



MINISTERIO DE LA AGRICULTURA

PROPUESTA DE POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

27 de octubre del 2020.
“Año 62 de la Revolución”

I. INTRODUCCIÓN

El objetivo de la presente propuesta es ordenar la comercialización mayorista y minorista de productos agropecuarios y avanzar en la implementación del Lineamiento 155 de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, Objetivo 36, actividad 153 de la Proyección Estratégica Directiva 2017-2021, aprobada en reunión del Buro Político para el control de la implementación de los lineamientos.

II. ANTECEDENTES

La comercialización de productos agropecuarios en Cuba ha transitado por diferentes etapas, a pesar de lo cual, en la actualidad, es un sistema disperso, que no está sustentado en un enfoque de cadena del valor, por lo que se presentan disfuncionalidades que lastran este proceso con perjuicio para los productores, comercializadores y consumidores.

No ha existido una Política de Comercialización de Productos Agropecuarios y el marco legal que ampara el proceso está muy disperso, en oportunidades se hacen referencias de manera implícita y se aprecian contradicciones entre algunas normativas.

A partir del año 2013 y hasta el año 2016 se realizó un experimento en la Habana, Artemisa y Mayabeque que contempló diferentes alternativas para la comercialización de productos agropecuarios, de igual manera en el año 2014 se realizó un experimento en el municipio especial Isla de la

Juventud referente a la comercialización de insumos, equipamientos y servicios que concluyó en el año 2016.

En la actualidad participan en el proceso de comercialización de productos agropecuarios 8 Grupos Empresariales, 176 Empresas (6 % corresponden al Grupo Empresarial Acopio), mil 858 puntos de compras (18 % corresponden al Grupo Empresarial Acopio), existen en el país 20 mil 929 formas de comercialización minorista estatales o no para la venta de productos agropecuarios, de ellas corresponden al sector no estatales 14 mil 432 lo que representa un 69 %.

El programa de Agricultura Urbana, Suburbana y Familiar, cuenta para realizar la actividad comercializadora con 158 UEB granjas urbanas que representan el 40 % de un total de 396 UEB comercializadoras existentes en el país y en cuanto a los puntos de ventas este programa tiene 3 mil 339 de los 8 mil 977 puntos de ventas existentes en las diferentes variantes de gestión.

Ver Anexo1. Organigrama estructural comercialización

III. SITUACION ACTUAL

Se caracteriza por:

- a) La demanda real supera la capacidad de producción.
- b) La producción agropecuaria y su control es insuficiente.

- c) La cadena de valor para la comercialización no tiene asegurada la logística, ni los insumos, ni los recursos necesarios para su funcionamiento adecuado.
- d) Todos los participantes en la comercialización no son reconocidos como destinos para la contratación, ni tienen fuentes de abastecimiento seguro para la actividad que realizan.

IV. PRINCIPALES TRANSFORMACIONES QUE SE PROYECTAN.

1. Flexibilizar la comercialización de productos agropecuarios para los diferentes destinos.
2. Sustentar la comercialización de productos agropecuarios con un enfoque de cadena de valor.
3. Introducir incentivos para la producción, el acopio y la comercialización de productos agropecuarios que repercutan en el incremento de la producción.
4. Implementar para el abastecimiento al consumo social los comités de compras públicas, haciendo uso de las licitaciones y estableciendo un sistema de evaluación para los proveedores.
5. Elevar el valor agregado de los productos agropecuarios que se oferten, empleando el uso de un sistema marcario, variedad de empaques, calidades, precios y cumpliendo con las medidas de inocuidad establecidas.
6. Mantener una actualización y divulgación permanente de los precios, en correspondencia con los costos y el comportamiento del mercado.

7. Crear mercados de nuevo tipo que impacte con una nueva imagen, limpieza, organización, variedad de ofertas y servicios.

Estas transformaciones son una meta a alcanzar, las cuales tendrán una implementación progresiva en correspondencia con las condiciones existentes.

V. PROPUESTA DE POLÍTICA.

Producción

1. La contratación de la producción agropecuaria y forestal tendrá como destino todas las formas de comercialización existente y se corresponderá con los intereses del Estado.
 - a) Los intereses del Estado se definirán en los balances a todos los niveles.
 - b) Los balances definirán los productos seleccionados en correspondencia con su nivel (municipal, provincial y nacional). Los comités de contratación presididos por los gobiernos municipales y provinciales, definen con la presencia de las delegaciones o direcciones de la agricultura, las formas de comercialización y las estructuras productivas, los destinos a contratar.
 - c) El proceso de contratación será flexible y periódico siendo necesario realizar sucesivas recontractación en correspondencia con las condiciones.

2. Responsabilizar a las partes participantes en los contratos con el control de su contratación y su cumplimiento.
3. Actualizar las normas de calidad establecidas para la compra de los productos agropecuarios a los productores que se ajusten a las condiciones productivas.
4. Ofertar nuevos productos financieros por las entidades bancarias a los productores que se adecuen a las características del sector y estimulen las actividades productivas, acopiadoras y comercializadoras, incluyendo la posibilidad de obtener créditos revolventes con bajos intereses.
5. Definir y establecer un sistema de facturación que se adapte a las características del proceso y que constituya la base para el pago de las mercancías.
6. Aplicar con carácter permanente un tipo impositivo fijo del 5 % sobre la base imponible obtenida, para el pago del impuesto sobre ingresos personales, a los productores agropecuarios. Se le aplicará en el momento que corresponda, la propuesta de descontarse de los ingresos obtenidos el 100 % de los gastos acreditando el 80 %, lo que beneficiará la carga tributaria a aplicar.
7. Bonificar con la aplicación del 5 % del impuesto sobre la venta en el comercio minorista a las producciones de alimentos generados por minindustrias locales gestionadas por entidades productoras o comercializadoras.

8. Promover e incentivar las exportaciones como fuente para la obtención de la liquidez para garantizar los insumos y recursos necesarios para incrementar la producción.
9. Beneficiar financieramente a los productores primarios con los resultados que se obtienen al encadenarse productivamente con la industria o con cualquier otro mercado, siendo un requisito indispensable que el incremento en los precios de los productos y los beneficios financieros que se reciba se use en el desarrollo de nuevas capacidades productivas.

Beneficio, selección, empaque y procesamiento

10. Realizarán el beneficio, selección, empaque y procesamiento de los productos: los productores, trabajadores por cuenta propia, familias, cooperativas agropecuarias, entidades especializadas en esta tarea y comercializadores mayoristas, los que gestionarán los recursos, insumos, equipamientos y condiciones de almacenamiento con refrigeración necesaria para la actividad.
11. Ampliar la red de minindustrias y microindustrias a partir de las producciones de la industria nacional y los proyectos de colaboración internacional.
12. Las familias que participan en el Programa de Agricultura Urbana, Suburbana y Familiar podrán gestionar equipamientos y tecnologías que les permitan

incrementar el valor agregado en la oferta de sus productos.

Actividad Acopiadora

13. Recapitalizar y construir en cooperativas, UEB y otras estructuras de las empresas estatales y en los sistemas municipales de las entidades acopiadoras, puntos de compras y naves mayoristas, que garanticen de manera eficiente la actividad acopiadora.
14. Las entidades acopiadoras solo podrán realizar compras en función de sus capacidades logísticas y financieras.
15. Establecer que los gobiernos en cada uno de sus niveles realizarán los balances de productos agrícolas: nacional, provincial, municipal (que incluye todas las localidades); estableciendo los estimados y ratificados en la actividad acopiadora de productos y garantizando los envíos de productos en correspondencia con los resultados de los balances.

Se define que las estructuras de gobierno que dirigirán la realización de los balances serán:

Nivel Nacional: Ministerio de Economía y Planificación.

Nivel Provincial: Consejo Provincial.

Nivel Municipal: Consejo de Administración Municipal.

16. Las entidades acopiadoras en su gestión comercializadora contarán con centros o naves de acopio, las que le garantizarán las entregas en los siguientes destinos:
 - a. Mercado agropecuario estatal
 - b. Consumo social

- c. Industria
- d. Turismo
- e. Exportaciones
- f. Ventas internas.
- g. Abastecimiento a los comercializadores minoristas, formas de gestión no estatal, trabajadores por cuenta propia vinculados o no al sector agropecuarios.
- h. Mercados de oferta y demanda.

Comercialización

17. Todas las formas de comercialización deberán estar inscrita en el Registro Central Comercial y contar con las licencias sanitarias y sanitarias veterinarias establecidas.
18. Todas las formas de comercialización operarán con autonomía en su gestión, estableciéndose sobre la base de la coexistencia armónica un régimen de competitividad que permita elevar la eficiencia en la actividad.
19. Los productos que por problemas logísticos y/o financieros de las entidades acopiadoras y comercializadoras no puedan ser comprados en correspondencia con lo establecido en los contratos, los productores podrán comercializarlos a otras formas de comercialización existentes en el país.
20. Implementar la modalidad de arrendamiento de recursos en todas sus variantes (transportes, mercados, almacenes, instrumentos de mediciones, equipos de refrigeración, envases, montacargas, traspaletas, entre

otros), por las empresas del sistema de la Agricultura y de otros organismos, a los productores o cooperativas para facilitar la actividad de comercialización de manera directa, reduciendo la participación de los intermediarios en el proceso. Se establecerán para esta actividad tarifas en cada una de sus modalidades, sustentando los arrendamientos en contratos y cobrando cada una de las modalidades establecidas.

21. Introducir ofertas de productos agropecuarios y servicios con mayor valor agregado que incluyen entre otros: cambio de imagen, uso de marcas, diferenciación por calidades, productos elaborados y procesados (manual o industrial), y servicios, tales como, mensajerías u otros que se necesiten, a partir de la implementación de estudios de mercados que muestren las características e intereses de las localidades.
22. Desarrollar productos orgánicos con precios diferenciados para su comercialización nacional e internacional, así como establecer el esquema de certificación correspondiente.
23. Ejecutar un programa de reanimación y modificación infraestructural y tecnológica de los mercados mayoristas y minoristas que permita la transformación gradual a mercados de nuevo tipo.
24. Establecer a una nomenclatura de 10 productos agropecuarios que incluyen: *arroz cáscara húmedo y arroz consumo, frijol negro, leche fresca, ganado bovino en pie, ganado porcino en pie, huevos de gallina, maíz*

seco en grano, café cereza: arábico y robusta, mango y tabaco precios de acopio centralizados. De estos productos tendrán precios minoristas centralizados el arroz consumo, frijol negro, leche y el huevo de gallina.

25. Establecer a una nomenclatura de 12 productos agrícolas que incluyen:

- a) Malanga colocasia,*
- b) Malanga xhantosoma,*
- c) Plátano vianda,*
- d) Plátano burro,*
- e) Plátano fruta,*
- f) Guayaba,*
- g) Fruta bomba,*
- h) Tomate Industria,*
- i) Papa,*
- j) Calabaza,*
- k) Boniato;*

precios de acopio y minoristas centralizados para los destinos que se definan en los balances de los gobiernos territoriales, y establecer para el resto de los destinos precios por acuerdo establecidos por las administraciones locales del gobierno.

26. Facultar a las administraciones locales del gobierno para concordar precios por acuerdo de acopio y minoristas aplicables por territorios a los productos agropecuarios que no tengan precios centralizados, según las características y disponibilidad de las producciones, los costos de producción y los rendimientos locales,

teniendo en consideración un rango de valores establecidos que considere el comportamiento del mercado. En los análisis que se realicen para establecer los precios por localidades se tomarán como referencias los precios establecidos por las UEB que radiquen en dicha localidad y además se tendrán en consideración la opinión de los productores y comercializadores.

En ningún caso los precios que se aprueben podrán generar subsidios.

27. Publicar semanalmente los precios para los productos agropecuarios incluyendo los productos con precios centralizados y los que se comercialicen a precios por acuerdo.
28. Tanto a los productos con precios centralizados como a los productos con precios por acuerdo se les podrá poner regulaciones administrativas para su venta. Art 40
29. Introducir diferentes variantes de comercio electrónico en correspondencia con las características de los productos que puede incluir las ventas online de mercancía con servicios de entregas o cualquier otra variante que se ajuste a las necesidades de la población.

Comercialización mayorista

30. Realizarán la comercialización mayorista de productos agropecuarios:
 - a) Empresas estatales;
 - b) Cooperativas agropecuarias;

- c) Propietarios de tierras y usufructuarios
 - d) Vendedor mayorista de productos agropecuarios.
31. En todos los casos se realizará la contratación entre el comercializador mayorista, el comercializador minorista, entidades de consumo intermedio u otros comercializadores.
 32. Los destinos: turismo, exportaciones (a excepción del tabaco, café, cacao y la miel de abejas), ventas en fronteras, industria nacional transformadora de vegetales, leche, carnes y materias primas para la producción de alimento animal y las minindustria; podrán ser abastecidos por: empresas estatales, cooperativas agropecuarias, propietarios de tierras y usufructuarios.
 33. Establecer la comercialización directa de los comercializadores mayoristas a las entidades del consumo social, estableciéndose para este sector del mercado comités de compras públicas, pudiendo participar como suministradores todos los interesados, los que serán seleccionados a partir de su evaluación para formar parte de la cartera de proveedores para este destino.
 34. Todos los comercializadores mayoristas podrán realizar ventas directas a la industria y a las plantas procesadoras de leche, tomate, frijol, maíz alimento animal, café, carne de cerdo, carne bovina y equina.
 35. Para las entregas de arroz, tabaco torcido para la exportación, huevos y madera se establecerá la

- comercialización directa por el sistema empresarial especializado, el cual contratará las materias primas que respaldan las cifras definidas a las cooperativas y productores a excepción del huevo consumo cuya producción para este destino es estatal.
36. Las cooperativas, los usufructuarios, propietarios de tierras y las empresas estatales, podrán vender los productos agrícolas y cárnicos, frescos y procesados en la red de tiendas minoristas.
 37. Condicionarles a los productores la posibilidad de ejecutar ventas a los diferentes destinos al cumplimiento de las entregas al Estado.

Comercialización minorista

38. Establecer como fuente de abastecimiento para los comercializadores minoristas de productos agropecuarios y para los trabajadores por cuenta propia en actividades no vinculadas al sector agropecuario: los mercados mayoristas, naves acopiadoras, puntos de compras de las cooperativas y los comercializadores mayoristas.
39. Las entidades acopiadoras podrán ser suministradores de productos agrícolas frescos o procesados a las diferentes formas de comercialización minorista, que incluye los mercados arrendados y mercados con precios por acuerdo.
40. La comercialización en las comunidades agrícolas se realizará directamente por las formas productivas que

- se le vinculan, las que garantizarán la satisfacción de las demandas para todos los destinos existentes. Art 29
41. La comercialización de productos de manera minorista se caracterizará por la presencia de productos beneficiados, elaborados o semielaborados, con diferentes calidades, precios, así como oferta de diferentes servicios.
 42. Realizarán la comercialización minorista de productos agropecuarios:
 - a) Empresas estatales;
 - b) Cooperativas agropecuarias;
 - c) Cooperativas no agropecuarias creadas para este fin;
 - d) Los propietarios de tierras y usufructuarios
 - e) Vendedor minorista de productos agropecuarios
 - f) Trabajador por cuenta propia para la comercialización minorista de productos agropecuarios en forma ambulatoria.
 43. Agrupar las diferentes figuras del comercio minorista en tres modalidades.
 - a) Mercado agropecuarios
 - b) Puntos de ventas
 - c) Venta ambulatoria.
 44. La agricultura urbana y familiar podrá comercializar sus producciones a precios por acuerdo excepto los productos con precios centralizados.
 45. La comercialización minorista de productos agropecuarios se realizará a precios por acuerdos para

todos los productos a excepción de los productos cuyos precios fueron establecidos de manera centralizada.

46. Facultar a los gobiernos locales para bonificar o exonerar de la aplicación del impuesto por la comercialización minorista de productos agropecuarios, como mecanismo regulador para la concertación de precios.

Medidas de Regulación

47. El Estado realizará el papel regulador en el seguimiento y control de la producción, la contratación, el establecimiento de las prioridades en los destinos, los balances de productos, el control de los precios, la comercialización en condiciones excepcionales, en la intencionalidad de la siembra y el uso de la tierra .
48. Diseñar, implementar y controlar el Sistema de Protección al Consumidor.
49. Implementar un sistema de información diario como una medida de seguimiento y control a la comercialización de los productores y hacia todos los destinos.
50. Diseñar un sistema informativo propio para la provincia de La Habana en correspondencia con sus características.
51. Establecer un sistema para la divulgación e información de los precios de los productos agropecuarios.

Se anexan definiciones. **Ver Anexo 2.**

Se anexa el cronograma de implantación de La Política de Comercialización de Productos Agropecuarios. **Ver Anexo 4**

VI. INSTRUMENTACIÓN JURÍDICA

1. Aprobación de un Decreto como norma jurídica que regule esta actividad, establecer el reglamento para la actividad de comercialización y una resolución del ministro de la Agricultura que establezca el procedimiento para la contratación de la producción agropecuaria.
2. Actualizar, en correspondencia con lo que se disponga en la nueva política, las resoluciones del MFP que regula los precios máximos de acopio, de compra y minorista de productos agropecuarios.
3. Derogar las normas jurídicas siguientes: Decreto 191/94, Decreto 355/2019, Acuerdo 6853 del Consejo de Ministros, la Resolución Conjunta 02/2006 MINCIN-MINAG, la Circular No. 1 del 2015 del Ministro de la Agricultura.
4. Modificar y actualizar las siguientes normas jurídicas: Acuerdo 7734 del 2015 del Consejo de Ministros, Resolución 229 del 2013 del MINAG, Resolución 104 del 2019 del MTSS, y las Resoluciones 237 del 2015, 238 del 2015, 162 del 2016, 331 del 2017 del MFP.

Ver Anexo 3. Diagnóstico de las normas jurídicas

VII. TEMAS A ESTUDIAR

1. En el proceso de contratación la factibilidad de la firma de los contratos con el productor o con la cooperativa.
2. Introducción de incentivos de retorno financiero para los productores por la entrega de productos que constituyan sustitución de importaciones.
3. El establecimiento de precios duales al margen a productos seleccionados.
4. Mecanismo de evaluación del impacto en la implementación de la Política de Comercialización, así como los indicadores de medición a emplear.

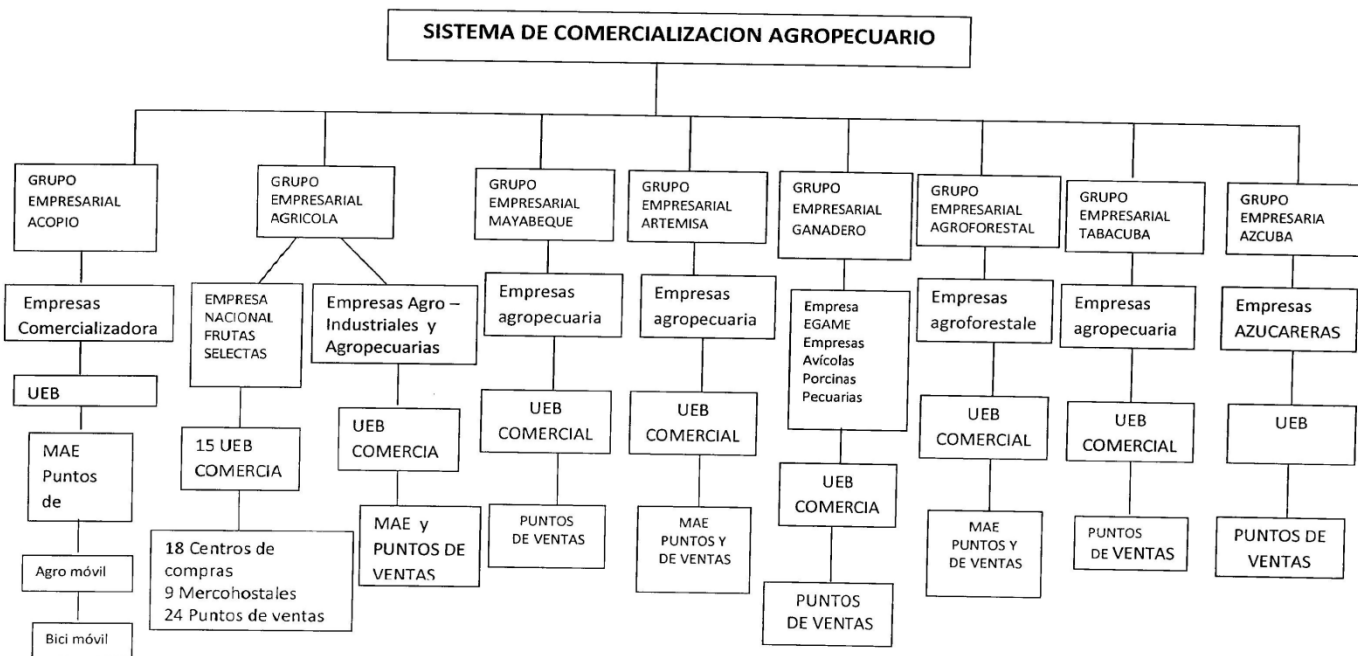
Proyecto de acuerdo:

1. Aprobar la Política de Comercialización de Productos Agropecuarios y su cronograma de implantación.

Responsable: Consejo de Ministros.

Fecha de cumplimiento: 30 de octubre de 2020

ANEXO No1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL COMERCIALIZACIÓN



AGRICULTURA URBANA, SUBURBANA Y FAMILIAR:
UEB Granja Urbana, Puntos de ventas en Organopónicos, Semiprotégido de Organopónicos, huertos intensivos, patios y parcelas, otras modalidades

COMERCIALIZACION AL TURISMO:
Empresas Estatales, Organopónicos, Unidades Comercializadoras, Formas Productivas, agricultores pequeños incluyendo los usufructuarios de tierras vinculados o no a formas productivas o entidades estatales

OTRAS FORMAS DE GESTION

- Puntos de ventas de cooperativas agropecuarias
 - Mercados arrendados a unidades productoras
 - MAE (EPMA)
 - MAOD
 - Bodegas
 - CNA
 - Mercados EJT
 - Puntos de ventas de autopista y carretera
 - TCP
- Carretilero, vendedor de productos agrícolas en puntos de ventas y quioscos, vendedor minorista de productos agrícolas, vendedor mayorista de productos agrícolas.

ANEXO 2. DEFINICIONES

- 1) **Entidad Acopiadora:** Se trata de una unidad o establecimiento que puede estar en una cooperativa o empresa estatal, caracterizado por su cercanía al productor donde se reciben las producciones agropecuarias directamente de las unidades productoras y pueden realizarse acciones de beneficio, envase y empaque de los productos; tanto en las compras como en las ventas es un sujeto de comercio mayorista.

- 2) **Entidades del consumo social:** Se consideran en esta categoría hospitales, hogares maternos, hogares de anciano, círculos infantiles, escuelas (semi-internados, internados), sistema de alimentación familiar, dietas médicas, centros penitenciarios del Ministerio del Interior y las unidades militares, y otras instituciones que se determinen de manera específica.

- 3) **Mercado Agropecuario:** es un establecimiento destinado a la comercialización de productos agropecuarios frescos, semielaborados o elaborados.

- 4) **Mercado Agropecuario Mayorista:** Es aquella instalación o conjunto de instalaciones construida y adecuadas para realizar actividades comerciales de compra venta al por mayor de productos de origen agropecuario, con el objetivo de abastecer

suficientemente a la población y facilitar el proceso de comercialización minorista.

En el caso de productos agrícolas, el mayorista compra producciones, las agrupa, las clasifica y envasa, entre otras acciones de beneficio que pueden incorporar valor al producto.

Estos mercados serán establecidos en las cabeceras municipales, provinciales y grandes poblados siendo fuente de suministro para:

- a) Comercializadores minoristas de productos agropecuarios.
- b) Comercializadores mayoristas de productos agropecuarios.
- c) Trabajadores por cuenta propia en actividades no vinculadas al sector agropecuario.
- d) Destinos tales como: turismo, industria nacional, minindustrias.
- e) Empresas Estatales
- f) Consumo social
- g) Población

Formarán parte de esta modalidad además, los puntos de compras, naves de acopio y los centros de compra de la Empresa Nacional de Fruta Selectas (siendo estos últimos exclusivos para la actividad turística).

5) Mercado minorista: Se basa en la venta en menudeo o detallista, es la persona jurídica o natural que vende

productos al consumidor final, el último eslabón del canal de distribución, que está en contacto con el mercado y vende en pequeñas cantidades, presenta diferentes **modalidades** de acuerdo a la manera de acercarse al consumidor, las que pueden ser:

- I. **Mercado agropecuario minorista:** es un establecimiento destinado a la comercialización de productos agropecuarios frescos, semielaborados o elaborados, puede funcionar por sistema de tarimas o mostradores o por autoservicio y presta servicios asociados a la comercialización de estos productos para los clientes.

Formarán parte de esta modalidad

- a) Mercados agropecuarios estatales
- b) Mercado agropecuario con administración estatal y arrendamiento de las áreas de ventas.
- c) Mercados de oferta y demanda
- d) Mercados arrendados a cooperativas agropecuarias, cooperativas no agropecuarias, productores o trabajadores por cuenta propia.
- e) Mercahostales, el cual venderá de manera exclusiva al turismo no estatal

- II. **Punto de Venta:** se caracteriza por ser un comercio de pequeñas dimensiones y por su sistema de venta a través de mostrador, formarán parte de esta modalidad

- a) Puntos de ventas en autopistas y carretera que cumplan la función para lo cual fueron creados.
- b) Puntos de ventas de las empresas estatales

- c) Puntos de ventas de las cooperativas agropecuarias.
- d) Puntos de ventas de la agricultura urbana, suburbana y familiar.
- e) Puntos de ventas de trabajadores por cuenta propias

III. Venta ambulatoria: Se trata de comercializar productos agrícolas sin establecerse en un área fija, transportados en carretillas o similares o en vehículos de tracción animal o automotor, cumpliendo lo establecido en cuanto a itinerarios y vías de acceso por los gobiernos municipales; también puede incluir ventas a domicilio, formaran parte de esta modalidad:

- a) Vendedores para las comunidades más apartadas
- b) Servicio de mensajería asociados a mercados agropecuarios
- c) Carretilleros
- d) Agro móvil
- e) Bici móvil

6) Mercados de nuevo tipo

Estos mercados deberán cumplir los siguientes requisitos:

- a) Tener buena imagen y características técnicas, constructivas y logísticas en correspondencia con la actividad que realiza.
- b) Cumplir con las Buenas Prácticas
- c) Cumplir con las medidas establecida para la protección al consumidor.
- d) Tener autonomía de gestión para garantizar la sostenibilidad de la actividad.

ANEXO 3. DIAGNÓSTICO DE NORMAS JURÍDICAS

EMISOR DE LA DISPOSICIÓN	DISPOSICIÓN JURÍDICA	CONTENIDO	PROPUESTA	DISPOSICIÓN QUE SE PROPONE EMITIR.
De rango superior	Decreto 191 de 19 de septiembre de 1994.	Sobre los mercados agropecuarios.	Derogar y unificar con el DL 318 de 20 de octubre de 2013.	Nuevo Decreto-Ley
	Decreto No. 355 de 17 de abril de 2019.	Establece el Reglamento sobre la comercialización de productos agropecuarios en las provincias de La Habana, Artemisa y Mayabeque.	Derogar y unificar con el DL 191 de 19 de septiembre de 1994	
	DISPOSICIÓN JURÍDICA	CONTENIDO	PROPUESTA	DISPOSICIÓN QUE SE PROPONE EMITIR.
	Decreto Ley 304 de 1ro de noviembre de 2012.	Regula la Contratación Económica.	No se modifica	
	Decreto 310 de 17 de diciembre de 2012.	Establece el Reglamento para la Contratación Económica.	No se modifica	
	Acuerdo No. 7734 de 22 de mayo de 2015 del Consejo de Ministros.	Relativo a los precios que se aprueban a esa instancia.	Se modifica	
	Acuerdo No. 6853	Relativo a los quioscos o puntos de venta de carretera.	Derogar e integrar al nuevo Decreto – Ley	Decreto

EMISOR DE LA DISPOSICIÓN	DISPOSICIÓN JURÍDICA	CONTENIDO	PROPUESTA	DISPOSICIÓN QUE SE PROPONE EMITIR.
MINAG	Resolución 229 de 28 de marzo de 2013.	Establece los precios minoristas de los envases para la comercialización de productos agrícolas.	Actualizar	
	Circular No. 1 de 2015.	Regula indicaciones y procedimientos generales a seguir para la contratación de la producción agropecuaria forestal para el año 2016 y establece el procedimiento específico para la recepción, presentación y aceptación de la demanda de insumos y servicios productivos.	Darle rango de Resolución y su actualizar contenido.	Resolución
	DISPOSICIÓN JURÍDICA	CONTENIDO	PROPUESTA	DISPOSICIÓN QUE SE PROPONE EMITIR.
	Resolución 559 de 2019	Autoriza la comercialización directa de la Unidades Productoras y los productores individuales al sector del turismo.	No se modifica	
	Resolución 673 de 4 de noviembre de 2013.	Modifica el objeto social de las UBPC, CPA y CCS.	No se modifica	
	Resolución 376 de 23 de	Aprueba normas y	No se modifica	

	mayo de 2013.	procedimientos para el conocimiento y solución de los litigios entre empresas y otras entidades del MINAG.		
EMISOR DE LA DISPOSICIÓN	DISPOSICIÓN JURÍDICA	CONTENIDO	PROPUESTA	DISPOSICIÓN QUE SE PROPONE EMITIR.
CONJUNTA	Resolución Conjunta 2 de 2006 MINCIN-MINAG.	Sobre la captación de la demanda.	Separar la competencia de ambos organismos en normas jurídicas independientes	Decreto.
MINCIN	Resolución 242 de 31 de mayo de 2013.	Aprueba las indicaciones para la comercialización mayorista de productos alimentos, otros bienes de consumo e intermedios y de servicios.	No se modifica	
	Resolución 139 de 2014.	Aprueba el Reglamento del Registro Comercial.	No se modifica	
EMISOR DE LA DISPOSICIÓN	DISPOSICIÓN JURÍDICA	CONTENIDO	PROPUESTA	DISPOSICIÓN QUE SE PROPONE EMITIR.
MFP	Resolución No.166 de 15 días del mes de junio de 2006	Establece los tipos impositivos para las personas jurídicas y naturales que concurren como vendedores a los mercados	Se deroga	

		agropecuarios estatales.		
	Resolución 237 de 22 de mayo de 2015.	Aprueba los precios de acopio máximos en pesos cubanos (CUP) del kilogramo de café cereza para despulpe y para secadero de las especies arábigo y robusta.	Se actualiza	
	Resolución 238 de 22 de mayo de 2015.	Fija los precios máximos de venta a la Industria de la carne de cerdo en pie.	Se actualiza	
	CONTENIDO	PROPUESTA	DISPOSICIÓN QUE PROPONE EMITIR.	SE DISPOSICIÓN JURÍDICA
	Resolución 240 de 22 de mayo de 2015.	Aprueba los precios de acopio máximos en pesos cubanos (CUP) de la tonelada de cacao en pulpa.	No se modifica	
	Resolución 241 de 22 de mayo de 2015.	Establece el precio de acopio en pesos cubanos (CUP) de la tonelada de miel de abejas.	No se modifica	
	Resolución 162 de 26 de abril de 2016.	Regula el margen comercial para la comercialización de productos agrícolas que no tienen precio de acopio centralizado.	Se actualiza	
	CONTENIDO	PROPUESTA	DISPOSICIÓN QUE PROPONE EMITIR.	SE DISPOSICIÓN JURÍDICA
	Resolución No.331 de 28 de abril de 2017	Fija los precios de acopio cerdo.	Se Actualiza	

	Resolución No. 506 del 2019.	Establece los precios máximos de acopio, de compra y minoristas de productos agropecuarios.	Se actualiza	
	Resolución No.146 de 23 de mayo de 2019	Establece la formación de precios para la Modalidad de ventas directas de los productores al Turismo derogando las resoluciones anteriores.	No se modifica	
MTSS	Resolución 104 de 22 de octubre de 2019.	Reconoce las figuras de trabajo por cuenta propia: 17 -Carretillero o vendedor de productos agrícolas en forma ambulatoria; 143 -Vendedor de productos agrícolas en puntos de venta o quioscos; 150 -Vendedor mayorista de productos agropecuarios; 151 -Vendedor minorista de productos agropecuarios.	Se actualiza	

Anexo 4. CRONOGRAMA PARA LA IMPLANTACIÓN DE LA POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

No.	Actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable	Participantes	Observaciones
1	Aprobación de la Política				
	a) Presentación de la propuesta de Política al CECM		MINAG		
	b) Análisis de la propuesta de Política en el CECM				
	c) Presentación de la propuesta de Política en el Consejo de Ministros	30 de Octubre de 2020	MINAG		
	d) Aprobación de la Política	30 de Octubre de 2020			
2	Presentación y aprobación de las normas jurídicas				
	a) Presentación de la propuesta de normas a	25 de octubre del 2020	MINAG		
	b) Revisión de los proyectos de Normas Jurídicas por el grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	25-30 Octubre del 2020	Grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	Grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	
	c) Presentación de la propuesta de normas en el CM	31 de Octubre de 2020	Secretaría del Consejo de Ministros	Secretaría del Consejo de Ministros	
	d) Circulación por la SCM de los proyectos de normas Jurídicas y consulta a los miembros del Consejo de Ministros		Grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	Grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	
	f) Conciliación por la Comisión de las opiniones emitidas por los miembros del Consejo de Ministros		Grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	Grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	
	g) Entrega de los proyectos de Normas Jurídicas y la tabla de conciliación por el Grupo Jurídico		Grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	Grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	

	h) Envío a la SCM de los proyectos de Normas Jurídicas conciliados		Grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	Grupo de Asesoría Jurídica de la SCM	
	i) Aprobación y firma de los proyectos de las normas jurídicas.		Secretaría del Consejo de Ministros	Secretaría del Consejo de Ministros	
	j) Publicación de las Normas Jurídicas en la Gaceta Oficial		Grupo Jurídico	Grupo Jurídico	
	k) Puesta en vigor de las normas		Grupo Jurídico	Grupo Jurídico	
No.	Actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable	Participantes	Observaciones
3	Divulgación y preparación				
	a) Conferencia de prensa sobre la Política de Comercialización y las normas legales	El día de publicación de las normas en la Gaceta Oficial	MINAG	Integrantes del Grupo de Trabajo	
	b) Seminario interno en el MINAG	10 de noviembre de 2020	MINAG	Integrantes del Grupo de Trabajo	
	c) Seminarios provinciales	16-30 de noviembre del 2020		Consejo Provincial, Delegaciones o Direcciones Provinciales del MINAG, MINCIN, MFP, MEP, MTSS, representantes de los Bancos, AZCUBA, la ANAP, SNTAFT, SNTA, empresas y formas productivas	
	d) Seminarios municipales	20 de noviembre al 10 de diciembre según cronograma que elaboren las provincias	Gobiernos provinciales	Administraciones Municipales, Delegaciones Municipales de la Agricultura, Direcciones Municipales de Comercio, Finanzas y Precios, ONAT y representantes de los	

No.	Actividad	Fecha de cumplimiento	Responsable	Participantes	Observaciones
4	Entrada en vigor de las normas e implantación de la Política y su cronograma de implantación.				
	a) La Habana	1 de diciembre de 2020	MINAG	Grupo de Trabajo	
	b) Resto del país	1 de febrero 2021	MINAG	Grupo de Trabajo	
5	Evaluación del comportamiento de la implantación de la política	Mensualmente en las reuniones del GT	MINAG	Grupo de Trabajo	
6	Informe del cumplimiento de la política aprobada	Anual-en el mes de noviembre 2021	MINAG	Grupo de Trabajo	

bancos, las empresas, las cooperativas agropecuarias y los productores y comercializadores.