a estos intermediarios los perseguimos y los suprimimos, acabaríamos con muchos mercados de oferta y demanda en la provincia; si se autorizan y no se regulan, se enriquecen como hacen hoy, y eso no es justo. Por eso lo más sensato es autorizarlos, pero que sean controlados por la ONAT y que paguen los impuestos correspondientes, para que con su actividad se beneficie también el Estado cubano”.

La autorización de los llamados carretilleros y que paguen impuestos es una medida acertada y muy importante en el perfeccionamiento del sistema de comercialización agropecuaria.

- e) El perfeccionamiento de la Empresa de Acopio como principal intermediario del sistema de comercialización agropecuaria

En la investigación, se defendió siempre la idea de mantener y perfeccionar la Empresa de Acopio como el intermediario principal del sistema de comercialización; en primer lugar, por ser una empresa estatal y a través ella el Estado puede regular más los precios; en segundo lugar, por ser una empresa especializada en la comercialización. Al respecto, se resaltó (Arias, 2007, p. 89) que a pesar de la difícil situación económica que tiene la Empresa de Acopio, consideramos que como empresa especializada en la comercialización, no debe desaparecer; no coincidimos con el criterio que se expresa en el artículo “Para aproximar el surco a la tarima”, publicado en Granma el 28 de abril de 2006, donde se plantea que “las funciones actuales de Acopio pudieran ser asumidas por los restantes eslabones de la cadena que parte del surco y llega a la tarima. Así dejaría de existir el intermediario más cuestionado por los agricultores de todo el país. La Empresa de Acopio se debe conservar y perfeccionar, en primer lugar, tomar medidas encaminadas a mejorar su situación económica; en segundo, implementar un sistema de estimulación que permita a los trabajadores mayor sentido de pertenencia.

En este sentido, en el estudio realizado se reflejó que “la autorización a un gran número de empresas agropecuarias estatales productoras a comercializar los productos agrícolas limita las ventas de la Empresa de Acopio y, por tanto, contribuye a que disminuya su rentabilidad (...). Una solución que pudiera ayudar a resolver esa problemática es que, en aquellos casos donde la Empresa de Acopio no logre alcanzar la eficiencia necesaria, se apruebe la creación de cooperativas de comercialización, que internacionalmente han dado buenos resultados”. (Arias, 2007, p. 107)

A raíz de los planteamientos y debates realizados en la Asamblea Nacional del Poder Popular en diciembre de 2015, relacionados con los altos precios de los productos agropecuarios, en muchas provincias del país se han ido tomando medidas para recuperar las funciones de la Empresa de Acopio. Para ello, el Estado oficializó el listado de precios<sup>13</sup> máximos o topados. Esta última medida es muy acertada porque es el inicio de la revitalización del control estatal de la producción y comercialización agropecuaria. Posteriormente, en la provincia Granma, el Consejo de Administración Provincial aprobó un listado de precios, con niveles inferiores al de la Resolución No 162 de 2016, que hace que los precios minoristas de los principales productos agropecuarios sean más asequibles a los niveles salariales de la población granmense.

<sup>13</sup> Resolución N° 162 del 2016 del Ministerio de Finanzas y Precios. Periódico Granma del 11 de marzo de 2016.

f) Un sistema cooperativo de comercialización

Una propuesta de mucha importancia en la investigación está relacionada con la creación de un mercado cooperativo, es decir, cooperativas de comercialización de segundo grado, como complemento de los mercados agropecuarios estatales (MAE), que serían una alternativa importante para incrementar la eficiencia del sistema de comercialización. Se planteó que “la creación de cooperativas de comercialización de segundo grado constituye un paso importante en la búsqueda de la eficiencia del sistema de comercialización; con este tipo de cooperativa se amplía el sector cooperativo a la esfera de la circulación. La creación de las cooperativas de comercialización no contradice la esencia de las relaciones sociales de producción en la construcción del socialismo, sino por el contrario, contribuyen a su consolidación y perfeccionamiento” (Arias, 2007, p. 91). También se recomendó “que se realice un estudio sobre la factibilidad de aplicar un sistema cooperativo de comercialización, para que junto al sistema estatal actual contribuya a incrementar la eficiencia del sistema de comercialización”. (Arias, 2007, p. 117)

con esa propuesta está relacionado el Lineamiento No 29: “Se crearán cooperativas de segundo grado, cuyos socios son cooperativas de primer grado, las que tendrán personalidad jurídica y patrimonio propio, y se forman con el objetivo de organizar actividades complementarias afines o que agreguen valor a los productos y servicios de sus socios (de producción, servicios y comercialización)”. (Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, 2011).

Sin embargo, considero que es desacertado no haber propiciado la creación de las cooperativas de comercialización de segundo grado, que ampara el Lineamiento No 29, que por su naturaleza puede estimular más a los productores, porque responde a sus socios, que son las propias cooperativas de primer grado del sector agropecuario; tienen la posibilidad de crear un mercado con intereses propios del sector cooperativo, sin que intervengan otros intermediarios, y por tanto, pueden vender a precios más asequibles para los consumidores. Este tipo de cooperativas resolvería lo planteado en el Lineamiento No 183, de crear mecanismos de gestión más ágiles que contribuyan a reducir las pérdidas, al simplificar los vínculos entre la producción primaria y el consumidor final, y serviría para contrarrestar algunos de los efectos negativos del mercado de oferta y demanda, al no permitir el desvío de muchas producciones del sector cooperativo.

En cumplimiento del Lineamiento No 25, “se crearán las cooperativas de primer grado como una forma socialista de propiedad colectiva, en diferentes sectores, (...)”. Se han creado las “llamadas” cooperativas no agropecuarias (CNA) de comercialización agropecuaria, que se desarrollan como experimento en La Habana, Mayabeque y Artemisa; esa nueva forma de cooperativa de comercialización vende a precios de oferta y demanda, y su gestión fundamental está en comprar productos agropecuarios para revenderlo a mayor precio. Por su forma de actuación, esta nueva forma de cooperativa se ha convertido en un competidor más en las ventas de productos agropecuarios; compite con los carretilleros, con las cooperativas (CCS, CPA y UBPC) que tienen asignados puntos de ventas, con los MAE que tienen un nuevo modelo de gestión; también compite con mercados agropecuarios arrendados a formas productivas y con los mercados agropecuarios de oferta y demanda, trayendo

como consecuencia el establecimiento de precios elevados de venta a los consumidores, que implica la disminución del poder adquisitivo de los consumidores y la reducción del nivel de vida de la población.

g) Necesidad de los productores de acceder a los insumos

En la investigación se le da un tratamiento especial al problema de la falta de insumos y su impacto sobre los productores, y se destaca la necesidad de “Propiciar a los productores mayores posibilidades de acceso para adquirir los insumos necesarios para producir” (Arias, 2007, p. 116), que posteriormente se hizo realidad con la creación de la venta liberada de insumos no subsidiados por el Estado a los productores, a partir del Lineamiento No 182. “Reestructurar el actual sistema de comercialización de los insumos y equipamiento, considerando el nuevo escenario de la actividad agroalimentaria y los mecanismos financieros que se implanten, asegurando una adecuada correspondencia entre la calidad y los precios de los productos ofertados, facilitando el acceso directo de las formas productivas y los productores a estos recursos a través de la red de establecimientos que se habiliten en los territorios” (Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, 2011).

El acceso a los insumos a precios no subsidiados por el Estado es una de las medidas que más han impactado a los productores, aunque a precios altos encarecen los costos de los productos agropecuarios, lo que presupone el incremento de los precios a los consumidores.

En resumen, ¿cómo impactan algunas de las medidas tomadas para perfeccionar la comercialización sobre los productores y los consumidores?

El Lineamiento No 183 orienta crear “mecanismos de gestión más ágiles que contribuyan a reducir las pérdidas, al simplificar los vínculos entre la producción primaria y el consumidor final”. Para cumplir esas orientaciones se ha tomado un conjunto de medidas, tales como la entrega de las tierras ociosas a parceleros, la venta directa de las cooperativas al turismo, las ventas directas de las cooperativas a los puntos de ventas asignados, la venta de insumos sin subsidios de forma liberada, el establecimiento de altos precios de acopio y el otorgamiento de créditos con bajos intereses a los productores. Este conjunto de medidas ha tributado positivamente sobre los productores y vendedores privados, pero no han impactado favorablemente en los consumidores, que se enfrentan a productos cada vez más caros, con similares niveles salariales, lo que implica la necesidad de controles estatales para beneficiar a los consumidores.

Con la implementación de esas medidas se ha estimulado a los productores, han disminuido las pérdidas de los productos agropecuarios durante el paso por el canal de distribución y se ha agilizado la gestión del proceso de comercialización agropecuaria, pero aún subsiste determinadas insuficiencias que impactan negativamente en la población, tales como:

- El crecimiento de la producción agropecuaria está todavía por debajo de las expectativas y persiste el desabastecimiento de algunos productos en el mercado.

- Como consecuencia de los altos precios de los insumos a los productores y los elevados precios de compra que pagan las empresas estatales a las cooperativas, en los mercados agropecuarios estatales todavía los precios al consumidor se mantienen muy altos, con relación a los niveles salariales actuales.
- Los mercados agropecuarios estatales (MAE) todavía están menos abastecidos que los mercados de oferta y demanda, y no han recuperado el protagonismo en cuanto a la variedad y volumen de ventas. Eso repercute negativamente en la población.

### Conclusiones

- Antes de implementarse los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, los productores estaban desmotivados, no tenían libre acceso para adquirir los insumos, y los bajos precios de compra de los muchos productos agropecuarios no les permitían resarcir los costos incurridos. Esto provocaba el desinterés por incrementar la cantidad y calidad de la producción, trayendo como consecuencia el desabastecimiento de los MAE, el incremento de los precios en los mercados de oferta y demanda y la insatisfacción de los consumidores, manifestaciones que hacían de la comercialización agropecuaria un sistema ineficiente e insostenible.
- En forma sintética, con los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución aprobados en el VI Congreso del PCC, las medidas que se tomaron para transformar el sistema de acopio y comercialización de las producciones agropecuarias han tributado positivamente sobre los productores y vendedores privados, pero no han impactado favorablemente en los consumidores, que se enfrentan a productos muy caros con similares niveles salariales, lo que implica la necesidad de regulaciones estatales para beneficiar a los consumidores.

### Recomendaciones

- Crear las cooperativas de comercialización de productos agropecuarios de segundo grado, que ampara el Lineamiento No 29 de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, aprobado en el VI Congreso del PCC, para que, junto a las cooperativas de comercialización de productos agropecuarios de primer grado, se complemente y perfeccione el mercado cooperativo de productos agropecuarios.
- Continuar instrumentando medidas regulatorias por parte del Estado que contribuyan a que los mercados agropecuarios estatales y cooperativos tengan mayor protagonismo en la variedad y ventas de productos agropecuarios.

### Bibliografía

- Arias S. (2007). “La comercialización de productos agrícolas del sector cooperativo en la provincia Granma”. Tesis doctoral. Universidad de La Habana. La Habana. 20 de marzo de 2007
- “Decreto-Ley N° 259 (2012) sobre la entrega de tierras ociosas en usufructo” (2012). Consejo de Estado. La Habana

- “Decreto-Ley N° 300 (2012) sobre entrega de tierras ociosas en usufructo (2012). 20 de septiembre de 2012. Consejo de Estado. La Habana.
- “Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución”. VI Congreso del PCC, 2011. La Habana.
- “Resolución Económica del V Congreso del PCC” (1997). La Habana.
- “Resolución 772” del MINAG. 2003, La Habana.
- “Resolución Conjunta MINCIN - MINAG No 01”. 2004. La Habana.
- “Resolución del Ministerio de Finanzas y Precios, No 73”. 12 de marzo de 2007. La Habana.
- “Resolución del Ministerio de Finanzas y Precios, No 54”. 4 de marzo de 2010. La Habana.
- “Resolución del Ministerio de Finanzas y Precios, No 353”. 2 de diciembre de 2010. La Habana.
- “Resolución del Ministerio de Finanzas y Precios, No 397”. 9 de diciembre de 2011. La Habana.