

# A limpiar de ataduras la venta liberada

Con el objetivo de disminuir gastos del presupuesto del Estado y el compromiso de ampliar la disponibilidad de artículos de higiene y aseo personal, el pasado primero de enero se suprimió la venta normada de jabones, pasta dental y detergente. Desde antes, comercio e industria se prepararon

■ **ANNERIS IVETTE LEYVA**

LA LIBRETA DE abastecimiento aligera su carga en el presupuesto estatal. Desde comienzos de este 2011, las casillas destinadas a la distribución normada de pasta dental, jabones y detergente líquido —este último en el caso de determinadas regiones—, quedan desactivadas.

Aun cuando la insuficiente frecuencia de su distribución limitaba el impacto de estos productos sobre la economía doméstica, alto era el peso de su subsidio y mucho se gastaba para garantizar una mínima satisfacción.

La decisión de liberar tales artículos demanda de una presencia mayor en la red minorista, donde quien desee adquirirlos, pueda hacerlo.

■ **NUEVOS PRECIOS, MAYORES EXIGENCIAS**

A partir del primero de enero del presente año, el jabón de tocador, en dos formatos, se expende a cinco pesos en moneda nacional; el de lavar, según gramajes diferenciados, puede valer seis, cinco, o cuatro pesos. La crema dental se vende a ocho pesos y el detergente líquido a 25, de acuerdo con la Resolución 230 del 2010 del Ministerio de Comercio Interior (MINCIN).

Las tiendas recaudadoras de divisas mantienen, además, una modalidad económica de jabón de tocador, a 0,25 CUC, y de jabón de lavar, a 0,40 o 0,45 CUC, que complementan las ofertas en moneda nacional, explicó Pilar Fernández González-Pardo, jefa del Grupo de Venta Minorista de Productos No Alimenticios.

Los artículos que formaban parte de la canasta familiar normada y que ahora se liberan, pasan a comercializarse en una red que abarca a todos los municipios del país y que está constituida por más de 3 300 puntos (al menos uno en cada Consejo Popular), entre los cuales figuran bodegas, supermercados y mercados de artículos industriales, ahonda.

A través de estos, la familia cubana puede acceder a una mayor cantidad de artículos de higiene y aseo que los que recibía por la distribución normada.

Aunque ya la venta se inició en algunos lugares, Pilar Fernández informó que de forma paulatina se iría completando el abastecimiento a todas las unidades seleccionadas.

Al menos, el martes 4 de enero, reporteros de **Granma** constataron que el expendio había comenzado en algunas de las bodegas escogidas en La Habana, con tres productos (jabón de tocador Lis, jabón de lavar de 6 pesos y crema dental), mientras en los mercados de artículos industriales se mantenía solo el detergente líquido.

En torno a la distribución hay una sola alternativa: cubrir todos los puntos de venta, para que el consumidor no repro-



*El detergente líquido muestra una amplia aceptación.* Foto: Yander Zamora

che la ausencia de un producto demorado en los almacenes.

La jefa del Grupo de Comercio Minorista de Productos No Alimenticios aclaró que los jabones y la crema dental mantendrán los niveles de calidad que fueron logrando cuando todavía integraban “la libreta”, pues está estipulado en el contrato con la industria.

Como ocurre con toda mercancía cuya venta se libera —alertó— algunas personas, por temor a eventuales desabastecimientos, tienden a adquirir más productos que los necesarios en su consumo real; otras, incluso, acaparan con el fin de revenderlos.

Al no existir medidas para racionalizar su comercialización, el MINCIN apela a los dependientes y administradores de los diferentes puntos de expendio, quienes deben ejercer un adecuado control de la mercancía y no permitir acopios mayoristas que a todas luces persigan lucrar.

La experiencia comienza ahora y desde ya hay que evaluar sistemáticamente la demanda. Por lo pronto, el plan del 2011 ya viene con número crecidos y la responsabilidad con la población y el Estado exige doblemente que se cumpla.

■ **EN LOS HOMBROS DE LA INDUSTRIA**

Muchas familias desestimaban los artículos de higiene y aseo personal “de la bodega” por preferir los del mercado interno en divisas; otras, en cambio, aguardaban con impaciencia la siguiente “vuelta” de estos, siendo restringidas por una venta estandarizada e igualitarista.

En la actualidad, la Unión Suchel del Ministerio de la Industria Ligera (MINIL) trabaja para poner a disposición del mercado interno en moneda nacional una

mayor cantidad de estos productos, y asegurar también variantes económicas para las tiendas recaudadoras de divisas.

“El MINIL tiene un gran reto este año, pues debe velar por el aseguramiento material y tecnológico de las producciones de los artículos en cuestión, las cuales se incrementan con respecto al 2010 tanto en el destino MINCIN como en el de las TRD”, valoró Juana Iris Herrera Fuentes, directora de Producción y Sustitución de Importaciones del organismo.

En el caso de las ventas en moneda nacional, del jabón de lavar se procesarán unas 1 700 toneladas más con respecto a las que se hacían para la canasta familiar normada, para un total de 8 900 toneladas en sus tres formatos; en el de tocador, se proyectan 16 900 toneladas entre el Lis o el de 90 gramos, con un crecimiento de más de 8 600 toneladas.

En relación con el dentífrico, la capacidad de producción existente no permite saltos tan grandes como los del jabón, por lo que apenas sube en 1 000 toneladas, aunque para el nivel de consumo que presenta creemos que es suficiente. Para este año hay una inversión aprobada de mejoramiento de esta línea tecnológica enfocada en elevar la calidad y no la cantidad, comentó Juana Iris.

“Todo lo contrario sucede con el detergente líquido, el cual ya se había vendido durante el año anterior con mucha aceptación, y es la línea con mayor fortaleza productiva, por lo cual se incrementa en aproximadamente 3 000 toneladas, llegando a ser para el MINCIN un total de 7 000”.

Las modalidades económicas de estos productos destinadas a las TRD presentan crecimientos semejantes en cada



*La industria ha respondido con celeridad, a igual ritmo debe llegar el producto al cliente.* Foto: Raúl López



*En Las Tunas la venta marcha bien. Los dependientes y administradores no deben consentir el acaparamiento.* Foto: Pastor Batista

caso, por lo cual se prevé que ambos mercados se complementen y no lleguen a colapsar por la demanda, al menos no al unísono.

El aseguramiento para este plan existe, y está montado sobre la base de nuestras capacidades, aseveró Herrera. En el caso de la materia prima, tenemos garantizado ya el primer trimestre, y para el resto del año todo está programado con vistas a que no falte. Existe una voluntad del país, particularmente del Ministerio de Economía y Planificación, de que el plan fluya y no haya baches productivos.

“Todo está previsto, lo que falta es cumplir con lo que nos toca. Una fortaleza del control para este año es que, a nivel de país, se nos revisará nuestra actividad cada diez días, pues antes el plan se chequeaba trimestralmente, cuando quizás no había tiempo de responder a una dificultad. Ahora tendremos margen para prevenir”.

La nueva política de comercialización de los artículos de higiene y aseo personal ha sido proyectada en suelo firme, para en un futuro inmediato andar con pasos ligeros hacia la meta pactada: cumplir el plan. El compromiso de satisfacer a la población, debe contar con responsables serios y previsores, capaces de desarticular amarres indebidos en la venta liberada de dentífrico, detergente y jabones.