

FACULTAD  
CIENCIAS EMPRESARIALES  
Y ADMINISTRACIÓN

DPTO. ECONOMÍA

## **EL MERCADO NEGRO EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL DEL MERCADO IDEAL EN EL MUNICIPIO HOLGUÍN**

TESIS PRESENTADA EN OPCIÓN AL TÍTULO DE LICENCIADA EN ECONOMÍA

Autor: Magdalena González Rodríguez

Tutor: Prof. Auxiliar., Lic. Arístides Pérez Romero

Holguín, 3 de Junio del 2019  
“Año 61 de la Revolución”



## PENSAMIENTO

*En prever está todo el arte de salvar.*

*José Martí*

## DEDICATORIA

*A todas las personas que estuvieron presentes en mi vida hasta que se hizo realidad mi sueño, a mi familia y a mi tutor Arístides.*

## AGRADECIMIENTOS

*A mi madre por todo el apoyo que siempre me ha brindado, por ser mi madre, mi padre y mi amiga*

*A mi hermanito querido por ser mi ejemplo, mi guía*

*A mi tutor por toda la ayuda que recibí de su parte*

*A mi novio por estar en los momentos más importantes en mi vida, por soportar mis ataques de ansiedad y por darme tanto amor*

*A mi suegra por los buenos consejos que me ha dado, por ese amor incondicional que solo ella sabe dar y por tratarme como una hija más*

*A toda mi familia que ha estado apoyándome desde el momento en que me otorgaron la carrera y a los que quiero muchísimo*

*A mi amiga Betty por estar presente en momentos difíciles de mi vida y ser mi soporte cuando lo necesite*

*A mis amigos, a mis compañeros de aula y a todo aquel que de una forma u otra aportó un granito de arena para esta investigación*

*Gracias.*

## RESUMEN

La presente investigación, tiene como guía la conceptualización teórica, metodológica e ideológica, expresada en primer lugar, en los Objetivos de trabajo del PCC aprobados en la Conferencia Nacional, donde se expresa a partir de los artículos 15, 47 y 63. “El Partido debe reforzar y exigir el oportuno enfrentamiento a las causas y condiciones que propician manifestaciones en la lucha contra las ilegalidades, la corrupción y otros delitos, que socavan las bases de nuestra sociedad”. La presente investigación tiene como base la implementación de Los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021, referidos a la planificación, regulación, diversificación del mercado interno y enfrentamiento a las ilegalidades, fuente del mercado negro. Referencia a los lineamientos (2, 9 20, 34, 55, 65, 67, 73, 154, 156, 170, 171, 174, 177, 179, 185, 186, 209, 210, 213, 246 254,271)

En el Plan Nacional de desarrollo económico y social hasta 2030: propuesta de visión de la nación, ejes y sectores económicos estratégicos, se relacionan los principios rectores, La investigación se relaciona con los principios 3, 5 y 18. Se establecen seis ejes estratégicos, íntimamente imbricados y sistémicamente diseñados, que deben articular la propuesta de desarrollo económico y social hasta 2030 y contribuir desde su área de influencia a la consecución de ese propósito a largo plazo. Se definen objetivos generales y específicos. La investigación se relaciona con el eje 1 “El gobierno eficaz y socialista e integración social, y en particular con su artículo 54.

## ABSTRACT

The present investigation, has like guide the theoretical, methodological and ideological conceptualization, expressed in the first place, in the working Objectives of the PCC approved in the National Conference, where it is expressed starting from the articles 15, 47 and 63. "The Party should reinforce and to demand the opportune confrontation to the causes and conditions that propitiate manifestations in the fight against the illegalities, the corruption and other crimes that tunnel the bases of our society". The present investigation has like base the implementation of The Limits of the Economic and Social Politics of the Party and the Revolution for the period 2016-2021, referred to the planning, regulation, diversification of the domestic market and confrontation to the illegalities, source of the black market. It indexes to the limits (2, 9 20, 34, 55, 65, 67, 73, 154, 156, 170, 171, 174, 177, 179, 185, 186, 209, 210, 213, 246 254,271)

In the National Plan of economic and social development up to 2030: proposal of vision of the nation, axes and strategic economic sectors, they are related the principles rectors, The investigation is related with the principles 3, 5 and 18. Six strategic, intimately imbricate axes and designed systematically settle down that should articulate the proposal of economic and social development up to 2030 and to contribute from their influence area to the attainment of that long term purpose. They are defined general and specific objectives. The investigation is related with the axis 1 "The effective government and socialist and social integration, and in particular with its article 54.

## ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN.....  | 1  |
| CAPITULO I. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA DEL MERCADO NEGRO.....                                   | 4  |
| 1.1. Conceptualización teórica del mercado.....  | 4  |
| 1.2. Mercado ideal.....  | 13 |
| 1.3. Mercado desde el marketing.....   | 15 |
| 1.4. Mercado gris.....   | 16 |
| 1.5. Mercado negro.....  | 19 |
| CAPITULO II. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DEL MERCADO IDEAL .....                        | 28 |
| 2.1. Procedimiento para el análisis de las ilegalidades en la actividad del mercado ideal...28 |    |
| 2.2 Caracterización del municipio Holguín.....   | 29 |
| 2.3 Análisis de la actividad comercial de los mercados ideales seleccionados.....              | 35 |
| 2.3.1. Los almacenes como suministradores de los mercados ideales.....                         | 35 |
| 2.3.2. Mercados Ideales seleccionados.....   | 38 |
| 2.3.3. Análisis de los mercados ideales .....  | 49 |
| 2.3.4. Análisis de los mercados ilegales.....  | 52 |
| 2.3.5. Causas y condiciones de las ilegalidades.....   | 56 |
| 2.3.6. Efectos e impactos negativos.....   | 58 |
| 2.3.7. Acciones para combatir las ilegalidades.....  | 59 |
| CONCLUSIONES.....  | 62 |
| RECOMENDACIONES.....   | 64 |
| ANEXO  |    |

## INTRODUCCIÓN

Un mercado negro es aquel en el que se intercambian bienes y servicios cuya producción y/o distribución es ilegal. Al estar compuestos por transacciones ilegales, los mercados negros tienden a aparecer en aquellos países o sectores con legislaciones más . La prohibición de ciertos productos hace que aquellos que lo demandan solo puedan acudir a mercados ilegales (mercados negros) para adquirirlos. El fenómeno del mercado negro surge en tiempos de crisis o en períodos de control gubernamental de la economía, usualmente cuando la escasez de bienes de primera necesidad obliga a los gobiernos a imponer controles de precios o racionamiento de bienes. En estas circunstancias, los vendedores estarían dispuestos a saltarse las leyes con tal de conseguir mayores ganancias, en tanto que los compradores estarían dispuestos a pagar precios más elevados (a veces no les quedaría más remedio) para conseguir un activo, que les es prohibido o limitado, es decir, que exista más demanda que oferta o que la oferta exista pero no se venda por estas prohibiciones o porque simplemente los comerciantes pueden vender a un mejor precio en un mercado no establecido, como lo es un mercado negro. Este mercado no se aplica exclusivamente a productos de primera necesidad, países que prohíben, restringen o permiten la venta a elevado precio de tabaco o alcohol propician la aparición de personas que introducen estos productos ilegalmente. Igualmente, la compraventa de drogas y otras sustancias no permitidas por la ley forman parte de este. Los cambios ilícitos de también suelen ser considerados como operaciones de mercado negro. En este caso, la causa es la fijación de un tipo de cambio oficial a niveles que no reflejan su tipo de cambio real. De este modo, los poseedores de moneda extranjera fuerte (usualmente , pero recientemente también ) las vende fuera de los mercados oficiales, para no tener que cambiarlas a tipos de cambio menos ventajosos. Existen Estados que adoptan políticas inflacionarias intentando disfrazar su propia responsabilidad en el deterioro de la moneda, atribuyendo las alzas de precio a los "agiotistas" o "especuladores" empleando el principio "al ojo del buen cubero" sin tener en cuenta el costo unitario, y fijando por ende precios máximos a diversos productos cuyos precios se suponen están siendo aumentados "artificialmente", lo que genera su escasez. Los precios máximos





producen un incremento artificial de la cantidad demandada, y una retracción artificial de la cantidad ofertada (Siempre y cuando el precio máximo esté por debajo de la cantidad y precio de equilibrio, es decir por debajo del precio que los oferentes están dispuestos a cobrar y los demandantes dispuestos a pagar. En el caso contrario, el precio máximo no tendría ningún efecto), que son los que determinan que los artículos sujetos a estos precios máximos se vuelvan escasos, al ser mayor la cantidad demandada que la ofrecida. Debido a esta situación se define como **problema científico** ¿Cuáles son las causas y condiciones de las ilegalidades que fomentan el mercado negro o ilegal que afecta la actividad del mercado interno ideal y provoca una apariencia negativa en la planificación, regulación y diversificación del mercado interno en el municipio Holguín? Por lo que se plantea como **objetivo de la investigación:** Analizar las causas y condiciones de las ilegalidades que fomentan el mercado negro, que afecta la actividad del mercado interno ideal y que ocasiona desajustes económicos, sociales y políticos, permitiría crear las acciones dirigidas a prevenir, enfrentar las ilegalidades y demostrar el nivel alcanzado en la planificación, regulación y diversificación del mercado interno en el municipio Holguín. Lo que sitúa como **objeto de investigación:** el mercado interno, como **campo de acción:** las causas y condiciones del mercado negro o ilegal que afectan la actividad del mercado interno ideal en el municipio Holguín.

Para dar cumplimiento al objetivo de la investigación se elabora como **hipótesis:** Si se analizan las causas y condiciones de las ilegalidades que fomentan el desarrollo del mercado negro que afecta la actividad del Mercado interno ideal, ocasionando un aparente desabastecimiento en el municipio de Holguín, permitiría acciones dirigidas a prevenir y enfrentarlas, así como demostrar el verdadero nivel alcanzado en la planificación, regulación y diversificación del mercado interno.

Así el tema de presente investigación es El mercado negro en la actividad del mercado interno ideal en el municipio Holguín

Se diseñaron las siguientes tareas de la investigación para dar respuestas a la hipótesis planteada anteriormente:

1. Revisión bibliográfica (análisis de investigaciones relacionadas con el mercado ilegal )
2. Visitar la dirección de Comercio Municipal y Provincial y la dirección de

Gobierno Municipal y Provincial, que posibilite caracterizar las unidades de mercado interno ideal seleccionadas.

3. **Capítulo I.** Conceptualización teórica-metodológica del mercado negro.

4. Diseñar el procedimiento para:

**Capítulo II:** Análisis del mercado negro en la actividad del mercado interno ideal.

- Caracterizar el Municipio de Holguín
- Caracterizar el mercado interno ideal.
- Diagnóstico de la actividad del mercado interno ideal.(Técnicas y herramientas)
- Caracterizar las causas y condiciones que generan las ilegalidades.
- Relacionar las acciones dirigidas a prevenir y enfrentar las ilegalidades.
- Relacionar las acciones dirigidas a prevenir y enfrentarlas, así como demostrar el verdadero nivel alcanzado en la planificación, regulación y diversificación del mercado interno.
- **Métodos a utilizar:**

Como métodos utilizados en la investigación están los de nivel teórico y empírico.

Dialéctico materialista (método general)

**Empíricos:**

Revisión de documentos.

Observación científica

Método estadístico

**Teóricos:**

Análisis y síntesis

Abstracto y concreto

Causa y efecto.

Histórico – lógico

Lo general y lo particular.

Inducción y deducción

Hipotético – deductivo

**Técnicas:**

La encuesta

Entrevista

## CAPÍTULO I: CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA DEL MERCADO NEGRO.

### 1.1. Conceptualización teórica del mercado

La presente investigación, tiene como guía la conceptualización teórica, metodológica e ideológica, expresada en primer lugar, en los Objetivos de trabajo del PCC aprobados en la Conferencia Nacional, donde se expresa a partir de los artículos 15, 47 y 63, donde se expresa: “Fomentar el ejercicio de la crítica y la autocrítica en el lugar adecuado, en forma correcta y oportuna”, “Promover la cultura económica” y “Continuar el desarrollo y utilización de la teoría marxista leninista”

En los Objetivos de trabajo del PCC, en su Introducción se expresa: “El Partido debe reforzar y exigir el oportuno enfrentamiento a las causas y condiciones que propician manifestaciones de indisciplinas sociales, burocratismo, paternalismo, negligencia, nepotismo y doble moral, así como la mentira y acomodamiento. De igual forma, trabajará en la lucha contra las ilegalidades, la corrupción y otros delitos, que socavan las bases de nuestra sociedad” en el artículo Objetivo No. 9. Fortalecer e incrementar en las estructuras del Partido y demás organizaciones e instituciones, las acciones dirigidas a prevenir y enfrentar las manifestaciones de indisciplina social, ilegalidades, corrupción, delitos y otras conductas negativas.

La presente investigación tiene como base la implementación de Los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021, referidos a la planificación, regulación, diversificación del mercado interno y enfrentamiento a las ilegalidades, fuente del mercado negro. Referencia a los lineamientos (2, 9 20, 34, 55, 65, 67, 73, 154, 156, 170, 171, 174, 177, 179, 185, 186, 209, 210, 213, 246 254,271)

En el Plan Nacional de desarrollo económico y social hasta 2030: propuesta de visión de la nación, ejes y sectores económicos estratégicos, se relacionan los principios rectores, con el propósito de consolidar una nación soberana, independiente, socialista, democrática, próspera y sostenible. La investigación se relaciona con los principios 3, 5 y 18. Se establecen seis ejes estratégicos, íntimamente imbricados y sistémicamente diseñados, que deben articular la propuesta de desarrollo económico y social hasta 2030 y contribuir desde su área de influencia a la consecución de ese propósito a largo plazo. A partir de ellos se definen objetivos generales y específicos. La investigación se

relaciona con el eje número 1 “El gobierno eficaz y socialista e integración social, y en particular con su artículo 54. “Se trata de fortalecer la capacidad del Estado de influir de manera decisiva y de esta forma conducir la orientación del desarrollo, la asignación de los recursos y el cumplimiento de las funciones de regulación, gestión y control, sintetizando de manera efectiva las posibilidades que brinda la opción socialista de construir el futuro a partir de la propiedad social sobre los medios fundamentales de producción, la participación efectiva de todos los actores sociales y contar con la planificación centralizada y participativa como componente principal del sistema de dirección económica y social” y en su artículo 63, objetivo específico 3, donde se expresa “Fortalecer el sistema de control inter-no y externo, así como el control social, la prevención y el enfrentamiento a la corrupción, el delito, las indisciplinas sociales y administrativas, el acceso a la información de la administración pública, con el propósito de garantizar la rendición de cuentas y la calidad y eficacia de las políticas públicas”

Las ilegalidades son el sustento del mercado negro, y hoy en día ningún país esta excepto de su presencia desagradable, en unos países más desarrollados que otros. Aunque se extiende a toda la Isla de Cuba, se selecciona para la investigación como referencia, la actividad del comercio interno liberado en el municipio cabecera de la Provincia de Holguín.

Se selecciona para la investigación la actividad de los mercados ideales del municipio de Holguín, porque se caracterizan por ofertar productos no regulados y diversificados al consumidor.

El Tema seleccionado para esta investigación: **“El mercado negro en la actividad del mercado ideal en el municipio de Holguín”**

Los **mercados** son los consumidores reales y potenciales del producto, son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores. Mercado en economía, es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio formal y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. Es también, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes y

demandantes de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

Carlos Marx, al analizar el nacimiento del mercado reflexiona:

“El intercambio de mercancías comienza allí donde termina la comunidad, allí donde ésta entra en contacto con otras comunidades o con los miembros de otras comunidades. Y, tan pronto como las cosas adquieren carácter de mercancías en las relaciones de la comunidad con el exterior, este carácter se adhiere a ellas también, de rechazo, en la vida interior de la comunidad. Por el momento, la proporción cuantitativa en que se cambian es algo absolutamente fortuito. Lo que las hace susceptibles de ser cambiadas es el acto de voluntad por el que sus poseedores deciden enajenarlas mutuamente. No obstante, la necesidad de objetos útiles ajenos va arraigando, poco a poco. A fuerza de repetirse constantemente, el intercambio se convierte en un proceso social periódico. A partir de un determinado momento, es obligado producir, por lo menos, una parte de los productos del trabajo con la intención de servirse de ellos para el cambio. A partir de este momento, se consolida la separación entre la utilidad de los objetos para las necesidades directas de quien los produce y su utilidad para ser cambiados por otros. Su valor de uso se divorcia de su valor de cambio. Esto, de una parte. De otra, nos encontramos con que es su propia producción la que determina la proporción cuantitativa en que se cambian. La costumbre se encarga de plasmarlos como magnitudes de valor” (Carlos Marx.p.88.digital)

El mercado existió en los pueblos y tribus más antigua que poblaron la tierra, y a medida que fue evolucionando, dicha organización desarrolló el comercio, el instinto de conservación, y subsistencia del hombre que procura satisfacer sus necesidades más elementales, luego las secundarias y posteriormente las superfluas. El origen del mercado se remonta a la época en que primitivo llegó a darse cuenta que podía poseer cosas que él no producía, efectuando el cambio o trueque con otros pueblos o tribus, esto ocurrió cuando alguien recolectó más de lo que podía comer o utilizar, desde allí, empezaron a presentarse excedentes de producción en muchos grupos familiares. Esta situación generó la costumbre de intercambiar productos entre diferentes grupos: el trueque, una práctica que existe desde el hace aproximadamente 10.000 años con la aparición de la sociedad agricultora-ganadera. En las

sociedades primitivas la economía pasó a ser productiva, por la aparición de la agricultura y la ganadería, y ello dio lugar al excedente de bienes que no necesitan consumirse. Con el excedente, un grupo de personas no necesitan trabajar en la agricultura y la ganadería, y pueden dedicarse a producir otros productos, como la de intercambiarlos con el agricultor o ganadero por el excedente. La aparición del trueque trajo como consecuencia la propiedad privada y el concepto de riqueza. La cantidad de producción sobrante es el inicio de la riqueza: cuanto más excedente, más riqueza. Pero el excedente sólo tiene consecuencias cuando se consolida gracias a la aplicación del riesgo o el abonado, y permite la división social del trabajo.

Aparece inicialmente realizado en proporciones casuales, y su repetición termina estableciendo términos de intercambio en ciertas cantidades o precios relativos. El acto se completa mediante la entrega, simultánea o en momentos acordados, de un bien o servicio y la recepción del otro, en cantidades también acordadas. Pero este tipo de intercambio limita los alcances de la circulación (requiere, por ejemplo, que se reconozcan y encuentren en un mismo momento o plazo y lugar dos partes que poseen los bienes o capacidades mutuamente deseados).

A causa de esta limitación surgió la necesidad de establecer una mercancía intermediaria que fuera generalmente aceptada, de forma que el cambio de mercancías se pudiera realizar de manera directa, aparece entonces el dinero.

“Esta forma de equivalente general nace y desaparece con el contacto social momentáneo que la engendró. Encarna en ésta o la otra mercancía, de un modo pasajero y fugaz. Pero, al desarrollarse el cambio de mercancías, se incorpora con carácter exclusivo y firme a determinadas clases de mercancías o cristaliza en la forma dinero” (Carlos Marx. Tomo I.p.88.digital)

Tras su aparición, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las monedas nacionales e internacionales. Las primeras formas de dinero que se dieron en la historia fueron muy diversas, desde granos de cacao, vino o la sal, posteriormente se comenzaron a utilizar materiales preciosos, que eran escasos, atractivos como adornos y fáciles de intercambiar y de transportar. En un principio se utilizaron piezas de esos metales preciosos que había que pesar en cada transacción. Posteriormente se crearon las monedas, cuyo valor nominal, garantizado por el sello del

gobernante, dependía del peso del metal, es decir, del valor intrínseco de la moneda. Poco a poco se llegó a la moneda fiduciaria que es aquella cuyo valor intrínseco es inferior al valor nominal o facial y de estas al dinero papel, originado en la actividad de los orfebres durante la Edad Media. Estos artesanos disponían de cajas de seguridad en las que guardaban sus existencias. El orfebre simplemente extendía un recibo prometiendo devolver al depositante sus pertenencias a su requerimiento. Con el transcurso del tiempo, estos recibos fueron emitiéndose al portador y las compras y ventas fueron saldándose mediante la simple entrega de un papel que certificaba la deuda privada, reconocida por un orfebre, prometiendo éste entregar al portador una cantidad determinada de oro cuando así lo solicitara. Este dinero papel era plenamente convertible en oro. Posteriormente, los orfebres comenzaron a reconocer deudas emitiendo dinero papel, teóricamente convertible en oro, por un valor superior al oro que realmente poseían. Así nace el papel moneda que se emitía una cantidad equivalente al oro que poseía cada país, sin embargo, el presidente de turno en el año 1971 de EE.UU Richard Nixon, abolió por decreto presidencial la relación de paridad del dólar con el oro y así quedó abolida en todos los países del mundo, cuya moneda nacional quedó a merced del crecimiento su PIB.

Aquel dinero papel, se denomina papel moneda, en sus inicios como signo de valor y representante del oro como dinero en la circulación, pero carente de valor) es el documento al portador emitido por un , generalmente el banco nacional o central de cada país, y que circula como medio legal de pago. Es, por lo tanto, un tipo de ; sin embargo, en el lenguaje cotidiano, se suele reservar el nombre de para las piezas de metal y el de para las de .

El dinero no tiene hoy en día ningún respaldo en términos de metales preciosos, sino que su valor descansa en el crecimiento económico del Producto Interno Bruto de cada país, aquí se une la parte subjetiva del hombre, su confianza de que será aceptado como medio de pago por los demás. Si esta confianza desapareciese, el billete sería inservible.

Luego de analizada la historia del mercado, se pueden hacer dos reflexiones que provienen de la visión de la teoría económica sobre el mercado y la competencia que lo ha acompañado en su existencia.

### **Mercado de libre competencia**



Después de las reflexiones de Marx, a finales del siglo XIX y principios de XX, se destacaron economistas marginalistas, cuyas teorías fueron elaboradas utilizando ante todo los métodos matemáticos que los llevaron a reflexiones pragmáticas y la ausencia ante todo de la relación causa y efecto, contenido y forma y esencia y fenómeno, es decir, del uso del método dialéctico materialista aportado por Marx, lo que provoca que sus reflexiones se quedaron en el nivel de las formas, sin descubrir su esencia.

Sus reflexiones abarcan los momentos iniciales del intercambio y en la medida, que este se desarrollaba, nació la idea de la existencia de una libre competencia, donde los productores se daban a conocer en el mercado a través de las ventas de sus productos, pero el nacimiento del sistema capitalista desde las propias entrañas del feudalismo, dio por terminada la libre competencia para iniciar una vida económica nueva, donde la competencia se presenta como una guerra económica entre capitalistas propietarios, entre pequeñas y medianas empresas que dieron lugar a grandes inversiones de capital entre asociaciones económicas conocidas como sociedades anónimas, producto a una concentración y centralización de la producción y el capital, teniendo como palancas a la competencia y el crédito.

La teoría económica evolucionó después de Carlos Marx y no identificándose con las reflexiones marxistas relacionadas con el mercado y la competencia, le imprimen otros enfoques, nacen nuevas categorías económicas como: competencia perfecta e imperfecta, oligopolio, monopolio, monopsonios y los oligopsonios.

Al mercado de libre competencia, lo consideran como un concepto clásico de un tipo de mercado, en el cual es tal la cantidad de agentes económicos interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que ninguno de ellos es capaz de modificar el precio (competencia perfecta), será distinta de la que se genera en un mercado donde concurren un número reducido de vendedores (oligopolio). Como caso extremo, donde la competencia es inexistente, se destaca aquel en el que el mercado es controlado por un solo productor (monopolio). En cualquiera de estas situaciones cabe que los productores compartan el mercado con gran cantidad de compradores, con pocos o con uno solo.



Atendiendo al número de personas que participan en el mercado o nivel de competencia, se pueden clasificar en:

- Mercados de competencia perfecta
- Mercados de competencia imperfecta

Los mercados eficientes o de competencia perfecta son aquellos en los que se asume que existen tantos vendedores como compradores de un mismo bien o servicio que ninguno de ellos, actuando independientemente, puede influir sobre la determinación del precio y que éste a su vez, está dado y es fijado por las mismas fuerzas del mercado. Un mercado de competencia perfecta es aquel en el que existen muchos compradores y muchos vendedores, de forma que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio.

En un mercado libre de restricciones donde la oferta y la demanda de los diferentes bienes determinan un precio de equilibrio para cada bien, y a dicho precio las empresas deciden libremente que cantidad producir. Por consiguiente, el mercado determina el precio y cada empresa acepta este precio como un dato fijo sobre el que no puede influir. Cuando la demanda de un producto no afecte significativamente a posibles productos complementarios o suplementarios, podrá definirse la curva de demanda y determinar el precio de equilibrio para un mercado de un sólo bien. A partir del precio de equilibrio cada empresa individual producirá la cantidad que le indique su curva de oferta para ese precio concreto. La curva de oferta de cada empresa está condicionada por su costo de producción. Al precio que se determine en el equilibrio de un mercado competitivo las empresas no tendrán, en general, los mismos beneficios. Esto se deberá a que, si bien suponemos que todas las empresas conocen la misma tecnología a corto plazo, las instalaciones fijas de cada empresa serán diferentes, de forma que los costos y beneficios serán distintos.

### **Mercados de competencia imperfecta:**

Los mercados de competencia imperfecta son aquellos en los que los bienes y productores son lo suficientemente grandes como para tener un efecto notable sobre el precio. Existen varios modelos de este tipo de mercado entre ellos el mercado monopolístico y los diversos modelos oligopolísticos. También existen mercados donde un comprador tiene suficiente cuota de mercado para influir en el precio ese tipo de mercados, un ejemplo de ese tipo de mercados son los

monopsonios y los oligopsonios. La diferencia fundamental con los mercados de competencia perfecta reside en la capacidad que tienen las empresas oferentes de controlar el precio. En estos mercados, el precio no se acepta como un dato ajeno, sino que los oferentes intervienen activamente en su determinación. En general, puede afirmarse que cuanto más elevado resulte el número de participantes, más competitivo será el mercado.

Ya en sus reflexiones Marx alertaba con los análisis hechos por los defensores del capitalismo, quienes trataban de esconder la realidad a través de análisis banales y superficiales como los de la competencia perfecta e imperfecta:

“Por consiguiente, en el mundo de la competencia todo aparece invertido. La forma exterior de las relaciones económicas, tal como se presenta en la superficie de los fenómenos, en su existencia real y también, por tanto, en las ideas con que los representantes y los agentes de estas relaciones pretenden ver claro en ellas, difiere mucho y es, en realidad, lo inverso, lo contrario a su estructura interna esencial aunque oculta, y al concepto que a ella corresponde” (Carlos Marx. TIII. p.220.Digital)

“por igual entre los diversos capitales individuales, sino que se decide en una lucha de competencia, en la cual, según las especiales ventajas o las posiciones ya adquiridas, las pérdidas se reparten de un modo muy desigual y en forma muy distinta, haciendo que unos capitales se paralicen, que otros se destruyan, que otros experimenten una pérdida simplemente relativa o una depreciación puramente transitoria, etcétera” (Carlos Marx. Tomo III.p.88.Digital)

### **Denominaciones,**

Por ámbito geográfico:

- Mercado internacional: es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
- Mercado nacional o mercado interior : es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
- Mercado regional: es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.

- Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo: es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.
- Mercado metropolitano: se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
- Mercado local: es el que se desarrolla en las tiendas establecidas o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

Por su naturaleza:

- Mercado Financiero: es un mecanismo que permite a los agentes económicos el intercambio de activos financieros. En general, cualquier mercado de materias primas podría ser considerado como un mercado financiero si el propósito del comprador no es el consumo inmediato del producto, sino el retraso del consumo en el tiempo.
- Mercado de Bonos: es un mercado financiero donde los participantes compran y venden títulos de deuda, usualmente en la forma de bonos
- Mercado de Capitales: son un tipo de mercado financiero en los que se ofrecen y demandan fondos o medios de financiación a mediano y largo plazos. Frente a ellos, los mercados monetarios son los que ofrecen y demandan fondos (liquidez) a corto plazo.
- Mercado de Valores: son un tipo de mercado de capitales en el que se negocia la renta variable y la renta fija de una forma estructurada, a través de la compraventa de valores negociables. Permite la canalización de capital a medio y largo plazo de los inversores a los usuarios.
- Mercado Primario: es el mercado de emisión es aquel en el que se emiten valores negociables y en el que por tanto se transmiten los títulos por primera vez. Los mercados primarios son aquellos en los que los activos financieros intercambiados son de nueva creación, los oferentes de títulos en el mercado son las entidades necesitadas de recursos financieros y que acuden a este mercado a emitir sus títulos, por el lado de los demandantes se encuentran los inversores, que con excedentes de recursos financieros acuden a estos mercados a adquirir títulos. Los títulos son emitidos en el mercado primario que sirve para la captación de ahorro y que supone por tanto la captación de nueva financiación y

posteriormente los valores ya adquiridos se negocian en el mercado secundario que vendría a ser un mercado de segunda mano o de reventa. Un ejemplo de mercado primario es una ampliación de capital de una empresa que emite acciones por un determinado valor. Posteriormente estas acciones podrán ser transmitidas en Bolsa que constituye por tanto un mercado secundario.

**Mercado Secundario:** es una parte del mercado financiero de capitales dedicado a la compraventa de valores que ya han sido emitidos en una primera oferta pública o privada, en el denominado mercado primario. Las bolsas de valores son la parte más importante y mejor organizada de los mercados secundarios.

## **1.2. Mercado ideal**

La puesta en funcionamiento de este tipo de locales forma parte de un plan que se lleva a cabo en la capital con el objetivo fundamental de revitalizar los grandes mercados tradicionales.

Hace muchos años, el economista Adam Smith describió el concepto de Mercado "Ideal" en su libro "La riqueza de las naciones", en 1776 y teorizó que: si cada comprador conociera el precio de cada vendedor, podría tomar mejores decisiones, por estar plenamente informado. Hasta la fecha ha sido imposible alcanzar el "ideal" de Smith, porque muy pocos compradores tienen el tiempo y la paciencia de sondear a todos los proveedores potenciales, que pueden suministrar sus requerimientos, por lo tedioso que resulta tener que buscar y contactar a tantos proveedores uno por uno y por lo tanto, se conforman con 2 o 3 cotizaciones de proveedores locales únicamente.

A nivel mundial el mercado ideal no es más que una plataforma de negocios virtual, donde clientes y proveedores pueden comprar y vender todo tipo de insumos, productos y refacciones por internet, en todo el mundo, ofrece la posibilidad de acceder a la mayor variedad de productos y refacciones para la industria desde un mismo sitio web. El sitio cuenta con millones de productos listados, de todas las marcas que existen en el mundo y toda una serie de herramientas, como catálogos, manuales de usuarios y referencias cruzadas, para facilitar el comercio electrónico entre profesionales y empresas en todo el mundo.

**Por su actividad comercial existe:**

- **El comercio mayorista:** el mayorista o distribuidor mayorista es un componente de la , en que la no se pone en contacto directo con los o usuarios finales de sus productos, sino que entrega esta tarea a un especialista. El mayorista es un intermediario entre fabricante (o productor) y usuario final que:
  - **compra** a un productor (independiente o asociado en ), a un fabricante, a otro mayorista o intermediario, y
  - **vende** a un fabricante, otro mayorista, un , pero nunca al consumidor o usuario final.

En el caso de productos agrícolas, compran a pequeños agricultores, agrupan la producción, la clasifican, envasan, etiquetan... Las empresas mayoristas están perdiendo protagonismo a favor de las grandes empresas de distribución o de asociaciones de minoristas, que están asumiendo funciones propias de los mayoristas.

En empresas pequeñas de reciente iniciación, la asociación a un gran distribuidor puede resultar útil, pues puede beneficiarse de la imagen de ser cliente de un distribuidor de prestigio y puede lograr rápidamente una gran cartera de clientes.

La principal desventaja de los mayoristas es que agregan costes al producto y que disminuyen la de los productos que comercializan. Los mayoristas exigen que se añaden a los concedidos a los detallistas; aunque estos márgenes constituyen en definitiva su recompensa por los servicios que prestan.

Además los distribuidores pueden llegar a tener un gran poder de negociación frente a las empresas fabricantes cuyos productos distribuyen, porque suponen un gran volumen de la venta total de la empresa fabricante. Tiene también el efecto negativo de concentrar la , por lo que la pérdida del distribuidor o su insolvencia ponen en peligro el volumen de ventas e ingresos totales de la empresa fabricante.

Sin embargo, los mayoristas son eslabones básicos del canal de distribución para consolidar la distribución de productos o servicios, al aumentar considerablemente la capilaridad de un canal de distribución y su madurez.

- **El comercio minorista:** El distribuidor minorista, minorista o detallista es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende

productos al . Son el último eslabón del , el que está en contacto con el mercado. El minorista compra productos en grandes cantidades a fabricantes o , bien directamente o a través de un . Sin embargo, vende unidades individuales o pequeñas cantidades al público en general, normalmente, en un espacio físico llamado , según el **sistema de venta** también se les llama detallistas. Los responsables de marketing comprenden el comercio minorista dentro de su estrategia global de distribución. Las tiendas pueden estar en zonas residenciales, zonas comerciales o también integradas en centros comerciales.

Se puede definir como aquel comercio que está ubicado en la penúltima fase de la cadena de comercialización, que transfiere bienes o preste servicios a consumidores finales ubicados en la última fase de dicha cadena, sean éstos contribuyentes ordinarios o no del impuesto tipo al valor agregado. Las transferencias sólo se referirán a productos terminados y no a materias primas o insumos para su elaboración.

Constituye el comercio tradicional, que se caracteriza por tres elementos: mostrador, vendedor y almacén. Entre el comprador y la mercancía que se desea adquirir existe un mostrador; así, la mercancía no está al alcance del comprador. Hay un vendedor que muestra los productos, los pone a disposición del comprador y explica (vende o argumenta) las características o puntos fuertes de la mercancía. El comprador conoce el artículo a través del vendedor. Además, existe un almacén, separado del espacio dedicado a la venta, donde se guarda y oculta la mercancía; el comprador no sabe si un determinado artículo está disponible o agotado. Son las pequeñas papelerías, etc.

### **1.3. El Mercado desde el Marketing:**

Desde el punto de vista del marketing, el mercado está formado:

- Por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto.
- El proceso de medición como aspecto fundamental en la investigación de mercados. La medición de los fenómenos de mercado es esencial para el proceso de suministrar información significativa para la toma de decisiones. Los aspectos que son medidos comúnmente son: el potencial del mercado para un nuevo producto, los compradores de grupos según las características demográficas o pictográficas, las



actitudes, percepciones o preferencias de los compradores hacia una nueva marca, o determinar la efectividad de una nueva campaña publicitaria. Para muchos proyectos de investigación, el error de medición puede ser considerablemente mayor que el error muestral. El hecho de tener una comprensión clara del problema de medición y la forma de controlar este error es un aspecto importante en el diseño de un proyecto eficaz de investigación de mercados. La tarea de seleccionar y diseñar las técnicas de medición es responsabilidad del especialista de investigación. Sin embargo, con frecuencia la persona que toma decisiones debe aprobar las técnicas de medición recomendadas y necesita estar segura de que estas técnicas sean eficaces en el control del error de medición. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta. Todos los integrantes del mercado deberían reunir tres características: deseo, renta y posibilidad de acceder al producto.

#### **Precios y mercados:**

En un mercado cualquiera, el precio es la expresión monetaria del valor de la mercancía y puede estudiarse desde dos perspectivas. La del comprador, que lo utiliza como una referencia de utilidad potencial, y la del vendedor, para él o la cual significa primero una guía de los posibles ingresos de sus actividades y, segundo, el mecanismo por el que convierte las mismas en beneficios. Desde este punto de vista hay varios conceptos que conviene mantener presentes: precio de oferta, o precio al que el vendedor ofrece su mercadería, precio de demanda es el que un vendedor está dispuesto a comprar. Precio de mercado o precios observados son los precios a los cuales ocurrieron compraventas reales.

En una situación teórica —de mercado libre— el precio se fijaría mediante la ley de la oferta y la demanda. En el caso de un monopolio el precio es en cada ocasión el más alto que se puede exprimir de los compradores, o el que, se supone, van a consentir dar.

En una situación real de los precios se determinan a través de otros mecanismos, tales como la maximización del (ver también ; oligopsonios, etc.)

#### **1.4. El mercado gris**

Es un término proveniente del idioma que se refiere al flujo de que se realizan a través de los diferentes a los autorizados por el fabricante o el productor. A diferencia del , las mercancías 'grises' no se consideran ilegales, pero rozan la ilegalidad. A cambio, están siendo vendidas fuera de los canales de distribución de las compañías y pueden no tener ninguna relación comercial con el productor de las mercancías. Esto ocurre con frecuencia cuando el de un artículo es perceptiblemente más alto en un país que en otro; esta situación ocurre comúnmente con los o equipos electrónicos tales como . Los empresarios compran el producto donde está disponible a mejor precio, a menudo en la venta al por menor pero a veces también en el canal , la importan legalmente al mercado objetivo y la venden a un precio por debajo del precio de la marca. La importación de ciertos artículos legalmente restringidos tales como o sería categorizada como mercado negro, al igual que pasar de mercancías al país objetivo para evitar el pago de . Un concepto relacionado es el bootlegging, que implica normalmente la fabricación o distribución de mercancías falsificadas pero también describe la distribución ilegal de las mercancías muy reguladas, especialmente . El fabricante rechazará generalmente respetar la de un artículo comprado de fuentes grises del mercado. Esto es particularmente evidente en mercancías electrónicas. Los fabricantes pueden dar diferentes números de modelo en diversos países aunque las funciones de la máquina en particular sean idénticas. Cuando un fabricante identifica un producto en concreto como no destinado para ese país particular, el comprador puede entonces buscar solamente el servicio de garantía de la filial del fabricante en el país previsto de importación, no en el tercer país en donde las mercancías grises son vendidas en última instancia por el distribuidor o .

El mercado gris de bebidas alcohólicas:

El mercado gris del prospera, particularmente con la caja de . Muchos grandes productores de cava hacen su propia importación y desean establecer precios independientes en diversos mercados. Así una botella de Champán puede costar 35 dólares en los mientras que la misma botella pudo costar solamente 20 Euros en , para los propósitos de la comercialización. Es a menudo provechoso comprar el vino en , típicamente de un distribuidor autorizado, y revenderlo en los E.E.U.U. En el caso de la enorme disparidad de precios, no



es infrecuente encontrar un vino de mercado gris en la venta al por menor por menos precio que al por mayor del distribuidor autorizado. En el caso de una disparidad grande de la disponibilidad entre los Estados Unidos y Europa, el precio de mercado gris puede ser igual o más alto que el precio autorizado. El importador de un vino es típicamente quien más se preocupa de las fuentes grises del mercado. El fabricante de vino puede o puede no cuidar qué sucede al vino después de que se venda, aunque puede ser quien se queje para apaciguar a un importador.

El mercado gris de medicamentos:

Al estar fuertemente intervenido el mercado de los medicamentos en España, se genera un tremendo diferencial (llega al 1000% con Finlandia) con el resto de países de la Unión Europea, con quien compartimos las mismas marcas y con los cuales hay libertad de tránsito de mercancías. Ello hace que los distribuidores multinacionales de medicamentos que operan en España compren aquí los productos farmacéuticos y los vendan en cualquiera de los otros países en los que operan, obteniendo un margen de beneficio muy superior al que obtendrían si la compra y la venta se realizase dentro del mismo estado. Para minimizar el impacto que en la cuenta de resultados les produce a los fabricantes, éstos limitan el número de unidades de sus fármacos producidos en España; si de una marca de insulina se consumen al año en España 600.000 envases, una vez fabricado ese número ya no se fabrican más. Si el distribuidor mayorista desvía parte de esas unidades a otro estado, cosa completamente legal, se produce una situación de desabastecimiento en España que aboca a los pacientes a no encontrar su medicación en el tiempo y forma que ellos necesitan. Esto no se palia por la venta de fármacos por Internet por dos motivos; el primero y más importante es que el porcentaje de medicamentos falsificados de entre los que se venden por Internet alcanza casi el 70%, y en segundo lugar es que los fármacos de fuera de nuestras fronteras son siempre más caros que en España.

Una parte fundamental del mercado son **los precios**, pues el costo de un producto o un servicio pueden llevar a un mercado a la gloria, o a la banca rota. Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera. A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en los precios son

generalmente referidos o medidos en . Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por él , que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

En el desarrollo de la economía ha habido debate prolongado acerca de la relación entre el precio y el . Originalmente, la consideraba que el precio dependía directamente del valor, entendido como la cantidad de encapsulada en la producción de una mercancía dada. Posteriormente, a partir del trabajo de los , se llegó a concebir que el precio dependa de la que cada individuo asigna al bien o servicio en cuestión. Una opinión que está llegando a ser de creciente influencia, a partir del trabajo de (Importante inglés y fundador de la escuela a), es que el precio se determina en relación a un paquete de productos o mercaderías básicas o numerario (incluyendo el trabajo) que son fundamentales para la producción de los bienes de todo tipo. Dado que la relación entre valor (entendido como la cantidad de esas mercaderías básicas utilizadas en la producción) y precios constituyen la base de la ganancia, analizar la relación que se da entre el valor y el precio permite identificar la estrategia de precio que a largo plazo puede resultar exitosa para una compañía .A lo largo del tiempo los precios pueden crecer ( ) o decrecer ( ). Estas variaciones se determinan mediante el cálculo del , existiendo varios como el denominado (IPC), el Índice de Precios Industriales (IPI), etc.

### 1.5. Mercado negro

Una vez citado todos los conceptos que llevan al mercado a su existencia y que están estrechamente relacionados con el mismo, podemos hacer alusión al surgimiento, manifestación y presencia del **mercado negro** en muchas de las aristas de la sociedad. Así como su impacto negativo para cualquier economía a nivel global.

Mercado Negro: término utilizado para describir la venta clandestina e ilegal de bienes, productos o servicios, violando la fijación de precios o el racionamiento impuesto por el gobierno o las empresas.

El comercio ilegal de artículos de moda, armas, medicamentos, personas, drogas, falsificación de moneda y el propio dinero están cambiando el mundo. Los gobiernos intentan pararlo pero con las fortunas que mueve se convierte en

algo imposible. Hay redes ocultas por todo el mundo realizando falsificaciones. El mercado negro está en auge en la economía mundial.

Algunos expertos estiman que hasta un 10% del mercado mundial es ilegal y junto a este se asocia una ola de delincuencia global. Desde la década de los 90 el mercado negro ha estado creciendo siete veces más rápido que el comercio legal. El mercado negro está produciendo graves consecuencias en la política y la economía: lavado de dinero, corrupción masiva y la subversión de gobiernos enteros, está determinando las relaciones económicas, las fronteras y el papel de los trabajadores, los ejércitos y los gobiernos. La primera señal inequívoca en todo el mundo de esta transformación se produjo el 11 de septiembre de 2001. Los políticos dirían posteriormente que aquel día «el mundo cambió». Resultaría más adecuado decir que aquel día se reveló algo sobre el mundo: como mínimo, el increíble poder que hoy reside en las manos de una clase de entidad internacional completamente nueva, intrínsecamente apátrida y profundamente escurridiza. Se muestra el aumento de actividades terroristas con el uso de material bélico de tecnología de avanzada, solo producido por empresas privadas y por encargos de gobiernos determinados. Equipo bélico que se adquiere sólo a través del mercado negro. En el actual mercado global se pone a la venta prácticamente cualquier cosa que tenga algún valor, incluyendo drogas ilegales, especies protegidas, seres humanos para la esclavitud sexual y la explotación laboral, cadáveres y órganos vivos para trasplantes, ametralladoras y lanzacohetes, y centrifugadoras y precursores químicos utilizados en la fabricación de armas nucleares. No es que los canales de comercialización y distribución que transportan todo este contrabando —y los circuitos financieros que mueven los cientos de miles de millones de dólares que genera cada año— estén precisamente ocultos. Algunos de los mercados donde se lleva a cabo se pueden localizar en guías turísticas de las grandes ciudades del mundo: el Mercado de la Seda en Pekín, la calle Charolen Krung en Bangkok o Canal Street en Nueva York. Otros, como la ciudad-bazar de armas y drogas de Darra Adam Khel, en el noroeste de Pakistán, o el centro de tráfico multiproducto y blanqueo de dinero de Ciudad del Este, en Paraguay, que abastece a los mercados argentino y brasileño, no son precisamente lugares de recreo, aunque no por ello resultan menos conocidos.



Las gafas de sol, los relojes y joyas que compramos en el mercado ilegal son falsificaciones, pero también hay fármacos, pasta de dientes, alimentos que pueden ser muy perjudiciales para la salud. En el mercado negro hay otros artículos ilegales como puede ser un riñón, drogas, o el banquero que blanquea dinero para los clientes multimillonarios o políticos extranjeros. En la actualidad, las consecuencias negativas del mercado negro están en todas partes. La aparición de Internet no solo ha potenciado la rapidez y la eficacia de todo este comercio, sino que ha multiplicado sus posibilidades, por ejemplo, al albergar mercados online de prostitutas de Moldavia y Ucrania destinados a Gran Bretaña, Francia, Alemania, Japón y Estados Unidos. Quienes se benefician del comercio ilícito no siempre tienen cuidado de ocultarse en la sombra. Muchos ejercen su tráfico abiertamente, desafiando a las autoridades a tomar medidas enérgicas contra ellos o invitándolas a la complicidad. En Tailandia, por ejemplo, el dueño de varias salas de masajes se presentó a unas elecciones locales en 2003 con una campaña basada en las críticas a la policía; en realidad, pretendía defender sus propios intereses en el tráfico de seres humanos explotando el descontento generalizado de la opinión pública.

### **Tres ideas falsas sobre el mercado negro:**

En el libro de Moisés Naím, escritor y columnista , radicado actualmente en los EE.UU, publicó su libro titulado "Ilícito", una de las pocas referencias que hay sobre el mercado negro en general, explica que pese a todas las evidencias, hay al menos tres grandes ideas falsas que persisten en el modo en que se conciben, aceptan y abordan (tanto la opinión pública, los empresarios como los políticos) la cuestión del comercio ilícito global.

**-La primera** es la ilusión de que no hay nada nuevo. El comercio ilícito representa una antigua y permanente faceta y un inevitable efecto secundario de las economías de mercado o del comercio en general. Su precursor, el contrabando, se remonta a tiempos antiguos, y en todas las grandes ciudades existen «mercados de ladrones». Así los escépticos proponen que, dado que el contrabando ha sido siempre más una molestia que un verdadero azote, se trata de una amenaza con la que podemos aprender a convivir, como siempre se ha hecho. Pero este escepticismo ignora las importantes transformaciones que tuvieron lugar en la década de 1990: cambios en la vida política y económica han debilitado las barreras que tradicionalmente utilizaban los

gobiernos para sellar las fronteras nacionales. Al mismo tiempo, las reformas para promover la economía de mercado que se popularizaron en todo el mundo durante esa década también aumentaron las posibilidades y los incentivos para los traficantes.

La tecnología amplió el mercado, no solo en términos geográficos al abaratar los costes de transporte, sino también por el hecho de hacer posible el comercio en toda una gama de productos que antes no existían, como el software pirateado o la marihuana genéticamente modificada. Las nuevas tecnologías posibilitan asimismo el comercio internacional de productos que en el pasado resultaban difíciles o imposibles de transportar o de «inventariar», como, por ejemplo, riñones humanos. Obviamente, los mercados también se ampliaron cuando los diversos gobiernos liberalizaron economías previamente cerradas o estrictamente controladas, permitiendo a los extranjeros viajar, comerciar e invertir con mayor libertad. Un indicio de la explosión del comercio ilícito se encuentra en el constante auge del blanqueo de dinero. Con el tiempo, todo negocio ilícito genera un dinero que debe blanquearse y existen amplias evidencias de que, pese a todas las precauciones y medidas legales y en vigor, actualmente hay más dinero negro flotando en el sistema financiero internacional que nunca. Sin embargo, hasta hoy, con la excepción de las drogas, el comercio ilícito sencillamente no ha sido una prioridad en el derecho ni en la firma de tratados internacionales, como tampoco en la labor policial internacional ni en la cooperación entre las diversas fuerzas del orden. La ONU no diseñó un lenguaje común para describir este fenómeno hasta el año 2000, y la mayoría de los países tienen que recorrer aún un largo camino para adaptar sus leyes a las normativas internacionales, y no digamos para aplicarlas. Hizo falta la aparición de la piratería informática y el nacimiento de los «delitos contra la propiedad intelectual» para añadir nuevos estímulos en la lucha contra la falsificación.

**-La segunda** idea falsa es que el comercio ilícito no es más que delincuencia. Es cierto que en la década de 1990 las actividades delictivas aumentaron y se globalizaron. Pero pensar en el comercio ilícito internacional como una manifestación más de un comportamiento delictivo equivale a ignorar un hecho mayor y más importante: las actividades delictivas globales están transformando el sistema internacional, invirtiendo las reglas, creando nuevos

agentes y reconfigurando el poder en la política y la economía internacionales. Durante todo el siglo xx, y en la medida en que los gobiernos prestaron atención al comercio ilícito, lo etiquetaron —para su opinión pública y para sí mismos— como la obra de organizaciones criminales. Conscientemente o no, los investigadores de todo el mundo tomaron el modelo de la mafia siciliana y estadounidense como punto de partida. Partiendo de esa concepción, la búsqueda de traficantes —casi siempre de drogas— conducía a lo que los investigadores consideraban que solo podían ser organizaciones pseudoempresariales: estructuradas, disciplinadas y jerárquicas. Los cárteles colombianos, los tongos chinos, las triadas de Hong Kong, las yakuza japonesas, y finalmente, a partir de 1989, la mafia rusa, se abordaron de ese modo: primero como organizaciones criminales, y solo más tarde como comerciantes. En la mayoría de los países, las leyes empleadas para perseguir a los comerciantes ilícitos siguen siendo las que surgieron en la lucha contra el crimen organizado, como es el caso, por ejemplo, de la Ley de Organizaciones Mafiosas y Corruptas (RICO) en Estados Unidos. El problema es que seguimos pensando en tales redes mayoritariamente en términos de terrorismo. Sin embargo, el afán de beneficios puede constituir un elemento motivador tan potente como Dios. Las redes de apátridas comerciantes en productos ilícitos están cambiando el mundo tanto como los terroristas, y probablemente incluso más. Pero este mundo, obsesionado con los terroristas, aún no se ha dado cuenta de ello.

**-La tercera** idea falsa es la concepción del comercio ilícito como un fenómeno «sumergido». El lenguaje que utilizamos para describir el comercio ilícito y para enmarcar nuestros esfuerzos por contenerlo traiciona el persistente poder de esta ilusión. Esto ocurre con la expresión mercado negro o la distinción supuestamente clara entre dinero negro y dinero blanco. Todo ello alude a la claridad, a la capacidad de trazar líneas económicas y morales, y patrullar unas fronteras que en la práctica se confunden.

Ésta es la más peligrosa de las tres ideas falsas, puesto que pisotea fundamentos morales y provoca engañosamente en los ciudadanos —y, por ende, en la opinión pública— un sentimiento de gran rectitud y falsa seguridad. Esto no tiene nada que ver con el relativismo moral. Un ladrón es un ladrón. Pero ¿cómo calificaríamos a una mujer que consigue proporcionar cierto

bienestar material a su necesitada familia en Albania o en Nigeria entrando en otro país ilegalmente y trabajando en la calle como prostituta o como vendedora ambulante de productos falsificados? No se trata solo de contradicciones exasperantes, de injustas muestras de doble moral o de interesantes paradojas. Se trata de claros indicios de que ciertos hábitos humanos han adquirido hoy nuevos matices.

Naím expone que los gobiernos no han mostrado toda la voluntad necesaria para evitar este avance del contrabando, y puso como ejemplos al principal jefe de inteligencia de los servicios de seguridad de Perú. Vladimiro Montesinos, quien a su vez resultó ser el jefe de una red internacional de traficantes. El tráfico ilícito no sólo abarca las administraciones públicas, sino que "las coloniza, las esclaviza, las manipula y las compra" configurando comercios a niveles tan altos que "es imposible que las administraciones no estén involucradas" cuando se compra un producto pirateado se está tocando la punta de un iceberg que tiene ramificaciones planetarias y que conforma una red de una gran sofisticación, pues en realidad se trata de "centenares de redes", especializadas cada una en una parte muy precisa del proceso de contrabando.

El primer paso para atajar este problema es, la toma de conciencia por parte de todos de que existe una amenaza tan importante o mayor que la del terrorismo" cualquier otra propuesta es posible que resulte inútil.

Uno de los más referenciados en este tema es Samuel Edward Konkin III (conocido como SEK3) teórico político, escritor estadounidense nacido el 8 de julio de 1937 y fallecido el 23 de febrero de 2005. Es autor de un libro, " (El Nuevo Manifiesto Libertario) y un proponente de la filosofía política que él denominó . El agorismo es una forma revolucionaria de actuar contra el Estado. .

El **agorismo** (en griego antiguo, ἀγορά (*ágora*, plaza de mercado abierto)) es una teoría política sobre cómo alcanzar una sociedad anarquista de mercado usando una estrategia revolucionaria llamada "contraeconomía" (uso del mercado negro para obtener una revolución pacífica) y una búsqueda de la superación del trabajo asalariado<sup>[3][4]</sup> a través del autoempleo. Esta teoría fue planteada por Samuel Edward Konkin III en su obra, *Manifiesto neoliberal*,<sup>[6]</sup> publicado en 1980. Anteriormente, la filosofía se presentó en la novela de ficción de J. Neil Schulman, *Alongside Night* de 1979, que se inspiró para



retratar las ideas de Konkin en la forma de ficción al estilo de la novela de Ayn Rand, *La rebelión de Atlas*.<sup>[7]</sup>

El agorismo defiende la consecución de una sociedad anarquista a través de la masificación de la economía informal: la “contraeconomía”. Esta masificación deberá conducir al desarrollo de un sector privado con la fuerza defensiva suficiente para protegerse del Estado y abolirlo. En general, los agoristas son abstencionistas y se oponen a las reformas políticas. En cambio, subrayan la importancia de estrategias alternativas a la política de partidos para lograr una sociedad libertaria. Tales estrategias alternativas consisten de una mezcla de educación y acción directa de tipo empresarial e informal.

Escribe SEK3

“Somos coercidos por nuestros coetáneos humanos. Ya que éstos tienen la capacidad para actuar de muchas otras formas, no es necesario padecer esta realidad. La coerción es inmoral, ineficiente, e innecesaria para llevar una vida satisfactoria. Aquéllos que deseen ser tan serviles como para que sus semejantes se aprovechen de ellos, son libres de elegir esta vía; este manifiesto va dirigido a los que adoptan otra actitud: **“la lucha”** (Samuel Edward Konkin III.1980.p8).

Es la interpretación que Samuel Edward Konkin III, dejó sembrada en la mente y acciones de aquellas personas que practican la ilegalidad en contra de las establecidas por el Estado, no importa la ideología que defiendan y si fueran sorprendidos por las autoridades públicas y son juzgados, su consejo es: “El principio fundamental de la Contraeconomía es canjear riesgo por beneficio”

En su libro, llama la atención sobre las acciones ilegales que se deben cumplir para desmantelar el proceso de organización, planificación y abastecimiento del Estado a los mercados, apropiándose del protagonismo como vendedores de todo aquello que necesite la sociedad para satisfacer sus necesidades y que aparezca un desabastecimiento y una escases organizada y por supuesto el Estado que aparezca ante la sociedad como el único culpable. A los protagonistas de este hecho ilícitos los llama libertarios o luchadores y a la actitud que asumen al cometer el delito, les llama “lucha”.

En Cuba aquellos individuos que se dedican a practicar actividades ilícitas, utilizan popularmente el término “lucha o Está luchando” o “no me gusta ese trabajo porque no se puede luchar” lo que les permite “justificar”, para



minimizar o confundir y ocultar la gravedad del hecho ilícito, pero lo cierto es que todas aquellas acciones ilícitas de ventas de productos que pertenecen a la canasta familiar o no, productos liberados, productos que pertenecen a empresas productoras como insumos, bebidas, prendas de vestir de ambos sexos y tallas, piezas y componentes de vehículos e incluso en el mercado de divisas. Todas estas actividades ilícitas muestran la presencia y el desarrollo del mercado negro.

Las ilegalidades, que se cometen y desarrolla el Mercado negro en el municipio de Holguín tiene como objetivo económico: apropiarse de grandes ingresos, garantizando altas ganancias por encima de los gastos de compra, utilizando como único mecanismo altos precios al amparo de la ilegalidad, la corrupción y aprovechando las necesidades de uso y consumo de la sociedad, tales acciones contradicen e impactan negativamente ante todo en lo particular a la actividad comercial del mercado ideal establecido en Cuba, y en la sociedad nacen afectaciones económicas, sociales y políticas, retardando el difícil camino hacia una estabilidad económica, social y un desafío a la política del PCC en su lucha contra las ilegalidades, cuya base de sustento radica en las indisciplinas, la negligencia, el nepotismo y doble moral, así como el uso de mentiras y provoca acomodamiento, corrupción y el acaparamiento, lo que evidentemente representa un enfrentamiento político e ideológico en contra de lo diseñado en el modelo Económico y Social de la Revolución expresados tanto en los lineamientos económicos sociales, en los y lo trazado en el Plan Nacional de desarrollo económico y social hasta 2030.

### **Se evidencian acciones y resultados contradictorios.**

El gobierno del municipio de Holguín, construye mejora o amplía los mercados de productos liberados por los diferentes consejos populares, de esta manera organizan, planifica, regula y diversifica el abastecimiento de dichos mercados. Se realiza la selección del personal preparado y con experiencia para prestar el servicio a los consumidores de manera tal que estos salgan satisfechos luego de realizada sus compras. En estos mercados se implementa el Sistema de Control Interno y los Reglamentos que regulan las diferentes actividades para evitar ilegalidades, además poseen un equipo de auditores internos que verifican la veracidad de los controles de entrada, almacenaje y venta de productos. Lo mercados ideales se les impone una planificación de entrega de

productos diferenciados, es decir, a cada mercado ideal no llegan los mismos productos, sin embargo, a pesar de todas las acciones descritas existe en los mercados liberados “desabastecimiento” de productos como son: el cigarro criollo, el queso crema, el requesón, el sorbeto, el polvo de helado, el detergente líquido, carne de cerdo, que son productos que la población conoce cuando llegan porque están en el momento de la descarga, sin embargo, la dirección del mercado no lo saca a la venta o solo saca una parte de estos. A raíz de las ilegalidades cometidas se aplican medidas disciplinarias a ciertos trabajadores, que aún sancionados continúan en el mismo puesto de trabajo o en un puesto de bajo rango. La esencia contradictoria del problema es que todos los productos que llegan al mercado ideal y que no se ponen a la venta en el momento, aparecen en el mercado negro a precios más altos el mismo día. La contradicción señalada minimiza lo planteado en los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución y en los objetivos estratégicos del PCC para el período 2016-2021, en el Plan Nacional de desarrollo económico y social hasta 2030, referidos a la planificación, regulación, diversificación del mercado interno y enfrentamiento a las ilegalidades.

## CAPITULO II. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DEL MERCADO IDEAL EN EL MUNICIPIO HOLGUÍN

### 2.1. Procedimiento para el análisis de las ilegalidades en la actividad del mercado ideal.

Resolver el problema que ocupa a esta investigación, sobre la aplicación de un análisis de los establecimientos abastecedores de productos a los diferentes mercados ideales del municipio Holguín. En el municipio existen 10 establecimientos que caracterizan el mercado interno como mercados ideales, situados geográficamente en diferentes consejos populares del municipio, de los cuales se benefician 342 717 consumidores.

La investigación además de incluir objetivamente el análisis de la actividad del mercado interno. Se centra en la actividad del mercado ideal, pues se trata de los productos que se ofertan liberados a la población a un precio razonable, que se diferencian de los precios de los productos que se establecen en las TRD, es por ello necesario organizar a través de un procedimiento que permita organizar la investigación, haciendo uso del método dialéctico materialista que necesariamente llevara a una relación de causa y efecto, así como un análisis de lo general a lo particular, expuesto en el diagnostico en un orden lógico e histórico. Para una evaluación final del impacto del mercado ilegal, es imprescindible el cumplimiento de cada paso en el procedimiento seleccionado: Estos pasos son:

#### Paso 1

Caracterización del municipio de Holguín, los almacenes, como los establecimientos abastecedores de los productos a venderse en los mercados ideales directos a los consumidores y de los mercados ideales, donde quedaría expuesto su misión, visión y objeto social, describir la estructura organizativa de sugestión actual, acorde a las exigencias de los recursos disponibles para darle respuesta a las demandas de la población, se expondrá además la peculiaridad de formación y gestión de los recursos humanos.

#### Paso 2

Se hará un diagnóstico de la actividad de abastecimiento de los almacenes a los mercados ideales (¿cómo se hace?) hacia los mercados ideales que finalmente venden al consumidor (¿Qué por ciento de los productos entregados llegan al consumidor?), así como la actualización de los registros de los hechos

económicos, se aplicaran encuestas y entrevistas a dirigentes, trabajadores de la red de almacenes y mercados ideales seleccionados, así como a los que practican el mercado ilegal.

#### Paso 3

El diagnóstico, permitirá completar la definición de los factores internos y externos, tanto negativos como positivos. Relación de cuáles son las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas del mercado interno en el municipio de Holguín.

#### Paso 4

Evidenciar la evaluación del impacto económico, político y social del mercado ilegal. Relación de causa y efecto.

#### Paso 5

Relación de las acciones para combatir las causas y condiciones del mercado ilegal.

## **2.2 Caracterización del municipio Holguín**

El municipio Holguín se encuentra ubicado en la región Oriental de en la provincia del mismo nombre. Al norte limita con los municipios y al sur con el municipio de Cacocum, al este con los municipios de Rafael Freyre y al oeste con el municipio Maceo. Con una extensión territorial de 655.9 kilómetros cuadrados y una población de 342 717 habitantes.

### Historia colonial

La historia de la colonización se inició probablemente en luego de la fundación de la Villa de Bayamo y del comienzo del reparto de las tierras y los aborígenes en beneficio de los colonizadores, quedando claro que el primer hatu de la localidad no abarcaba toda la extensión de la zona norte de sino una determinada área ocupada posteriormente por los hatos de Holguín, y , demostrándose esta hipótesis por los hallazgos arqueológicos. El primer asentamiento y Encomienda en el territorio se estructuró entre 1514 y cuando García Holguín, tuvo que partir hacia México. En el propio año se sabe a García Holguín casado con la extremeña Doña Isabel Fernández Vallero de Sandoval y en fecha no aclarada.

Según la tradición puede considerarse el 4 de abril de 1545 como la fecha de la constitución del Hato de San Isidoro de Holguín, al ubicarse García Holguín en la zona conocida como , área en la cual hoy se levanta el Centro Histórico de la

Ciudad. García Holguín abandonó Bayamo y se ubicó en Cayo Llano cuando ya se había terminado la insurrección aborigen.

La formación del hato y su posterior expansión, estimado en el periodo 1545 – , originó la constitución de un grupo de caserío, mostrando un grupo social integrado alrededor de pequeñas comunidades unidas por relaciones de parentesco y vecindad. Esta etapa a su vez puede dividirse en Formacional (1545 - 1600) y Aldeana (1600 - 1719).

A la muerte de García Holguín el hato pasó a manos de su única hija, Doña Juana, casada con el Alférez Rodrigo López de Mejías, natural del Principado de Asturias. De esta unión nacieron tres hijas que heredaron el hato a fines del siglo XVI, teniéndose de nuevo información del mismo en el año 1600, cuando los nietos de García Holguín se vieron en la necesidad de deslindar el hato y demarcar exactamente su perímetro, motivado por la entrega en el último tercio del siglo XVI a los hermanos maternos Gabriel de Salina y Adolfo Cepeda, de los hatos del , los Saos y , hato directamente enfilado hacía las tierras de los Holguín, razón por la cual y a solicitud de las interesadas, el Cabildo de Bayamo señaló y ajustó sus linderos.

Correspondió el centro del viejo hato a Elvira del Rosario López de Mejía de Holguín, asentados en Cayo Llano; a Ana María le tocó el nuevo hato de Uñas, con sede en el caserío del mismo nombre, mientras a Juana Antonia, se le entregó el nuevo hato de Las Cuevas.

Al producirse la ocupación de por los ingleses, estos trataron de incursionar en la zona norte de la antigua provincia oriental, produciéndose un enfrentamiento entre las tropas y los holguineros y como resultado las tropas inglesas tuvieron que retirarse con más de 70 bajas.

Holguín se convierte en la cuarta ciudad del país en obtener tal condición. Para esa época, contaba con 1291 personas blancas y 135 esclavos y existían 211 casas rústicas y de sencilla construcción, donde solo había una escuela pública. En Holguín ya existían 76 ingenios, 753 vegas de tabacos y cientos de fincas rústicas y atendidas por esclavos, lo que muestra el crecimiento del término territorial.

### **Características: Físicas, geográficas, Relieve y clima**

La mayor parte del territorio es ondulado con algunos cerros al Norte y al Noroeste, donde se destacan los cerros del Fraile y la Loma de la Cruz, este último uno de los símbolos de la ciudad.

El clima de la provincia de Holguín es tropical húmedo, con dos períodos bien definidos, uno de lluvia y otro de menos precipitaciones: el primero se extiende de mayo a octubre (aunque para algunos estudiosos se extiende hasta noviembre, lo cual compartimos) en este período el mes más lluvioso es octubre, el segundo, denominado de menos lluvia va de noviembre (recordar lo anterior) hasta abril con un mes más seco, febrero.

### **Flora y fauna**

La provincia Holguín posee una de las floras más ricas en especies endémicas de Cuba, debido a la presencia de grandes extensiones de su territorio cubiertas por formaciones vegetales que se desarrollan sobre suelos originados a partir de rocas ultra básicas (serpentinadas). Estas formaciones van desde los manglares en las zonas costeras, hasta selvas tropicales, las que son conocidas como cuabales y charrascales.

En la provincia los cuabales se presentan fundamentalmente bordeando la ciudad de Holguín y cubriendo gran parte de las llanuras y pequeñas elevaciones de los municipios y Holguín; mientras que los charrascales se encuentran en las montañas de los municipios Mayarí, Sagua de Tánamo y Moa. Entre las especies más significativas de la flora holguinera se pueden citar, la Rosa de sabana, el cactus enano, el roble de Sabana, etc.

La provincia Holguín posee una de las floras más ricas en especie endémicas de Cuba, debido a la presencia de grandes extensiones de su territorio cubiertas por formaciones vegetales que se desarrollan sobre suelos originados a partir de (serpentinadas). Estas formaciones van desde los manglares en las zonas costeras, hasta selvas tropicales, las que son conocidas como cuabales y charrascales. Los cuabales se presentan fundamentalmente bordeando la ciudad de Holguín y cubriendo gran parte de las llanuras y pequeñas elevaciones de los municipios, Báguanos y Holguín; mientras que los charrascales se encuentran en las montañas de los municipios Mayarí, Frank País, Sagua de Tánamo y Moa.

Entre las especies más notables de la flora holguinera se pueden citar, la rosa de sabana, el roble de sabana, la Jacaranda arbórea, etc. Aparecen aproximadamente 4000 especies de plantas superiores, de las cuales 2000 son endémicas (de las aproximadamente 3000 con que cuenta la Flora de Cuba). En la parte oriental se encuentran las zonas de mayor riqueza florística, como la Sierra de Nipe con 750 endémicos (de los cuales 120 son estrictos del área, es decir endémicos locales y la Sierra de Moa con más de un millar).

En Holguín habita el ave nacional de Cuba, el (Priotelus temnurus). Se muestran especies interesantes por su tamaño, albinismo e hibridismo, entre las de mayor talla se destacan la variedad gigante del caracol , el (Solenodon cubanus) el mayor insectívoro viviente en la actualidad; y el (Campephilus principalis).

Entre los más pequeños del mundo se presentan el alacrán enano (Microtityu fundorai) que mide 13 mm de largo, el zunzuncito o (Mellisuga helenae) con 63 mm de largo y la rana (Eleutherodactylus iberia) con 10 mm de longitud. Dentro de las especies faunísticas más notables encontramos las polímitas que se desatacan por su belleza y colorido, además habita en Holguín el ave nacional, el Toco-ro-ro (Priotelus temnurus). Se muestran especies interesantes por su tamaño, albinismo e hibridismo, entre las de mayor talla se destacan la variedad gigante del caracol Liguu fasciatus.

### **Desarrollo económico**

Se construyó una verdadera superestructura de avenidas, circunvalaciones, aeropuerto, centros de comunicaciones telefónicas y otras instalaciones necesarias para el desarrollo de la economía y la vida urbana en general.

Como centro urbano importante, Holguín cuenta con una amplia estructura económica tanto industrial como de servicios.

### **Sectores**

#### **SIME**

El municipio cuenta con una desarrollada industria mecánica capaz de construir equipos mecánicos, preferentemente con destino a la agricultura. Dentro de ellas se destacan dos fábricas: "60 Aniversario de la Revolución de Octubre", única en el país, encargada de la fabricación y exportación de las combinadas cañeras KTP, y la "Héroes del 26 de Julio", destacada en la fabricación de implementos agrícolas de alta calidad.

Además, posee una industria de materiales de la construcción; talleres para atender el transporte automotor; industria de los alimentos, reparaciones de equipos eléctricos y otras diversas ramas del desarrollo industrial.

### **Turismo**

Industria de gran importancia, con una red hotelera y de servicios en general para ese tipo de actividad. El municipio y en especial la ciudad tienen una amplia estructura de servicios comerciales en las más diversas especialidades de tal tipo de función.

### **Salud**

En estos momentos, Holguín cuenta con 3 hospitales, 2435 médicos. Prácticamente todas las áreas urbanas y rurales están cubiertas por Médicos de la Familia, 1115, además de policlínicas y otras instalaciones sanitarias. La tasa de mortalidad infantil es de 7,4 por cada mil nacidos vivos. Se cuenta con 355 estomatólogos, cada uno de ellos atiende cerca de 874 habitantes y 125 habitantes por enfermeros.

### **Cultura**

#### **Plazas de interés cultural**

#### **Instituciones**

Para el desarrollo de la cultura artística y la cultura popular se han creado un sistema de instituciones que funcionan sobre la base de un trabajo mancomunado para la promoción, rescate y fomento de las distintas manifestaciones de la cultura popular y del arte. Las instituciones que agrupan a los artistas de todas las manifestaciones son la (UNEAC) y la (AHS), para los artistas hasta 35 años de edad.

Este trabajo se complementa con el papel representativo de las Casas de Cultura, y la Dirección Municipal y Provincial de Cultura que auspician y organizan los mayores eventos del año: , la y las , además de la .

Figuras del teatro y la música han pasado a formar parte de la historia de estas artes en el país como , uno de los directores más importantes de la .

#### **Atributos y símbolos**

El hacha de Holguín Por Resolución No. 44 fue declarada el Hacha de Holguín como símbolo del territorio. Desde que fue hallada en por un oficial del Ejército Español, fue conocida por ese nombre. Construida por grupos agro alfareros del su valor artístico hace que sea una obra excepcional dentro de la cultura



aborigen cubana. El Hacha fue fabricada con piedra peridotita de color verde olivo, tiene impreso un sello distintivo que la hizo significativa dentro de las de su tipo. Representa una figura antropomorfa, masculina con una diadema en la parte superior y los brazos colocados sobre el pecho. La pieza mide 350 mm de longitud, 76 mm de ancho y 48 mm de mayor grosor. Una réplica del hacha ha sido entregada a altas personalidades que han visitado a Holguín, centros de trabajo o estudio, a obreros vanguardias y figuras destacadas de la cultura y las ciencias, que han hecho aportes meritorios a la localidad y al país.

El escudo fue confeccionado, pero no a gusto del cabildo holguinero, ya que los hechos de armas no fueron representados. El expediente fue engavetado y olvidado hasta 1818. Al ser nombrado Eusebio Escudero Gobernador de Cuba, lleva la solicitud al Consejo Supremo de India, la que además de escudo pidió otras gracias como eran: la del tratamiento de ilustres para el ayuntamiento holguinero y el de uso de uniformes para su personal.

No es hasta 1831 en que aprueba una Real Cédula, debían ingresar una determinada cantidad de dinero a las Reales Cajas del distrito para poder hacer efectivo el reconocimiento oficial de cada una de ellas; mientras, no podían usarlas. El escudo holguinero es de una sencillez notable. Fue concebido en un contorno acorazonado, el que en la parte superior y al centro tiene un casco con cinco plumas.

En su interior aparecen dibujadas las figuras de los dos patronos de la ciudad: San Isidoro, que fuera Obispo de Sevilla, a quien García Holguín había encomendado su hato y que posteriormente dio nombre a la de San Isidoro de Holguín y la Virgen del Rosario, patrona de los vecinos que poblaron a Holguín cuando fue fundado. Ambos sostienen la corona española. En la parte inferior, a nivel de los pies de las figuras de los santos patronos fueron dibujadas unas lomas que se piensa representan las del grupo Maniabón.

### **Loma de la Cruz**

El lugar más conocido de la ciudad es la Loma de la Cruz, con sólo subir 458 escalones, es posible admirar la ciudad de Holguín y el paisaje que ofrece la pequeña elevación de 261 metros, vinculada a la historia de la ciudad.

El Cerro Bayado su anterior nombre pasó a ser un dato curioso ya que a partir del 3 de mayo de , comenzó a conocerse como Loma de la Cruz. El proyecto lo

realizó además de la capilla, la rotonda y la reconstrucción del fuerte colonial. La primera cruz se colocó en 1790.

Ese día subió hasta su cima, donde colocó una cruz de madera el fray Francisco Antonio de Alegría dando inicio a una tradición religiosa: Las Romerías de la Cruz. Esta vieja tradición española recordaba, según la Biblia el día en que Santa Elena, madre de Constantino el Grande encontró la Cruz del Calvario.

### **Las Romerías de Mayo**

Las que fueron una tradición iniciada en el siglo XIX con la peregrinación cada 3 de Mayo, día de la Cruz, en la tradición católica se retoma como evento cultural en la década de los noventa. Trasciende y se conjugan la tradición y la modernidad del pueblo holguinero para convertirse en el mayor evento del Arte Joven en el país, y con carácter internacional, auspiciado por la (AHS). En estas se presenta una muestra de lo más representativo de la cultura nacional e internacional, además de los mejores proyectos de la (AHS) de cada provincia de la isla, un evento teórico para la discusión de los más importantes temas de la cultura y la sociedad.

El hecho religioso cuando se colocó la cruz de madera en lo alto de la Loma de la Cruz es el que mucho tiempo después se convertiría en estas festividades donde tienen lugar todas las manifestaciones del arte y que comienzan precisamente con una peregrinación hasta donde se encuentra la cruz.

Las Romerías se realizaron hasta bien entradas la década del cincuenta. Es por esta razón que, amante de su ciudad, ideó la construcción de una escalinata. En la actualidad se ha retomado esta tradición y ha vuelto mayo a convertirse en un tributo a esta celebración muy holguinera.

## **2.3 Análisis de la actividad comercial de los mercados ideales seleccionados**

### **2.3.1. Los almacenes como suministradores de los mercados ideales**

La investigación realizada sobre el mercado negro, haciendo uso de la abstracción científica, inicia en este capítulo con el análisis del mercado ideal, sus unidades abastecedoras y el mercado negro. Haciendo uso de los instrumentos de investigación, se logrará delimitar en síntesis los factores internos y externos de ambos mercados y exponer sobre todo las condiciones y causas que propician las ilegalidades, así como sus efectos, lo que permitirá

al autor relacionar las acciones necesarias que permitan combatir minimizando o eliminando las ilegalidades. Solo así a de tender a asimilarse en detalle la materia investigada, analizar sus diversas normas de desarrollo y a descubrir sus nexos internos y quedaría resuelto el problema científico planteado.

Los mercados ideales son abastecidos por una larga serie de suministradores debido a la amplia cartera de productos que comercializan, al constante crecimiento de la demanda poblacional, que cada vez es más exigente y para subsanar la actual situación por la cual atraviesa el país.

Entre los suministradores se encuentra:

### **El Almacén 651**

El Almacén 651, ubicado en Calle 49 No.2A Carretera Central Vía Bayamo y acceso zona industrial. Su objeto social no es más que la recepción y almacenamiento de mercancías para la distribución a comercio minorista de la canasta básica, además de ser proveedor del azúcar crudo, el azúcar refino, la sal, chocolate, arroz importado y los fideos a todos los mercados ideales del municipio. A su vez el almacén 651 es abastecido por otros organismos como lo son ASEGEN quien es el encargado de suministrar el arroz, TECNOAZUCAR que como su nombre lo indica es el encargado del suministro del azúcar crudo y el azúcar refino, otro de los proveedores es la empresa ENSAL quien surte al almacén del producto sal, también encontramos al suministrador ACOPIO que lleva los granos y por último la Productora Numa quien lleva hacia al almacén los fideos.

Este almacén cuenta con una plantilla de 159 trabajadores, pero debido a las precarias condiciones de trabajo, a la escases de materiales de oficina, a la lejanía, y a los bajos salarios, el almacén pierde atractivo, y la cantidad de puestos de trabajo cubiertas solo alcanza el 50% de su totalidad, ejemplo de ello es el Departamento de Economía, el cual tiene una plantilla de 9 trabajadores y solamente está cubierta por 2 trabajadoras desmotivadas por las razones antes mencionadas.

Otra de las situaciones desfavorables que presenta el almacén es con respecto al transporte de la mercancía hacia los mercados ideales, pues sucede que, al no contar con un parque de transporte, el almacén debe alquilarlo a la Empresa de Transporte del municipio para poder las entregas en tiempo y forma.

El almacén tiene asignado para el mes de (abril o mayo) un plan de 700t de arroz destinados a los mercados ideales que se distribuyen entre los 16 mercados con que cuenta el municipio (ANEXO 1)

Luego de realizada la distribución correspondiente a cada mercado, puede existir la posibilidad del algún sobrante que será reasignado a otros mercados como son Victoria de Girón, La Duquesa y el Cosmo.

Para este mes el almacén tiene destinado 109.8t de azúcar crudo para la distribución a los mercados, como también destina 48.8t de azúcar refino, 17.7t de chocolate y 53t de sal, que al igual que el arroz serán suministradas las cantidades de acuerdo a la capacidad de almacenamiento que posea el mercado y de cuán grande sea este.

Uno de los productos con mayor aceptación de los que suministra el almacén a los mercados es el chocolate. La demanda de este producto es muy alta, pues su precio es asequible para la mayoría de los consumidores y es de fácil preparación para su consumo, aunque solo existe un mercado en el municipio, el Garayalde, donde la venta es mayor con respecto a los demás, por este hecho se destina hacia este una mayor cantidad del producto con respecto a los demás, pues este hecho ocurre durante todos los meses del año.

### **Almacén 627**

Entre otros de los suministradores que abastecen a los mercados encontramos el almacén 627 ubicado en calle Frexe No.201 entre Victoria y Renato Guitar. Este almacén suministra a los mercados ideales las pastas, la harina de maíz y la harina de trigo ambos productos demandados a gran escala por la población y que actualmente están cerca de la extinción en los estantes de los mercados, debido a la carente situación por la cual atraviesa el país.

El 627 tiene como surtidores al Molino Antillas quien se encarga del abastecimiento de la harina de maíz, la Fábrica de Pastas y Caramelo de Camagüey que surte de las pastas y por último la Molinera abastecedora de la harina de trigo.

El almacén tiene bajo su mando una plantilla de 52 trabajadores y 16 estibadores encargados de su buen funcionamiento. A causa de este funcionamiento de excelencia, la tasa de indisciplinas del almacén es del 0%, tanto es así que en la realización de una Contraloría en el año 2017 esta unidad fue catalogada de excelente y salió de aquí un delegado directo al

Congreso del Partido Comunista de Cuba. A pesar de la excelencia que caracteriza a la unidad, afronta problemas con el parque de transporte pues no disponen del mismo y deben de alquilarlo a la Empresa de Transporte (nombre).

### **Almacén 652**

El almacén 652 es otro de los suministradores de los mercados ideales, situado en Calle 49 No.2F Carretera Central vía Bayamo y acceso zona industrial. Este se encarga de la entrega de granos y de aceite a la canasta básica y destina para los mercados solamente granos, como son el frijol negro, el frijol colorado y el chícharo. El almacén es surtido por la Fábrica de Aceite de Camagüey con el aceite y por Acopio en lo que respecta a los granos, estos últimos trasladados hacia el 651 por cuestiones de acomodar todo el proceso de recibimiento de la mercancía en los almacenes, y son guardados en el Frigorífico (nombre), pues en estos almacenes no se cuenta con las condiciones requeridas para la óptima conservación del producto.

En el año 2018 y principios del 2019 recibieron inspecciones de la Contraloría General de la Republica, que arrojó el buen funcionamiento de la unidad y fue catalogada de excelente.

### **2.3.2. Mercados Ideales seleccionados**

Los mercados ideales nacen en el municipio Holguín a partir del año 2013 con el mercado ideal del Reparto Alcides Pino, hasta el momento se han creado 16 unidades en los distintos Consejos Populares.

Estos mercados tienen un nivel gerárquico que va desde los administradores hasta las áreas de venta como vemos en el organigrama organizacional de este tipo de comercio (ANEXO)

El **Mercado ideal Los libertadores** se encuentra ubicado en avenida Los libertadores No.91 entre 3ra y 5ta Reparto Peralta. La misma cuenta con una plantilla de 50 trabajadores de los cuales solo uno de ellos tiene nivel superior, el resto solo posee el técnico medio o solamente el 12º grado.

El mercado cuenta con una amplia cartera de productos mostrados en (Tabla1 Anexo1), de los cuales los que tienen mayor aceptación en los consumidores son los productos lácteos como el helado, el dulce de leche, el queso crema, el yogurt, la carne de cerdo, los ahumados como, la costilla de cerdo ahumada,

la cabeza de cerdo ahumada, la mortadella nobel, el refresco "Tú cola" gaseado de 1500ml, el pan y las galletas de sal de 1kg.

Todos los mercados ideales cuentan con un plan de abastecimiento mensual que es desglosado semanal, se les permite a estos hacer pedidos de cada producto y según va transcurriendo el mes se les va haciendo la entrega de estos. Por ejemplo, en el mercado en cuestión en lo que respecta a los lácteos tienen asignados 2083 galones para el mes de abril, que son distribuidos diariamente para que el mercado pueda ofertar este producto todos los días de la semana, por lo menos en lo que respecta al helado, el cual es recibido en formato de 1L, 4L y 10L.

Otro producto de los productos que comercializa es el queso, del cual tiene una asignación para el mes de 1.5t que distribuido semanalmente serían 375kg, que aunque es una gran cantidad del producto la demanda supera a esta oferta. Puede ocurrir que la cantidad planificada sea aumentada, ya que es un producto flexible, pues en caso de que la empresa lácteos d Holguín realice una superproducción o sea un sobrecumplimiento, destina para el mercado una cantidad superior a la planificada, para así complacer al consumidor y equilibrar la oferta y la demanda, y eliminar clientes insatisfechos.

Uno de los productos que actualmente tiene una creciente demanda en el mercado es el pollo, que debido al sensible proceso por el cual atraviesa el país se ha convertido en un producto no flexible, es decir, que la asignación de este no superara la cantidad planificada, que es de solo 9t al mes, cuando en otro momento la asignación de este no estaba planificada y podían ser vendidas hasta 15t al mes.

El mercado debido a su ubicación geográfica, a su tamaño, y a la amplia cartera de mercancías no cuenta con productos ociosos, todo lo ofertado es vendido. Ejemplo de ello es el Té de \$40.00, que aunque el precio de venta no es el más asequible para gran parte de la población, su demanda va en aumento.

El mercado los libertadores para el mes de abril sufrió un incremento en el plan de granos o productos secos, ejemplo de ello es el arroz, que de 15t a recibir aumento a 60t, de las cuales ya tienen en sus almacenes 20t, todo ello a raíz de la visita de la ministra quien autorizó el incremento de la entrega de productos secos al municipio Holguín.

Para aumentar el incremento de las ventas en los mercados, la empresa de Comercio de Holguín se ha dado a la tarea de realizar nuevos contratos con una cooperativa que comercializa condimentos, a un precio de venta de \$6.00 por condimento muy beneficioso para el mercado, pues no reportan pérdidas, como sucede con una gran parte de los productos, aproximadamente 116 productos, entre ellos está la vita nova, ya que por cada lata de vita nova vendida se pierden \$16.00, igual sucede con el cerdo, esto es contrarrestado por la venta de los víveres y de bebidas que al contrario reportan utilidades.

De estas utilidades los mercados aportaran a la empresa el 42% del impuesto sobre las ventas. Lo cual ocasiona que productos como el cerdo que reportan utilidades pero luego de aplicado este solo dará pérdidas. Esto generalmente sucede con productos comercializados por la empresa El Turquino que tienen precios nacionales y no permite que el mercado suba estos precios, entre estos se encuentran la salsa para pizza y la salsa kétchup que son de nuevo formato, es decir se incluyen en la aplicación del impuesto sobre la venta.

Los mercados ideales son potencias económicas, son lugares en los cuales el cumplimiento de los planes de circulación mercantil siempre debe suceder, aunque a raíz de la situación negativa que presenta el país, el cumplimiento de los planes se ha convertido en un reto económico para todos los mercados del municipio, pues en este año 2019 la escasez de los productos va en aumento, esto sucede con los huevos, la carne de cerdo, las galletas, lo que ha provocado que en el primer trimestre del año el mercado no ha podido cumplir su plan de circulación mercantil. El mes de abril aparenta traer mejorías con respecto a esto, por la entrada de productos derivados de la carne de cerdo, croqueta conformada, masa de croqueta, masa de chorizo, salchichón holguinero, aguja ahumada, cabeza ahumada, esto ha ocasionado que el mercado haya superado el plan de venta hasta el momento en \$427000 lo que no asegura el cumplimiento del plan pero sí que pueda llegar a ser cumplido.

Este mercado cuenta con un Área de Supervisión y Control para la comprobación de la contabilidad, los IPB (NOMBRE) que llevan un control diario, así como los vales de salida, que luego son llevados a soporte digital por la económica del mercado. En este a diferencia de otros se hace la realización de un inventario semanal más el inventario de cierre de mes que está indicado. También se hace un chequeo sorpresivo a las áreas realizado por el



subadministrador ya que su trabajo está más enfocado al salón o sea las áreas de venta.

En la unidad ocurre que existen ciertos productos que deberían de llegar y no lo hacen a raíz de mal momento por el cual está pasando la economía del país, como son el cerdo y sus derivados, la galleta y gran parte de los productos que dependen de la harina para su conformación, lo cual provoca que se incremente la venta del pollo y por ende que escasee, a pesar que la venta de este cárnico ha superado a la de otras ocasiones.

En este mercado el trato a los clientes es sumamente importante, y para lo cual se realizan encuestas en pos de encaminar los servicios a la mejora y de crear mayor satisfacción al consumidor.

**El Mercado Ideal Garayalde** es el mercado insignia del municipio, debido a su gran tamaño y a las características muy particulares que lo diferencian del resto. No es una unidad común sino un complejo que tiene dentro de sí dulcería, panadería, frutas selectas, pescadería, una cafetería, una tienda de CIMEX, y en la periferia una bodega, una casilla y un parqueo. Se encuentra ubicado en Calle Garayalde sin No. entre Rastro y Unión Consejo Popular Centro Ciudad Sur. Cuenta en su mayoría con trabajadores de nivel medio superior con alta capacidad para desempeñar su trabajo.

Siendo el mercado insignia, el segundo administrador se negó a la entrega de los documentos que registran los resultados de ventas de los años solicitados, alegando que esos datos son confidenciales y no pueden ser publicados. Todo el análisis que se hace, es a partir de la entrevista.

El mercado comercializa una amplia gama de productos (Anexo 2) que llegan por pedidos mensuales que son desglosados de manera semanal, ejemplo de ello es la entrada de la cerveza Cacique que en el mes de abril tienen planificado llegar 288 cajas del cual primero traen un parle de 144 cajas y la semana próxima la otra parte de 144 cajas más. De estos los más cotizados por la población son los llamados productos libres, entre estos están los cárnicos, dígase pollo, cerdo, ahumados, embutidos, productos en conserva tales como puré de tomate, salsa vita nova, salsa para pastas, galletas saladas y galletas dulces ,sorbeto, pellys, dulces finos, arroz, harina de maíz, espaguetis, fideo y chocaleé.



Como mismo existen productos muy cotizados, también hay productos menos atractivos para los consumidores, como son el té de \$40.00, el refresco Coracan, la salsa ketchup, la salsa de pimienta, fundamentalmente productos comercializados por el Turquino, los ronnes especiales, los vinos especiales, licores.

La mayoría de los productos que debe de recibir el mercado ha disminuido en cantidad por la carente situación del país, como sucede con el cerdo que de un plan de 30t al mes solo se está recibiendo 1t, porque se está utilizando para esta siendo usada para la confección de embutidos para darle una mayor cobertura al cerdo, se elabora, salchichón holguinero, butifarra campesina, morcilla casera, croqueta conformada, así la población puede adquirir estos derivados y quedar un tanto satisfecha. Otro producto como el pollo troceado está entrando a la unidad en dependencia de la disponibilidad del proveedor.

La unidad no ha podido cumplir en lo que va del año 2019 con el plan de circulación mercantil solo se ha llegado a alcanzar en el mes de enero un 72%, en febrero un 73%, marzo 78% y abril con un 72% de cumplimiento a causa del desabastecimiento de una serie de productos.

La realización de controles internos para el correcto funcionamiento de la entidad se realizan de manera constante todos los meses del año, con controles semanales planificados y de manera sorpresiva en dependencia de las exigencias del servicio. Y se realizan auditorias una vez al año, o planificadas por la empresa de 1 a 5 años y recibieron la visita de la Contraloría General en el año 2017, que arrojó el buen funcionamiento de la entidad.

Con respecto a la satisfacción del cliente, se cuenta con un área de protección al consumidor encargada de recoger y realizar encuestas a los clientes en las cuales se realizan preguntas acerca de la rapidez en el servicio, el porte y aspecto de los trabajadores, ambientación, buen trato, abastecimiento, si alguno de ellos según el cliente necesita mejoras se pone en marcha un plan de medidas para su solución.

Debido a disímiles causas a la entidad han dejado de llegar una cierta cantidad de productos entre ellos el sorbeto por motivos de rotura en la fábrica, huevos y salsa mayonesa además de la galleta y el cerdo.

En caso de que en la unidad suceda algún tipo de delito, se cuenta con un plan de medidas para su erradicación y control realizado según las leyes que el gobierno impone y en pos de ofrecer un mejor servicio con la disponibilidad de los productos con que cuenta a los consumidores.

**El Mercado Ideal Villa Nueva** está situado geográficamente en Calle Carralero entre 2da y 8va Villa Nueva No.3. Este es un mercado joven con tan solo un poco más de 1 año de funcionamiento. Tiene una plantilla de 22 trabajadores, pero solo está cubierta por 18 trabajadores, que en su mayoría tiene un grado de escolaridad que oscila entre nivel medio superior y superior.

El mercado es abastecido diariamente, la llegada de estos está en dependencia de la disponibilidad que tenga la empresa para trasladarlos, sin tener en cuenta que día de la semana sea, el principal motor impulsor es hacer llegar el producto a los consumidores para lograr la satisfacción de los mismos.

Como productos de mayor demanda en el mercado están los cárnicos, dígase pollo, y víveres como azúcar crudo, azúcar refino, arroz, frijoles y otros productos como el chicharro y la salchicha que debido a la situación actual del país, se decidió llevar control sobre ellos y ahora su venta será mediante la libreta de abastecimiento de la familia cubana.

Como productos de menor aceptación por los consumidores solo encontramos las cervezas caras o rones caros y algunos de los productos que comercializa el Turquino, pero en su mayoría todos los productos son vendidos.

Cuentan con una amplia cartera de productos, entre ellos el pollo, del cual reciben al mes 3t por entregas separadas. Otro producto es el arroz del que se recibe 10t, aunque la cantidad no es mínima, el mercado debe ser surtido varias veces por encima de lo planificado porque sucede que a veces a la mitad del mes ya ha vendido esta cantidad y el pueblo exige que se le sea ofertado un poco más, por lo cual se hacen las gestiones correspondientes y los pedidos requeridos para complacer a los consumidores y se llega a vender hasta 3 veces más que la cantidad que vendía en el año 2018 y aun así no satisface la necesidad de la adquisición de ese producto. Esto que ocurre con el arroz también sucede con otros productos, las personas sienten la necesidad de acaparar productos cada vez que se venden, porque debido a la posición del país, tienen miedo a los escasos.

La entidad contó con muy buenos resultados económicos para el cierre del año 2018 con un sobrecumplimiento de \$ 3 millones, para el inicio del año 2019 en el mes de enero alcanzo buenos resultados con \$ 1100 000 por encima de lo planificado, no siendo así para los meses de febrero y marzo que quedo por debajo en \$ 200 000 entre los dos meses, ya para el mes de abril la situación de la unidad ha mejorado pues se cumplió el plan propuesto de \$ 811 000.

En lo que respecta al control interno, en este centro se aplica la resolución 60, es decir, la revisión diaria de las facturas y el resto de la documentación. Además de que la empresa realiza comprobaciones económicas mensuales, al igual que unidad básica.

Para ellos la satisfacción del cliente es prioridad máxima, es la tarea principal de las unidades de comercio. Se aplica con rigurosidad la resolución 54, que hace hincapié en la protección al consumidor y momentos antes de la apertura de la entidad el administrador recalca una vez más a sus trabajadores que tan importante es la satisfacción del cliente y su protección. En caso de que algún cliente a pesar del buen trato quede insatisfecho con su mercancía o con el momento del pesaje, el mercado dispone de una pesa donde este puede realizar la comprobación del pesaje de su mercancía, pero luego que este sale del mercado pierde el derecho a reclamar, así como el cliente tiene derechos también tiene deberes.

Existen productos como la harina de trigo, la salchicha, los espaguetis, el fideo, la carne de cerdo, que debido a la etapa por la cual está atravesando el país han estado en falta o no han sido recibidos por el mercado en este año.

Para la recepción de productos la unidad, empieza por la realización del pesaje de la mercancía, luego de esto es firmada la factura si coincide lo físico con la factura, en caso de que no corresponda se hace una devolución o una reclamación de acuerdo a la entidad, esto ha ocurrido en varias ocasiones con el almacén 651 por el hecho de que la mercancía viene en sacos y el pesaje de cada uno de ellos puede llevar a la equivocación en la cantidad y a que no corresponda con la factura. Una vez recibido el producto se le hace el informe de recepción a la factura, luego se lleva la información a la tarjeta de estiva y se procede al almacenaje de la mercancía; ya almacenado el producto se traslada hacia las áreas de venta mediante los vales de salida, el dependiente

recibe la mercancía le da entrada en el IPB y ya está listo el producto para ser vendido a la población.

Al ser una unidad pequeña no tiene problemas de indisciplinas y se mantiene como una entidad modelo.

### **2.3.3. Análisis de las encuestas y entrevistas en mercados ideales**

#### **Encuestas a Consumidores alrededor de los mercados ideales**

1. La idea de la apertura de un mercado con productos liberados, ¿Como la calificas?

Excelente -----Regular -----Muy bien -----Bien-----Mal----

2. Comprar en el mercado ideal, ¿se hace difícil por?

----Las largas colas

----Pocos productos abastecidos

----Los productos que desean no existen

----No es difícil comprar

3. ¿Se siente satisfecho con el servicio prestado en el mercado?

Si -----

No-----

Sugerencias: (en caso de que su respuesta sea, no)

4. ¿Qué productos escasean más? Marque con una ( X )

- Cárnicos (Carne de cerdo, Ahumados, Carne de pollo )
- Líquidos (Refresco, sirope, lácteos)
- Granos (azúcar, chicharos, arroz, frijoles)
- Vicios (cigarros, ron)

La encuesta aplicada en las unidades seleccionadas, partió de la población promedio diarios visitando las unidades seleccionadas en los diferentes áreas de ventas. El procedimiento del muestreo aplicado fue el probabilístico aleatorio simple, lo que permitió encuestar a 60 consumidores en las 3 unidades en diferentes días, sin embargo, 10 encuestados decidieron entregar sin responder las preguntas.

Con el objetivo de corroborar el antes expuesto sobre la interpretación de las preguntas relacionadas en la encuesta, se aplica la herramienta estadística SPSS, y se hizo un análisis de frecuencia, incluyendo el Alfa de Cronbach como coeficiente que sirve para medir la de una



En el (Anexo 4), se relacionan las unidades seleccionadas, el número de encuestas aplicadas recogidas fue de 60, distribuido entre las 3 unidades. La calificación de la respuesta a 4 preguntas (variables), entre las cuales están: la calificación de la apertura de los mercados ideales, si se hace difícil comprar en estos mercados, la satisfacción del cliente con el servicio y el criterio de cuales productos escasean más que otros.

**En la pregunta 1**, los encuestados tuvieron la oportunidad de elegir un valor entre Excelente, muy bien, Bien, Regular y Mal, como se observa en la (Anexo 4), el 93.3% lo calificó entre E, MB y B, solo un 6.6%, lo calificó entre R y M.

**En la pregunta 2**, los encuestados tuvieron la oportunidad ante la pregunta ¿Por qué es difícil comprar en el mercado? elegir diferentes razones, el 93.3% expresó que se hace difícil por las largas fila, pocos productos ofertados y la falta de productos y sólo el 6,7% expresaron que no es difícil comprar.

**En la pregunta 3**, los encuestados tuvieron la oportunidad ante la pregunta ¿se siente satisfecho con el servicio?, y el 90% responden positivamente y solo el 10% responde que no están satisfecho.

**En la pregunta 4**, el encuestado ante la pregunta ¿Qué productos escasean más? responde el 98.3% que los granos, las carnes y las salsas son los que más escasean, mientras que solo el 1.7% de la escases, se lo otorgan al vicio del ron y el cigarro, es decir, no faltan-

Como resumen, se puede expresar que a pesar que los consumidores vieron con buenos ojos la apertura de los mercados ideales, se ha perdido la estabilidad de abastecimiento de los productos básicos de la alimentación, lo que dificulta su adquisición y consumo por una gran mayoría de los consumidores.

En la encuesta, con el objetivo de corroborar los antes descrito de la encuesta aplicada, aplicando el instrumento estadístico SPSS, permitió crear la base de datos y obtener el resultado de la media aritmética, la moda y la mediana: como se observa en la tabla resumen (Anexo 4), la media aritmética, la moda y la mediana entre las variables utilizadas: Apertura, compra, satisfacción y escases, con una numeración consecutiva de 1, 2, 3 y 4, se comportó de la siguiente manera:

Para la media aritmética, que es un promedio estándar que a menudo se denomina "promedio", en el caso de la encuesta aplicada en las unidades

seleccionadas, todas las respuestas a las preguntas, le otorgan el mayor peso a los valores 1, 2 y 3, solo que en la pregunta 1 y 3, el valor 1 es un sí, es decir, se sienten satisfecho, mientras que en el resto de las preguntas, estos valores se refieren a las situaciones más críticas, entre las que destacan las preguntas 2 y 4, en la pregunta 2 porque muestra los productos que escasean y en la 4, se garantiza el vicio.

En estadística, la moda es el valor con una mayor frecuencia en una distribución de datos, también es el valor o número que se encuentra más frecuentemente, se le denomina o se representa con Md, las respuestas a las preguntas de la encuesta en las diferentes unidades seleccionadas, la de mayor frecuencia es la 1, es decir, las respuestas de situaciones más críticas.

En el ámbito de la estadística, la mediana, representa el valor de la variable de posición central en un conjunto de datos ordenados. De acuerdo con esta definición, el conjunto de datos menores o iguales que la mediana representarán el 50% de los datos, y los que sean mayores que la mediana representarán el otro 50% del total de datos de la muestra. En la encuesta aplicada en las diferentes unidades, la mediana lo constituye el 1, es decir, que a cada una de las preguntas de la encuesta, la respuesta de los usuarios que más se repitió, es sobre los escasos de productos para la venta, con excepción de la pregunta 1 y 3 sobre de la apertura y satisfacción.

El coeficiente Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) es un indicador de la fiabilidad, llamada técnicamente confiabilidad de un test basado en su grado de consistencia interna, indica el grado en que los ítems (preguntas) de un test, son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala. En la encuesta, los valores alcanzados en las unidades seleccionadas (Anexo 4) teniendo en cuenta que la fiabilidad de la escala y las correlaciones cuanto más se aproxime a partir de su valor mínimo de 0.35 a su valor máximo, 1, mayor es la fiabilidad de la escala, los valores alcanzados en 3 de las unidades seleccionadas es de 0,853, se consideran suficientes para garantizar que la fiabilidad de la escala y las correlaciones sean estadísticamente significativas.

Esto evidencia, que las insuficiencias se concentran en las respuestas 2 y 4: las carencias y resultados ya analizados: por un lado, la falta de escasos de productos a los consumidores, esto un tanto contradicen lo expuesto por los

abastecedores de los mercados ideales donde las estadísticas muestran cumplimiento en cada periodo analizado.

**Se agregan las sugerencias dadas por los encuestados:**

1. La atención al cliente no es la mejor y no se encuentran la mayoría de los productos que se buscan.
2. Los trabajadores deberían brindar una mejor atención hacia los consumidores y no desviar la mercancía por detrás.
3. Mejor abastecimiento de los mercados y diversificación de los productos.
4. No existe disponibilidad de los productos y casi nunca está el producto que se sale a buscar.

**Las Entrevistas**

Una **entrevista** como instrumento de investigación, es un entablado entre dos o más : el entrevistador interroga y el entrevistado contesta, no es casual sino es un diálogo interesado con un previo e intereses y expectativas por ambas partes. Es la conversación que se tiene como la finalidad de la obtención de información.

En la entrevista participaron 4 personas, de ellos 3 estudiantes de la carrera de economía, de 2 años y de 5 años, y el profesor tutor que fungió como el entrevistador. Las preguntas se elaboraron en un trabajo de mesa, dirigidos por el profesor y cumplieron las exigencias de una entrevista:

Uno de los requisitos para que haya una entrevista es que el sujeto entrevistado esté de acuerdo. Esto ocurre normalmente porque tiene algún interés en ser entrevistado. Las cinco razones principales que puede tener son las siguientes:

- Por su propio : Por el deseo de aparecer en los medios o que se escuche su opinión.
- Para ayudar al entrevistador: Algunos sujetos se dejan entrevistar simplemente para ayudar en el desempeño de su .
- Por gratitud: El entrevistador logra que el entrevistado acceda a contestar las preguntas sin oponer resistencia mediante un diálogo introductorio predefinido.
- Por dinero.
- Porque se publique su foto y opinión.

Por su estructura fue una entrevista abierta, pues las preguntas fueron abiertas, es decir se planteó una serie de preguntas que el entrevistado pudo dar su respuesta libremente, también se incluye su opinión, pues este tipo de entrevista es en el que se preocupa por los ideales, opiniones y comentarios personales del entrevistado. Todos accedieron con amabilidad a la entrevista, aquí primaron de las cinco razones expuestas para la entrevistas 3, pues no se pagó ningún dinero, ni las respuestas serán publicadas en los medios. En esta se deberá destacar los puntos ideológicos del entrevistado.

### **Las Entrevistas a los directivos de los Almacenes y Mercados ideales.**

1. Nombre de la entidad
2. Ubicación geográfica
3. ¿Qué productos reciben en la entidad?
4. ¿Cómo se abastece el mercado de productos: semanal, mensual, etc.?
5. ¿Cuáles productos tienen mayor aceptación en la población?
6. ¿Cuáles productos tienen menor aceptación en la población?
7. ¿Qué cantidad reciben de cada producto en cada entrega?
8. ¿Se cumple el plan de ventas de mercancías?
9. ¿Con qué frecuencia se realizan controles internos o auditorías en la entidad?
10. ¿Qué nivel de escolaridad tienen los trabajadores en esta entidad?
11. ¿Qué tan importante es para la entidad la satisfacción del cliente?
12. ¿Qué productos tienen planificados llegar a la entidad y no lo hacen?
13. ¿Con qué frecuencia sucede esto?
14. ¿De qué documentos de control disponen a la llegada de los productos?
15. ¿Qué productos escasean y con qué frecuencia?
16. ¿Qué indisciplina se cometieron en el periodo 2017-2018?
17. ¿Qué medidas se tomaron con respecto a estas indisciplinas?

### **Resumen**

Luego de realizada la encuesta podemos concluir que una de las mayores dificultades por las cuales están atravesando los mercados ideales, se encuentra en el desabastecimiento de las mercancías debido a la poca disponibilidad de las materias primas para la producción de derivados de la carne, o a la falta de la harina para la producción de panes y galletas que son de gran demanda en la población. Sus directivos encaminan medidas para que



a la llegada del producto todo el personal que se encuentra a la hora de la venta pueda llevarse este producto que desea comprar, regulando la cantidad así la mayor parte de los consumidores quedará satisfechos.

### **Las Entrevistas a los trabajadores de los mercados ideales.**

1. ¿Qué horario de trabajo tiene la entidad?
2. ¿Cuánto tiempo dura el horario de almuerzo?
3. ¿Deben rotar por cada puesto de venta o se mantienen estable en un puesto?
4. ¿Son estimulados por su buen desempeño? ¿De qué manera?
5. ¿La pesa que utiliza posee los requerimientos técnicos mínimos establecidos?
6. ¿En algún momento se ha equivocado a la hora del pesaje?
7. ¿Ha sido sancionado alguna vez, ya sea por llegadas tardes, ausencias injustificadas, etc.?
8. ¿Son presionados para que les quiten en el peso de los productos que compra el consumidor?

### **Resumen**

Todos los mercados tienen el mismo horario de servicio de 9am a 7 pm, aunque la entrada de los trabajadores es a las 8am y la salida después de las 7pm, luego de realizado el cierre diario y se encuentran en orden todos los papeles, ya sean los informes de recepción como los IPB. El horario de almuerzo para los trabajadores es de 1 hora, ya que la mayoría de los trabajadores debe moverse hacia sus casas, a excepción del personal del mercado ideal Garayalde, pues en esta entidad cuentan con un comedor obrero. La mayoría de los trabajadores de los mercados en un puesto fijo, solo de estos si otro trabajador falta a su puesto por razones de salud o por cualquier otra causa que le impida la asistencia, o por otro motivo por el cual el trabajador pueda moverse d su puesto es en caso de que otro puesto necesite apoyo debido a la cantidad de clientes que puedan interesados en un producto y la aglomeración de los mismos dificulte el proceso de venta. Al trabajador se estimula públicamente ante sus compañeros y se le hace la entrega de un diploma y en algunos casos se emplea la estimulación material. Las pesas empleadas en los mercados siempre cumplen con los requerimientos técnicos establecidos y que en caso que el cliente quede insatisfecho con el pasaje

compruebe su peso y no exista ningún tipo de queja de parte del cliente. No es común que el trabajador se equivoque a la hora del pesaje, en ese caso se vuelve a pesar el producto en la pesa de la cual dispone la entidad y se aclara el malentendido. Ningún trabajador afirma haber sido presionado alguna vez para quitarle cierta cantidad de un producto a un cliente.

### **Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los mercados ideales:**

#### **Fortalezas**

- Ubicación geográfica
- Organización administrativa
- Nivel técnico y cultural de los trabajadores
- Distribución de las áreas de venta
- Preparación de los directivos

#### **Debilidades**

- Plantillas incompletas
- Fluctuación laboral
- Nivel de organización
- Nepotismo laboral
- Falta de control en almacenes
- Negación de la entrega de documentos por parte de los directivos del mercado ideal Garayalde
- El mercado ideal Sur tiene es el de mayor desorganización

#### **Oportunidades**

- La propiedad social sobre los medios de producción prevalece en la actividad comercial
- La unidad alrededor de un único Partido: PCC
- El Estado abastece
- La posibilidad de elevar el nivel técnico de los trabajadores
- Infraestructura garantizada por el Estado
- El Estado organiza, planifica y controla la distribución de mercancías.

#### **Amenazas**

- El Bloqueo económico
- Crisis económica mundial

- Conflictos actuales entre Estados Unidos y China, Estados Unidos y Venezuela y Estados Unidos y Rusia.

#### **2.3.4. Análisis de los mercados ilegales**

**Los mercados ilegales en el municipio de Holguín, los mas representativos estabn localizadas en zonas geográficas fijas: calle 13, La calle 1<sup>a</sup>, situada en el Rpto Alcides Pino y los alrededores de los mercados ideales visitados.**

#### **Las Entrevistas a los comerciantes ilegales:**

Se visitaron tres lugares donde se comercializa ilegalmente en el municipio de Holguín:

- La calle 13. Se entrevistaron a 5 personas, estos no permitieron ser gravados, accedieron pero que se cogieran notas escritas.
- La calle 1<sup>a</sup>, situada en el Rpto Alcides Pino. Se entrevistaron a 5 personas, estos permitieron ser gravados pero no en video.
- Los alrededores de los mercados ideales visitados.

En total, se lograron entrevistar a 15 personas, a todas las personas que se escogieron, ninguno expresó negación al dar sus criterios, 10 condicionaron no ser gravados, es decir, que se poseen 5 grabaciones.

A los entrevistados, se les explico el objetivo de la entrevista: su cooperación con sus criterios, opinión y posición ideológica, ayudaría a los estudiantes presentes en la entrevistas que hacían una investigación para defender un trabajo (una de ellas) y optar por el título de licenciados en Economía, después de 5 años de arduo estudio en la carrera de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Administración de la Universidad de Holguín.

Se les comunicó que la investigación tienen como tema: “El mercado negro como actividad comercial del mercado ideal en el municipio de Holguín”

Es una entrevista anónima, no se tomarán fotos, no se mencionara el nombre verdadero de los entrevistados, ni el número de carne de identidad, se utilizaran nombres de pilas y si lo autorizan se gravaran sus voces, no se harán videos. Serán preguntas cortas y respuestas precisas.

**Los entrevistados accedieron y se puede deducir, por su actitud que aceptaron por las siguientes razones:**

- El diálogo introductorio ayudó a su decisión de colaborar, no por dinero porque no se les pagó.
- Por su propio : Por el deseo de aparecer en el trabajo de investigación y que se escuche su opinión.
- Para ayudar simplemente a los estudiantes en la investigación. .
- Por su pensamiento ideológico expresado con relación a la familia y a la patria.

El dialogo establecido con los entrevistados puede calificarse de afable, respetuoso y concreto.

Las preguntas utilizadas fueron:

1. ¿Sabes que la actividad comercial que desarrollas es ilegal?
2. ¿Robas lo que vendes?
3. ¿Dónde compras en los almacenes o en los mercados ideales?
4. ¿Tienes altas ganancias en tu actividad?
5. ¿Qué tiempo diario le dedicas a esta actividad?
6. ¿Desde qué iniciaste esta actividad, te ha faltado el dinero alguna vez?
7. ¿La policía te ha visitado alguna vez?
8. ¿Qué le vez de positivo, de bueno y de malo para ti a la actividad que desarrollas?
9. ¿Tienes hijos?
10. ¿Involucas a tus hijos en tu actividad?
11. Si llegara el momento de defender a la patria, ¿cuál sería tu respuesta?

Resumen de las respuestas:

Apoyando lo registrado en un análisis inductivo deductivo, así como el hipotético deductivo, se hizo un resumen de todas las respuestas dadas a las preguntas antes señaladas, relacionadas con la actividad que desarrollan, se expone su conciencia de que practican una actividad ilegal, el lugar y su posición ideológica con relación a su familia y a la patria.

1. Reconocen que la actividad que desarrollan es ilegal, que es un mercado negro en contra de toda la regulación del Estado.
2. Han sido multados muchas veces y con altas multas.
3. Lo positivo: tienen trabajo, son sus propios jefes, no pagan impuestos, el dinero lo manipulan ellos.

4. Lo negativo: ser procesados judicialmente, incluso la posibilidad real de cumplir prisión.
5. De los entrevistados hay 4 que han cumplido prisión por su actividad ilegal y ya liberados persisten en ello.
6. Inician desde horas de la madrugada hasta las 5 pm
7. No roban a nadie, le compran a los empleados del Estado en los almacenes o compran en el mercado ideal y después venden a precios más altos.
8. No utilizan la violencia entre ellos, al contrario, colaboran, se ayudan.
9. No involucran a sus hijos en sus actividades ilegales, expresan que su obligación es estudiar para que sean mejores.
10. Están consciente de la contradicción entre la oferta y la demanda, que provoca altos precios.
11. Expresan que el Estado inicia las irregularidades, pues los precios que imponen a los productos que venden en los diferentes tipos de mercados son altos.
12. Expresan que los funcionarios que les venden trabajan en los almacenes y en los mercados ideales.
13. No porque sean comerciantes ilegales, son contrarrevolucionarios.
14. En caso de una agresión al país, todos expresan estar dispuestos a empuñar un fusil y defender a su familia y a la patria.

Recomiendan:

Para que el mercado negro desaparezca:

- Acabar con la corrupción dentro del Estado
- Tiene que crecer la producción de productos.
- Se elimina la contradicción entre la oferta y la demanda
- Los precios disminuyen.
- Ellos iniciarían trabajar con el Estado.

### **Factores internos y externos del mercado negro.**

La visita realizada a los puntos donde se venden productos del mercado negro que permitió el contacto directo con muchos de estos comerciantes ilegales accediendo a entrevistas individuales, donde se detectaron debilidades y

fortalezas internas y oportunidades y amenazas externas, que en la lucha contra las ilegalidades se recomienda tenerlas en cuenta.

### **Debilidades del mercado negro**

1. No está presente la unidad de intereses
2. Competencia de abastecimiento
3. Cooperación en el precio del producto
4. Altos precios
5. En su actividad comercial carecen de sentimientos
6. Obligados a tener los productos en los lugares públicos
7. Desconfianza entre ellos
8. Nivel cultural y técnico bajos
9. Abundan los intermediarios
10. Contradicciones entre intermediarios y jefes
11. Luchan por obtener altas ganancias como único objetivo
12. Conscientes que desmontando los productos en el mercado ideal ellos son los dueños
13. El trabajo contra el estado les da beneficios
14. Cambio inmediato para mejorar el nivel de vida

### **Fortalezas del mercado negro**

1. Estar conscientes de que cometen una ilegalidad
2. Están dispuestos a dar sobornos no importa el precio
3. Están dispuestos a pagar multas, cumplir prisión
4. El trabajo con el estado no les da beneficios
5. Acaparamiento

### **Oportunidades del mercado negro**

1. Existencia de los mercados ideales
2. Abastecedores de los mercados ideales
3. Funcionarios corruptos en los mercados ideales y en los abastecedores

### **Amenazas del mercado negro**

1. La existencia de la Resolución 60 del 2011 de la Contraloría General de la República. Sistema de Control Interno
2. Sistema Fiscal de la República de Cuba
3. La Policía Nacional Revolucionaria
4. Sistema de seguridad del Estado

5. Sistema de Organización, Planificación y Control para la distribución de productos destinados al alimento por el gobierno.

### **2.3.5. Causas y condiciones de las ilegalidades:**

En el análisis realizado de los factores internos y externos, tanto positivos como negativos y haciendo uso del método dialectico materialista y en particular de la relación causa y efecto, se relacionan a continuación primero cuáles condiciones propician la existencia de las causas de las ilegalidades en la actividad comercial de los mercados ideales que van desde sus abastecedores hasta la venta en cada área de venta de los mercados, así como permitió evidenciar los efectos y hechos negativos de la existencia y desarrollo del mercado negro en el municipio.

#### **Condiciones para que ocurran de las ilegalidades:**

- La existencia de conceptos errados en directivos y funcionarios
- Confianza excesiva
- Nepotismo
- Amiguismo
- Corrupción
- Falta de seguridad de los almacenes
- Falta de control
- Negarse a la entrega de resultados económicos a la investigación

#### **Causas de las ilegalidades**

Prevenir y enfrentar las ilegalidades desde todos los ámbitos posibles, es la esencia de la estrategia que desarrolla Cuba como muestra de la voluntad política por elevar la participación ciudadana ante el uso incorrecto de los recursos materiales y financieros públicos, en detrimento de la economía y la sociedad en general. Reflexionar sobre ese flagelo no es solo un ejercicio académico, sino también una importante e inaplazable responsabilidad, a partir de las probadas consecuencias que genera en los órdenes moral, ético, económico, social y de compromiso político, unido a la falta de control, permisibilidad y violaciones de lo legalmente establecido, además de considerar que se produce en cualquier sociedad.

Algunas de estas causas son:

- La incomprensión sobre la importancia de implementar un sistema óptimo de control interno integrado a la gestión empresarial, dirigido por la Resolución 60 Sistema de Regulación y Control interno.
- Además de la inestabilidad y falta de personal en las áreas contables y de control
- Las indisciplinas y la actitud tolerante
- Desvío de recursos
- Robo de recursos
- Falsificación de documentos
- Alteración de cifras
- Adulterio del producto
- Introducción de productos no autorizados
- Alteración de precios
- Fiabilidad en el peso del producto

Las ilegalidades son cometidas muchas veces por personas a los cuales sus bajos salarios no les da margen para satisfacer las necesidades que estos puedan tener o brindarles mayor confort a su familia, lo que causa que se vean obligados a cometer delitos graves con tal de cumplir con aquello que de forma honrada no es capaz. También puede ocurrir que este tipo de delito sea realizado por personas que se sienten tentadas por las cosas materiales y encuentran esta forma como la más fácil para adquirir su anhelado sueño material. Estos tipos de sucesos han ocurrido en los almacenes que abastecen a los mercados ideales, específicamente en el almacén 651 en el año 2018, en el cual el jefe de la nave No.4 Julio Armonaza desvió gran cantidad del producto arroz, por esta razón fue separado definitivamente del centro de trabajo y desde octubre del año 2018 esta nave se encuentra cerrada.

En los mercados ideales han ocurrido pequeñas indisciplinas que han sido erradicadas por sus directivos, como es el caso del mercado Los Libertadores donde en el 2018 fue sancionado a uno de sus trabajadores y se le aplicó como medida el descuento del 25% del salario de un mes, para lo que va del año 2019 han sido sancionados 3 trabajadores, 2 de ellos con amonestaciones públicas y el 3ro con un mes de licencia sin sueldo. En el mercado Garayalde se han dado situaciones como problemas a la hora del llenado de los



documentos como el PIB con tachaduras, borrones e incluso números mal escritos que pueden hacer la diferencia entre la recepción de una cierta cantidad de productos o la salida. Otro hecho que ocurre es la reventa de mercancías como por ejemplo los cigarros criollos, existen ciertas personas que los acaparan o en casos los mismos trabajadores de la entidad, los cuales les venden estos a otras personas, los llamados puntos, que son aquellos que revenden este producto en sus casas, el cual les llega a un precio de \$ 8.50 la caja o a \$ 9.00 de las cuales solo obtienen \$ 1 o \$1.50 de ganancia por cada caja vendida.

### **2.3.6. Efectos e impactos negativos en lo económico, político y social**

La lucha contra la corrupción forma parte de la defensa de la soberanía e independencia nacional, es una tarea muy compleja, pero con la urgencia de rectificarla y buscar vías para defender y salvar el socialismo. Este mal atenta directamente con los sueños de construir una sociedad socialista próspera y sustentable:

#### **En lo económico**

- Desvía recursos
- Escases ficticia
- Desvirtúa los esfuerzos y programas de desarrollo
- Desorganiza, desanima y afecta los planes de desarrollo.
- La protección del capital nacional en una empresa mixta u otra forma de asociación
- El delito de actos en perjuicio de la actividad económica o de la contratación, la confiscación de bienes y recuperación de activos
- La jurisdicción económica como forma de solucionar conflictos, el efecto de sus decisiones, su cumplimiento, así como las cuentas por cobrar y pagar y su incidencia en la credibilidad del Estado.-

#### **En lo social**

La destrucción de valores éticos, debilita la moral, mina por dentro a colectivos e instituciones.

Descontento en la población.

El consumo de la población

La responsabilidad penal de la persona jurídica

El lavado de dinero

Las retenciones de cuentas en capitales mixtos derivados de procesos penales

### **En lo político.**

- Ignora las orientaciones de los objetivos de trabajo del PCC, expresado en la conferencia del VI congreso del PCC.
- Ignora los planteamientos de los lineamientos económicos y sociales desde el periodo 2016-2021.
- No tiene en cuenta el programa de desarrollo y planificación trazado hasta el 2030.
- Dificultades internas que se unen al bloqueo histórico de EE.UU sobre Cuba.
- Tomar decisiones políticas contra todas aquellas manifestaciones que afecten a la Revolución y al pueblo.
- Poner en peligro los logros obtenidos en 61 años de Revolución.

### **2.3.7. Acciones para combatir las ilegalidades**

EL mal que encierra el mercado negro, tiene su origen en la crisis de los fundamentos éticos promovidos por un sistema hegemónico enfermo, caracterizado por la degradación de las sociedades tradicionales y la sobrevaloración del dinero, pues el sistema de valores instaurado en el mundo actual se enmarca dentro de una concepción económica, de libre mercado, que tiene como elemento fundamental el consumismo y el individualismo. Ningún acto de corrupción se forma en un día.

En el caso de Cuba, que ha luchado por 61 años construir una sociedad justa, socialista y próspera, el mercado negro no es el mayoritario, no es el que predomina, está bien localizado geográficamente en el municipio y conociendo sus debilidades por un lado y teniendo las fortalezas del poder del Estado cubano, no será tan embarazoso una lucha sistemática, creciente y sostenida contra las ilegalidades, Todos somos responsables por el control de los recursos del Estado y no podemos esperar que el problema aparezca para hacerle frente, hay que prevenir con educación, demostrando valores, teniendo todo el marco legal correspondiente y haciéndolo valer cada día. Eso es prevención, que es la forma más efectiva de enfrentar la corrupción y las

ilegalidades. Entre las medidas adoptadas para establecer y fomentar prácticas eficaces encaminadas a prevenir la corrupción están:

- La Fiscalía ejerce el control de la legalidad, el ejercicio de la acción penal en representación del Estado
- La lucha contra el abuso de poder, la corrupción y el enriquecimiento indebido
- La prevención del delito y las conductas antisociales
- La manera integradora a las estrategias preventivas trazadas
- Ejecución de verificaciones fiscales en los organismos del Estado y las entidades económicas y sociales, con la finalidad de comprobar el cumplimiento de las leyes o normativas vigentes
- El control, uso y destino de los recursos asignados por el Estado, con implementación de indicaciones relativas a la debida información a los trabajadores de sus resultados y responsables.
- Enfrentamiento sin excesos ni claudicaciones, contra el delito, las indisciplinas y cualquier manifestación de ilegalidad
- El auditor interno que es reconocido y apoyado por el administrativo, logra buenos resultados en su trabajo.
- Perfeccionamiento continuo del Sistema de Control Interno, que tiene como expresión más reciente la creación de la Contraloría General de la República como órgano superior.
- Los instrumentos jurídicos internacionales han contribuido a crear una conciencia mundial al respecto; entre estos se encuentra la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, la cual constituye un valioso documento para luchar e instrumentar estrategias eficientes en esta batalla.
- El incremento de la participación popular en lo relacionado con sus derechos a poner en conocimiento de los órganos competentes los actos de presunta corrupción administrativa u otras ilegalidades y el fortalecimiento del papel del control como mecanismo de vital importancia en la prevención y enfrentamiento a ese delito.
- Mantiene definida con la severidad requerida, la política penal a seguir ante la ocurrencia de hechos de esta naturaleza

- En el orden administrativo, se ha incrementado el rigor en la aplicación de medidas disciplinarias a quienes de diferentes maneras inciden en tales hechos y de acuerdo con la gravedad de estos.

Puede que las acciones que se proponen, no sean las suficientes, pero si las fundamentales para enfrentar y vencer las ilegalidades. Las orientaciones del Partido Comunista de Cuba están dadas, los lineamientos contra las ilegalidades están trazadas y ls ejes transversales del desarrollo planificado de la economía hasta el 2030 están decididos, solo falta no cejar en el empeño de cerrarles el camino a las mentes obsesivas, ambiciosas, individualistas, egoístas e ilegales de querer obrar por su cuenta y sin regulación estatal, tal actitud y aptitud van en contra de las ideas de construir una sociedad prospera y sustentable.

## CONCLUSIONES

1. La apertura de los mercados ideales en el municipio de Holguín en el año 2013, cuenta hoy con 16 de su tipo, lo que representa la evolución de la distribución de productos relacionados a la alimentación de la población, respaldado por un sistema de organización, planificación y control del gobierno municipal. Esto ha permitido tener resultados de importancia en la alimentación de la población por la diversidad de productos ofertados a precios no subsidiados, pero asequibles a la capacidad de compra de los consumidores, pero también ejerce un papel de contrapartida a precios altos en el área no estatal.
2. A pesar de todo el esfuerzo realizado, inspirado en las orientaciones del partido y el gobierno, reflejado en los objetivos de trabajo, en los lineamientos económicos y sociales y en el plan de desarrollo hasta el 2030 orientados a la lucha contra la corrupción y las ilegalidades, persisten condiciones y causas que generan ilegalidades y una de ellas es la proliferación del mercado negro, también llamado ilegal, sumergido o subterráneo, cuyo impacto no es solo sobre la credibilidad del mercado ideal y de los trabajadores honestos, obstaculiza el derecho de compra y consumo de la población, desmonta todo el sistema de organización del gobierno en el municipio, ignorando las orientaciones del PCC y el Estado.
3. El mercado negro se mantiene en el municipio. Los organismos competentes han enfrentado las actividades ilegales del mercado negro con llamadas de atención, multas, privación de libertad, separación definitiva, pero aun así, dado que persisten las condiciones y causas que lo originan, ocasionando escases aparente que solo se soluciona en el área del mercado negro, sin embargo, esta investigación aporta las evidencias sobre sus debilidades y su impacto económico, social y político, elementos que contribuirían a la lucha contra las ilegalidades que mantienen vivo al mercado negro.
4. El pueblo cubano como el principal consumidor de las ofertas del mercado ideal, es también el más perjudicado con el desarrollo del mercado negro, sin embargo, posee una fortaleza que el mercado negro carece de ella y es la unidad, apoyados en las herramientas de



organización, planificación y control, desmontaría las acciones de corrupción, ilegalidades y tolerancia.

5. Toda indisciplina laboral, comercial, productiva o de servicio, al final puede convertirse en fuente de una ilegalidad y de hecho en fuente del mercado negro. La ventaja que tiene Cuba y los cubanos que de los 11 millones y tantos que viven en la isla, el 90% son revolucionarios y el mercado negro como el tumor maligno del comercio interno de la nación debe ser extirpado de raíz, pero para ello, se requiere de la cooperación de todo el pueblo, no solo de las autoridades legales.
6. Por eso las recomendaciones del presente trabajo van dirigidas a los comercios que nacieron para favorecer al pueblo y no a las autoridades competentes.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que a continuación se presentan, tienen el único objetivo, de contribuir a ganarle la batalla a las ilegalidades

1. Cumplir las normas y regulaciones establecidas por las unidades abastecedoras en el pesaje y conteo de los productos.
2. En los mercados ideales respetar las normas establecidas de pesaje y conteo en la entrega de productos a las áreas de ventas.
3. Evitar contratar personal no calificado para trabajar en las áreas de ventas.
4. Exigir que cada dependiente cuadre su venta diaria en el documento oficial PVC y lo despache al terminar con la económica de la unidad.
5. Capacitar en técnicas de dirección a los cuadros de dirección de los almacenes y mercados ideales.
6. Chequear diariamente antes de iniciar la labor de venta la fiabilidad de las pesas.
7. Aplicar el reglamento disciplinario a trabajadores y directivos ante cualquier indisciplina.
8. Enfrentar cualquier indisciplina de venta fuera de los límites de las áreas de ventas, dígase almacenes.

## BLIBLIOGRAFIA

1. Carlos Marx. *El Capital Tomo I, II, III*. SOPORTE MAGNETICO.
2. Carlos Marx. *Fundamentos de la Crítica de la Economía Política*. SOPORTE MAGNETICO.
3. Despaigne Justiz, Yoanna. 2009 “*Consideraciones Generales para el Control Interno en la actividad de Precios*”. *Tesina de Especialidad de Finanzas Públicas.* , .
4. Ley No. 107 / 09: “*Ley de la Contraloría General de la República de Cuba*”, de la Asamblea Nacional del Poder Popular. .
5. Resolución No. 60 / 2011 de la Contralora General de la República de Cuba. Cuba.
6. *Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución. VI Congreso del Partido Comunista de Cuba.2016*
7. Gabriel Capote Cordovés “*El Control Interno y el Control*”. Revista “Auditoría y Control”, Ministerio de Auditoría y Control. Vol. I, No 1, Mayo – Agosto Año 2000, pág. 22
8. Wood Fonseca Guillermo “*El Control es el hombre*”, de. Revista “Auditoría y Control”, Ministerio de Auditoría y Control. No 4 Año 2001, pág. 37
9. AJFigueras.[www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124..](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124..).de - 2013 -
10. Von Hayek Friedrich. 30 enero 2005. «*Su teoría del Estado mínimo*» se ha convertido en la religión del Partido Republicano de los Estados Unidos en ...[www.voltairenet.org/article123311.html](http://www.voltairenet.org/article123311.html)
11. Jacob Viner (1996) *Comercio Internacional y Desarrollo Económico*. Edit. Tecnos.. importantes colaboraciones relacionadas con el pensamiento de la historia económica y el comercio internacional. Su obra fundamental sobre el pensamiento de historia económica es *Studies in the Theory of International Trade*. Síntesis biográfica · Infancia y juventud · Otra etapa de su vida.
12. Jacob Viner (1932) *Cost curves and supply curves*. Ed. Springer. Wikipedia 2018
13. Jacob Viner (1990) *Dumping: a problem in international trade*. Ed. AM Kelley. Wikipedia 2018



14. Bunde Veblen Thorstein. 1899 y 1904 *La teoría de la clase ociosa y La teoría de la empresa económica* <https://es.wikipedia.org/wiki/>.
15. Alfred Marshall (1890), *Principles of Economics* (en ingles)
16. A. Smith: *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations: Book 1, Chapter 7 (Of the Natural and Market Price of Commodities)* párrafo 27 (en ingles en el original).
17. Joan Robinson: 1933 "*The Economics of Imperfect Competition*" London, Macmillan.
18. Walter Block; Kenneth M. Garschina (1996) en *Hayek, Business Cycles and Fractional Reserve Banking: Continuing the De Homogenization Process* pp. 80- 83, en *The Review of Austrian Economics* Vol. 9, No. 1
19. Viner, Jacob; 1966. *Comercio internacional y desarrollo económico* en Tecno S.A. Colección Ciencias Sociales. Serie de Economía 1966
20. [PDF] . . *Qué se entiende por economía? 1.2. El Origen de los problemas económicos. 1.2.1 La escasez y la elección. 1.2.2. La elección y el coste de oportunidad. 1.2.3. Problemas económicos básicos. 1.2.4. La Frontera de Posibilidades de Producción. 1.3. Los sistemas económicos. 1.4. Excedente, especialización e intercambio.*
21. [PDF] .2015.www.antonibosch.com/system/downloads/502/original/EC-DIAZ\_Capitulo1.pdf?...Tema 1. LA ECONOMÍA Y LA ESCASEZ. La Muerte (o su alusión) hace preciosos y patéticos a los hombres. Estos se conmueven por su condición de fantasmas;... 1.0. Introducción. 1.1. Una definición de la economía. 1.2. El coste de oportunidad. 1.3. El método de la economía. 1.4. La microeconomía y la macroeconomía ...
22. [PDF].uam.es/personal\_pdi/economicas/iaayuso/Documentos/.../TEMA.2 017.pdf. *La escasez y la necesidad de elección. 1.2. Microeconomía y macroeconomía. 1.3. Economía positiva y economía normativa. 1.4. Conceptos y problemas.1. Decisión de compra de bienes por parte de un individuo, en base a sus ingresos y el precio de los bienes. 2. Decisión de una empresa de qué recursos contratar.*
23. S Ayala Hernández - 2011 - . [PDF]. Unidad 1. *Microeconomía. • 1.1 Microeconomía. • 1.2 Empresa. • 1.3 Estructura económica. • 1.4 Problemas económicos básicos. • 1.5 Necesidades y recursos. .... compra es el costo. •*

*Sin embargo, en el pensamiento económico el costo es un concepto relativo. • Debido a la escasez, la gente debe hacer elecciones ...*

24. Marcelo F. Resico. 2011. *Introducción a la Economía Social de Mercado* -.. *Introducción a la. Economía Social de Mercado. Edición latinoamericana... parte i: Teoría de la economía social de mercado. sección 1: economía: ciencia y realidad. .Mercado, escasez y sistema de precios.* [uerwww.kas.de/wf/doc/kas\\_\[PDF\]índice | créditos | salir](http://www.kas.de/wf/doc/kas_[PDF]índice | créditos | salir)
25. Naím Moises. *Ilicito*. 2005. España. Se editó en 14 idiomas y en 2010 produjo y transmitió un documental basado en el libro.
26. Samuel Edward Konkin III “ 1980. (*El Nuevo Manifiesto Libertario*) (conocido como SEK3) teórico político, escritor estadounidense nacido el 8 de julio de y fallecido el 23 de febrero del 2004.
27. Amat, O. y Soldevila. (1998). *Contabilidad y gestión de costes*. Barcelona, España
28. Ediciones Gestión 2000, S.A. Segunda Edición.
29. Barfield, J. R. (2006). *Contabilidad de Costos. Tradiciones e Innovaciones*. Quinta Edición.
30. Bello, M. D. (2002). *Manual de evaluación de estudios ambientales* p.246.
31. Castro, Ruz Fidel. (1998). *Periódico Especial El Economista*. La Habana, Cuba:EdiciónMemorias,p.3. Recuperado de <https://www.ecured.cu/perfeccionamiento-empresarial/>.
34. Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros. (2007). Decreto No. 281, *Reglamento para la implantación y consolidación del Sistema de Dirección y Gestión E mpresarial Estatal*, La Habana, Cuba.
32. Consejo de Estado de la República de Cuba. (2007). Decreto Ley No.252 Sobre la continuidad y el fortalecimiento del Sistema de Dirección y Gestión Empresarial Estatal Cubano. La Habana, Cuba.
37. Decreto Ley 187. (1998). Bases Generales del Perfeccionamiento Empresarial. Ciudad de la Habana. Cuba.

## ANEXOS

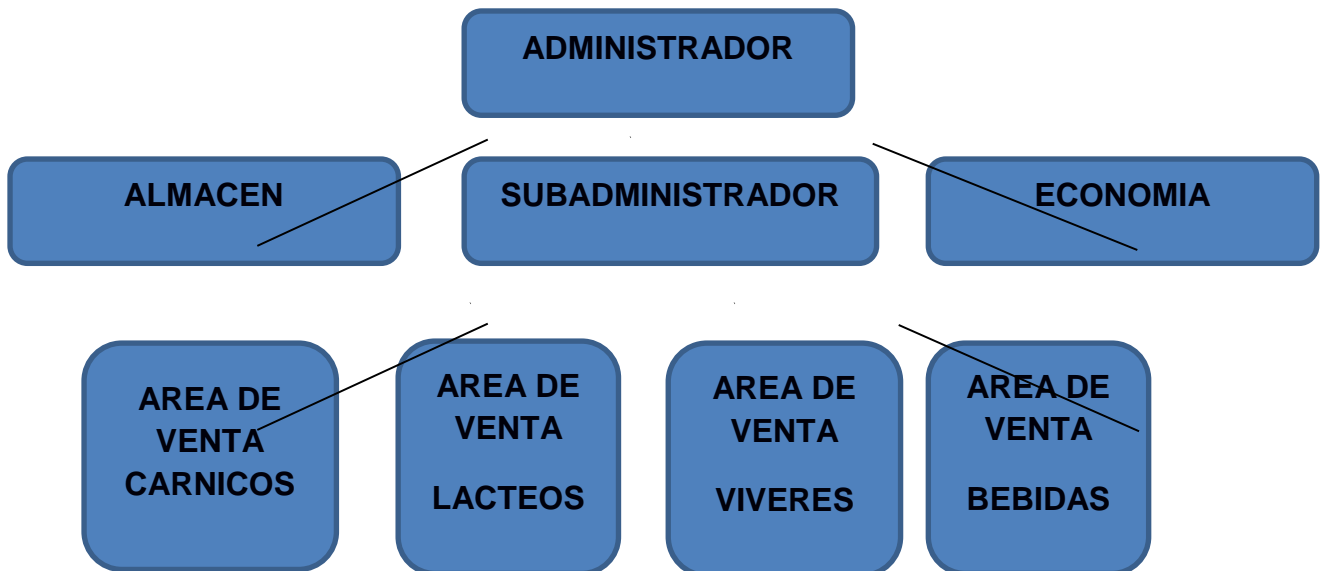
### Anexo 1

Tabla 1: Distribución de arroz a los mercados ideales mes abril t

| Mercados         | t de arroz |
|------------------|------------|
| Sur              | 60         |
| El Tropico       | 60         |
| 14 de febrero    | 20         |
| Garayalde        | 60         |
| Baracoa          | 15         |
| Villa Nueva      | 30         |
| Los Libertadores | 60         |
| La Orquidea      | 60         |
| 4 de febrero     | 60         |
| Holguin          | 60         |
| <b>Total</b>     | <b>700</b> |

### Anexo 2

Organigrama



### Anexo 3

Productos comercializados por el mercado Garayalde

| <b>Productos</b>       | <b>cantidad</b> |
|------------------------|-----------------|
| Lácteo                 |                 |
| Alimentos              |                 |
| Cárnico fresco         |                 |
| Ahumados               |                 |
| Avícolas               |                 |
| Ember                  |                 |
| Empa financiada        |                 |
| Empa                   |                 |
| Turquino               |                 |
| Snack                  |                 |
| Papas com              |                 |
| confruve               |                 |
| Crema de frutas        |                 |
| Conservas de frutas    |                 |
| salsas                 |                 |
| Jugos y nectar         |                 |
| Especies y condimentos |                 |
| Conservas de tomates   |                 |

## Anexo 4

Tabla 4

|          |          | Estadísticos                             |   |                                       |                             |
|----------|----------|--|---|---------------------------------------|-----------------------------|
|          |          | Cómo califica la apertura de un mercado? | Por qué es difícil comprar en el mercado? | Se siente satisfecho con el servicio? | Qué productos escasean más? |
| N        | Válidos  | 60                                       | 60  | 60                                    | 60                          |
|          | Perdidos | 0  | 0   | 0                                     | 0                           |
| Media    |          | 1,73                                     | 1,93                                      | 1,10                                  | 1,68                        |
| Mediana  |          | 1,00                                     | 2,00                                      | 1,00                                  | 1,00                        |
| Moda     |          | 1  | 1   | 1                                     | 1                           |
| Varianza |          | 1,046                                    | ,979                                      | ,092                                  | ,796                        |
| Mínimo   |          | 1  | 1   | 1                                     | 1                           |
| Máximo   |          | 5  | 4   | 2                                     | 4                           |
| Suma     |          | 104                                      | 116                                       | 66                                    | 101                         |

## Frecuencias

Tabla de frecuencia

|         |           | Cómo califica la apertura de un mercado? |            |                   |                      |
|---------|-----------|--|------------|-------------------|----------------------|
|         |           | Frecuencia                               | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | Excelente | 33                                       | 55,0       | 55,0              | 55,0                 |
|         | Muy bien  | 16                                       | 26,7       | 26,7              | 81,7                 |
|         | Bien      | 7  | 11,7       | 11,7              | 93,3                 |
|         | Regular   | 2  | 3,3        | 3,3               | 96,7                 |
|         | Mal       | 2  | 3,3        | 3,3               | 100,0                |
|         | Total     | 60                                       | 100,0      | 100,0             |                      |

**Por qué es difícil comprar en el mercado?**

|         |                       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Largas filas          | 27         | 45,0       | 45,0              | 45,0                 |
|         | Pocos productos       | 14         | 23,3       | 23,3              | 68,3                 |
|         | Falta de productos    | 15         | 25,0       | 25,0              | 93,3                 |
|         | No es difícil comprar | 4          | 6,7        | 6,7               | 100,0                |
|         | Total                 | 60         | 100,0      | 100,0             |                      |

**Se siente satisfecho con el servicio?**

|         |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | si    | 54         | 90,0       | 90,0              | 90,0                 |
|         | no    | 6          | 10,0       | 10,0              | 100,0                |
|         | Total | 60         | 100,0      | 100,0             |                      |

**Qué productos escasean más?**

|         |               | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Granos, carne | 35         | 58,3       | 58,3              | 58,3                 |
|         | líquidos      | 10         | 16,7       | 16,7              | 75,0                 |
|         | Salsa         | 14         | 23,3       | 23,3              | 98,3                 |
|         | vicio         | 1          | 1,7        | 1,7               | 100,0                |
|         | Total         | 60         | 100,0      | 100,0             |                      |

**Análisis de fiabilidad**

**Estadísticos de fiabilidad**

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,853             | 4              |